

Organum Pampang.pdf

by

Submission date: 10-Apr-2023 02:53PM (UTC+0800)

Submission ID: 2060360270

File name: Organum Pampang.pdf (528.02K)

Word count: 7718

Character count: 49419

Motivasi dan Tantangan Pengusaha Wanita: Studi Desa Budaya Dayak Pampang

Authors:

Fenty Fauziah¹
Mursidah Nurfadillah²
Bun Yamin³
Ade Gunawan⁴

Affiliations:

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah
Kalimantan Timur
⁴Universitas Muhammadiyah
Sumatera Utara

Corresponding Author:

Fenty Fauziah

Emails:

ff230@umkt.ac.id¹
mn874@umkt.ac.id²
by711@umkt.ac.id³
adegunawan@umsu.ac.id⁴

Article History:

Received: November 20th, 2021
Revised : May 27th, 2022
Accepted: October 8th, 2022

How to cite this article:

Fauziah, F., Nurfadillah, M., &
Yamin, B., & Gunawan, A.
(2022). Motivasi dan
Tantangan Pengusaha Wanita:
Studi Desa Budaya Dayak
Pampang. *Organum: Jurnal
Saintifik Manajemen dan
Akuntansi*, 5(2), 107-124. doi:
<http://doi.org/10.35138/organum.v5i2.215>

Journal Homepage:

<http://ejournal.winayamukti.ac.id/index.php/Organum/index>

Copyright:

© 2022. Published by
Organum: Jurnal Saintifik
Manajemen dan Akuntansi.
Faculty of Economics and
Business. Winaya Mukti
University.



Abstract. Opportunities and challenges and for women to contribute to economic growth, which can be started from micro-enterprises, especially for East Kalimantan as a new candidate national capital. The study analyzes the motivational factors and challenges of women entrepreneurs who run businesses in the cultural village of Pampang, East Kalimantan. Using a qualitative methodology based on in-depth interviews, providing insight into the entrepreneurship of 10 women in the Pampang cultural village when starting entrepreneurship and managing their businesses. Informants are engaged in various fields related to culture such as producing beads and selling Dayak handicrafts. The results showed that preserving the Dayak culture was the main motivation for starting a business. The challenges faced by women entrepreneurs come from informal and formal institutions. A significant challenge faced by women entrepreneurs is that their abilities as professional entrepreneurs are not recognized by the community. Informants faced emerging challenges in other aspects of the business, such as procuring finance, creating networks, and managing employees. Challenges related to formal institutions such as the lack of quality education and changes in government policies that prohibit holding meetings during the COVID-19 pandemic have reduced the number of tourists who come to the Pampang tourist village, resulting in reduced income.

Keywords: Dayak women; motivation; entrepreneurship; challenges of women entrepreneurs.

Abstrak. Peluang dan tantangan bagi wanita untuk berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi, yang bisa dimulai dari usaha mikro, terutama di Kalimantan Timur sebagai calon ibu kota negara yang baru. Penelitian menganalisis faktor motivasi dan tantangan pengusaha wanita yang menjalankan usaha di Desa Budaya Pampang, Kalimantan Timur. Menggunakan metodologi kualitatif berbasis wawancara mendalam, memberikan wawasan tentang kewirausahaan 10 wanita di Desa Budaya Pampang pada saat memulai wirausaha serta mengelola usahanya. Informan bergerak di berbagai bidang yang berhubungan dengan budaya seperti memproduksi manik-manik dan menjual hasil kerajinan suku Dayak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa melestarikan budaya Dayak adalah motivasi utama untuk memulai usaha. Tantangan yang dihadapi pengusaha wanita berasal dari lembaga informal dan formal. Tantangan signifikan yang dihadapi pengusaha wanita adalah kemampuannya sebagai pengusaha profesional tidak diakui masyarakat. Informan menghadapi tantangan yang muncul dalam aspek bisnis lainnya, seperti pengadaan keuangan, menciptakan jaringan dan mengelola karyawan. Tantangan terkait dengan lembaga formal seperti kurangnya kualitas pendidikan, dan perubahan kebijakan pemerintah yang melarang mengadakan pertemuan selama pandemi Covid-19 menjadikan wisatawan yang datang ke desa wisata Pampang menjadi sangat berkurang sehingga berakibat pendapatan mereka juga berkurang.

Kata Kunci: Wanita Dayak; motivasi; kewirausahaan; tantangan pengusaha wanita.

1 Pendahuluan

Wanita merupakan sumber daya yang penting bagi suatu negara. Kewirausahaan wanita menjadi cara untuk memanfaatkan potensi yang selama ini kurang dimanfaatkan. Kewirausahaan perempuan memberdayakan perempuan secara ekonomi dan memiliki dampak sosial yang positif. Kontribusi wirausaha wanita lebih tinggi daripada laki-laki (Minniti & Naude, 2010), namun penelitian empiris menunjukkan tingkat partisipasi wanita dalam kegiatan wirausaha setengah dari laki-laki (Singer, et al., 2015). Ketidakseimbangan ini bahkan lebih besar di negara berkembang dan kurang berkembang karena hambatan sosial budaya yang melibatkan nilai-nilai konservatif tradisional yang menghambat pertumbuhan pengusaha perempuan (Nehad, 2016). Namun di Indonesia, pengusaha kecil 60% dilakukan oleh wanita (Irawan, et al., 2020).

Di negara berkembang seperti Indonesia, perempuan mengalami kehidupan yang menantang karena kurangnya tingkat pendidikan dan pembatasan sosial. Perubahan dari ibu rumah tangga menjadi wanita bisnis tidak mudah. Namun, gambaran ini berubah secara bertahap. Wanita di seluruh Indonesia menunjukkan minat untuk mandiri secara ekonomi dan semakin melakukan aktivitas kewirausahaan terutama di usaha skala kecil. Terlepas dari skenario yang berubah ini, peran pengusaha wanita dalam ekonomi tertinggal di banding pada ekonomi maju (Mammen & Paxson, 2000) juga semakin meningkat. Dari data ditemukan bahwa tingkat kewirausahaan Indonesia 3,47%, lebih rendah daripada yang disarankan yaitu minimal 4% dari jumlah penduduk. (Sugiarto, 2021). Partisipasi perempuan yang kurang optimal dalam bidang kewirausahaan di Indonesia memerlukan penyelidikan.

Jumlah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang terdaftar di

Indonesia terdapat 58 juta, di mana 60% di antaranya kontribusi kaum wanita, menyerap 116 juta tenaga kerja atau 97% angkatan kerja (Sasongko, 2020). Propinsi Kalimantan Timur menyerap tenaga kerja satu juta orang lebih, dan 94,96% adalah usaha mikro (Bank Indonesia, 2021). Jumlah UMKM yang dijalankan wanita di Kalimantan Timur 86.325 (47,99%), sedangkan UMKM di jalankan laki-laki 93.574 (52,01%) (Ghofar, 2021). Kalimantan Timur sebagai calon ibu kota negara, memiliki tantangan dan peluang bagi para wanita untuk berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi, yang bisa dimulai dari usaha mikro. Usaha mikro lebih lentur terhadap krisis gejolak ekonomi global. Konteks wilayah penelitian ini adalah Desa Budaya Pampang. Budaya yang diturunkan dari generasi ke generasi, praktik yang mendarah daging telah menciptakan budaya perempuan sebagai bagian dari kehidupan. Kajian tentang motivasi dan tantangan pengusaha wanita dalam konteks masyarakat Dayak berbeda dengan penelitian lain tentang motivasi dan tantangan pengusaha, karena wanita dalam konteks ini kurang memiliki kebebasan untuk pergi keluar dan bekerja untuk diri mereka sendiri karena persepsi keluarga dan masyarakat tentang peran wanita.

Terdapat perbedaan motivasi dan tantangan yang memberikan alasan kuat untuk mempelajari kewirausahaan wanita secara terpisah (Trivedi & Gaur, 2015). Peningkatan pengembangan kebijakan dan sumber daya yang ditawarkan untuk mempromosikan kewirausahaan wanita, namun mereka masih menghadapi lebih banyak kesulitan dan tekanan saat membuka dan menjalankan bisnisnya (Jennings & Brush, 2013; Zimmerman & Chu, 2013). Dengan mempertimbangkan pengaruh kewirausahaan wanita terhadap kemajuan sosial dan ekonomi, penting untuk mengungkap faktor-faktor yang memotivasi, memfasilitasi dan menghambat kegiatan perempuan untuk

¹ mengembangkan inisiatif yang lebih baik, mendorong kewirausahaan wanita (McGowan, et al., 2012; Shastri, et al., 2019). Keterbatasan penelitian terhadap faktor-faktor motivasi utama dan tantangan wirausahawan wanita menyebabkan kesenjangan strategis dalam perumusan kebijakan dan program untuk menumbuhkan kelas wirausaha wanita yang dinamis.

Literatur tentang motivasi dan tantangan saat ini mengakui pentingnya menganalisis kewirausahaan wanita dari perspektif kelembagaan karena lembaga dapat bertindak baik sebagai insentif maupun kendala bagi pengusaha wanita. Terlepas dari relevansinya, sudut pandang teori institusional kurang dieksploitasi dalam mempelajari kewirausahaan wanita (Bui, et al., 2018). Studi yang ada yang menggunakan kerangka tersebut terutama mengandalkan data makro dan analisis statistik yang mengabaikan pengalaman dan pendapat pengusaha wanita. Studi ini mengkaji motivasi dan tantangan pengusaha perempuan yang menjalankan usaha kecil di Desa Budaya Pampang, terletak 23 km dari Samarinda, Ibu Kota Kalimantan Timur, Indonesia. Pemilihan wilayah dilakukan secara *purposive* karena nilai-nilai budaya Dayak. Kekhasan budaya Dayak menunjukkan kemungkinan peran lembaga dalam membentuk kegiatan kewirausahaan wanita. Selain itu, meskipun populasi wanitanya kecil, namun karena Dayak merupakan suku tertua di Pulau Borneo, sehingga hal ini membutuhkan penyelidikan mendalam tentang kewirausahaan wanita di wilayah tersebut.

karya ini memberikan wawasan tentang perjalanan kewirausahaan wanita di desa saat mereka mendirikan dan mengelola usaha mereka sambil menyeimbangkan tuntutan profesional dan pribadi. Temuan penelitian ini diharapkan berimplikasi pada pemerintah dan lembaga yang bekerja untuk

mendukung kewirausahaan wanita. Studi ini berkontribusi menambah literatur empiris yang jarang tentang konteks wanita Dayak. Sejumlah kecil penelitian menyentuh masalah dan motivasi pengusaha wanita tetapi tidak secara khusus mengkaji wanita Dayak (Itani, et al., 2011; Iyer, 2016; McGowan, et al., 2012; Rao, et al., 2012). Selain itu, belum banyak penelitian yang secara khusus mengacu pada usaha kecil yang memiliki potensi maksimal untuk menghasilkan aktivitas wirausaha wanita. Penelitian ini adalah upaya untuk melihat motivasi dan tantangan pengusaha wanita dari perspektif kelembagaan bagi wanita Dayak.

Motivasi dan Kewirausahaan Wanita

Motivasi manusia memenuhi kebutuhannya dimulai dari tingkat rendah ke kebutuhan tingkat tinggi (Maslow, 1943). Literatur membahas motivasi wirausaha perempuan sebagian besar dalam klasifikasi *pull/push* (Orhan & Scott, 2001). Faktor dorongan adalah elemen penting yang memaksa orang untuk berwirausaha, seperti kebutuhan akan pendapatan yang lebih besar atau ketidakpuasan dengan pekerjaan atau kondisi kerja yang ada. Faktor penarik adalah unsur-unsur yang mendorong seseorang menjadi wirausaha, seperti keinginan untuk mandiri, keinginan untuk pendapatan yang lebih besar; keinginan untuk kepuasan dan pencapaian pribadi atau hanya karena mereka melihat peluang pasar. Pria cenderung memulai bisnis karena pertimbangan keuangan dan lebih cenderung tertarik untuk berwirausaha dan berbeda dengan wanita (Takahashi, et al., 2014). Pengusaha wanita dimotivasi oleh faktor pendorong dan penarik (Goswami, et al., 2019). Keinginan untuk fleksibilitas atas kehidupan profesional dan pribadi mereka (McGowan et al., 2012) sebagai motivasi wirausaha utama wanita dan faktor pendorong yang mereka alami sebagian besar terkait dengan keluarga

1 mereka terutama fleksibilitas dengan anak-anak (Kirkwood, 2009).

Pada negara berkembang, motivasi utama wirausaha wanita antara lain, keinginan untuk menjadi pimpinan dan keinginan untuk meningkatkan pendapatan (Modarresi, et al., 2016; Zimmerman & Chu, 2013), pengakuan masyarakat (Ismail, et al., 2012), kebutuhan untuk berprestasi (Modarresi, et al., 2016), kebutuhan akan keseimbangan kehidupan kerja yang memadai (Marques, et al., 2018) dan masalah keuangan (Modarresi, et al., 2016). Keputusan wanita untuk mendirikan bisnisnya umumnya tidak dari satu motivasi. Keputusan wanita untuk mendirikan bisnis dipengaruhi oleh kombinasi faktor penarik dan faktor pendorong. Belum jelas dari dua faktor ini yang memberikan pengaruh lebih besar.

Tantangan dan Kewirausahaan Wanita

Keikutsertaan wanita dalam kegiatan kewirausahaan meningkat, namun terdapat hambatan yang membatasi (Ahmad, 2011; Bardasi, et al., 2011), seperti kendala dalam mengakses peluang ekonomi, sumber daya produktif, pasar, informasi, infrastruktur, teknologi, modal manusia serta jaringan yang memadai, yang akan memengaruhi kinerja juga kelangsungan usahanya (Adom & Yeboa, 2016; Ahmad, 2011; Neila, 2014; Bardasi, et al., 2011). Literatur tersebut menunjukkan bahwa penelitian di masa lalu telah menganalisis motivasi dan tantangan pengusaha wanita. Relevansi pendekatan institusional sebagai kerangka interpretatif untuk menganalisis kewirausahaan wanita diakui akhir-akhir ini (Bui, et al., 2018).

Institusi mengacu pada struktur yang stabil untuk interaksi manusia (Thornton, et al., 2011). Dalam konteks kewirausahaan, mereka menciptakan peluang (misalnya melalui kerangka hukum yang sesuai), tetapi pada saat

yang sama, juga dapat menimbulkan tantangan jika terdapat kekurangan kelembagaan (Polischuk, 2001). Dalam menganalisis keterikatan kelembagaan kewirausahaan, perbedaan antara lembaga formal dan informal memberikan kerangka kerja yang berguna (North, 2005). Lembaga formal, misalnya, mengacu pada aturan dan organisasi yang terkait dengan politik dan ekonomi, sedangkan lembaga informal mengandung nilai dan norma masyarakat yang tidak terkodifikasi. Institusi informal berakar dari masyarakat, yang berubah secara perlahan dalam jangka waktu yang lama, dan dapat bertindak sebagai batasan untuk perubahan perilaku (Williamson, 2000). Contoh lembaga formal khusus gender, yang relevan untuk mempromosikan atau menghambat kewirausahaan perempuan, termasuk konstitusi keseluruhan yang mendefinisikan peluang bagi perempuan dan laki-laki (Welter & Smallbone, 2008). Contoh lembaga informal khusus gender termasuk agama dan tradisi, yang mungkin membentuk posisi perempuan dalam masyarakat dan memengaruhi fungsi ekonomi mereka. Institusi informal, yang dimanifestasikan dalam norma budaya, tradisi, dan agama dapat menghasilkan anggapan tentang peran yang dianggap berasal dari pria dan wanita (Ali & Shabir, 2017). Misalnya, dalam konteks kewirausahaan, sebagian besar budaya mendefinisikan kewirausahaan adalah sesuatu yang maskulin (Setiawan, et al., 2020). Sebagian besar budaya barat menggambarkan peran wirausaha lebih maskulin daripada feminine (Fagenson & Marcus, 1991). Akibatnya, wanita lebih kecil kemungkinannya dari laki-laki untuk menganggap diri mereka sebagai pengusaha (Verheul, et al., 2012), bahkan tidak menganggap diri mereka sebagai pengusaha seperti pada laki-laki (Stevenson, 1990).

Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa jika lembaga memperlakukan laki-

1 laki dan wanita secara tidak setara, mereka akan diterjemahkan ke dalam harapan dan peluang yang berbeda sehingga dapat menimbulkan tantangan unik bagi pengusaha wanita. Misalnya, lembaga informal dapat menimbulkan tanggung jawab dan beban kerja tambahan pada pengusaha wanita yang tidak harus dihadapi oleh laki-laki (Welter & Smallbone, 2008). Tidak adanya dukungan kelembagaan untuk kewirausahaan wanita dapat menghalangi calon pengusaha wanita untuk melanjutkan upaya mereka dalam penerimaan sosial (Munoz & Kibler, 2016). Fenomena ini memiliki dampak negatif yang signifikan pada interaksi interpersonal pengusaha wanita dengan komunitas wirausaha lokal yang berpotensi menawarkan umpan balik yang konstruktif serta informasi pasar terbaru dan dapat dipercaya tentang peluang wirausaha (Kibler, et al., 2014; Munoz & Kibler, 2016).

Jika masyarakat toleran terhadap partisipasi wanita di luar batas kegiatan rumah tangga, maka akan menyaksikan aktivitas kewirausahaan yang lebih besar oleh wanita (Pathak, et al., 2013). Jika lembaga masyarakat memmanifestasikan legitimasi dan dukungan untuk kewirausahaan wanita, hal ini akan menarik lebih banyak pengusaha wanita ke dalam pembentukan bisnis baru. Legitimasi dapat dibina oleh lembaga formal seperti pemerintah melalui insentif pajak dan Pendidikan, dan pelatihan kewirausahaan.

Terlepas dari relevansinya, sudut pandang institusional tampaknya kurang dimanfaatkan dalam mempelajari motivasi dan tantangan kewirausahaan. Studi-studi yang ada mengadopsi kerangka kelembagaan, menekankan pada lingkungan tingkat makro dengan menggunakan analisis statistik data sekunder. Misalnya pengakuan masyarakat terhadap karir kewirausahaan memainkan peran kunci dalam memotivasi individu untuk memilih

wirausaha (Noguera, et al., 2015). Temuan (Fuentelsaz, et al., 2015) mencerminkan pentingnya hukum yang ditegakkan oleh negara mengenai kebebasan bisnis, yang menarik individu untuk berwirausaha.

Penggunaan data tingkat makro dan analisis statistik, mengabaikan pengalaman dan pendapat pengusaha yang dapat menyebabkan pemahaman yang terbatas tentang fenomena tersebut (Bryman & Bell, 2015). Hal ini membuat tidak mungkin memahami bagaimana motivasi dan tantangan pengusaha wanita muncul dari pengaruh institusional. Berdasarkan fenomena di atas dan sejalan dengan literatur terbaru yang menyoroti pentingnya lembaga dalam membentuk motivasi dan tantangan pengusaha wanita (Bui, et al., 2018; Roomi, et al., 2018), penelitian ini mengadopsi pendekatan wawancara untuk menganalisis motivasi dan tantangan pengusaha wanita dalam kerangka kelembagaan.

Untuk menggali pengalaman pengusaha wanita, perlu dinilai posisi wanita dalam konteks wilayah penelitian (Bui, et al., 2018). Pengakuan berbagai pelaku yang ikut serta dalam proses kewirausahaan, kapan, di mana, dan dalam kondisi kelembagaan apa proses kewirausahaan muncul (Ettl & Welter, 2010). Pelaku dalam proses kewirausahaan, menunjukkan bahwa orang dan keadaan wilayah dapat dianalisis jika dipertimbangkan bersama-sama (Spedale & Watson, 2013).

Metode Penelitian

Metode kualitatif penting dalam penelitian kewirausahaan (Perren & Ram, 2004). Selain itu, penelitian di bidang kewirausahaan wanita mengarah pada pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana wanita melakukan bisnisnya (McGowan, et al., 2012). Metodologi kualitatif diadopsi untuk penelitian ini berdasarkan wawancara semi-terstruktur, mendalam, eksplorasi dengan pengusaha wanita, yang memungkinkan mereka

1 untuk menyuarkan sejarah dan pengalaman masing-masing. Pendekatan wawancara memungkinkan menangkap realitas sosial pengusaha perempuan dalam bahasa mereka sendiri dan perspektif subjektif mereka tentang motivasi dan tantangan kewirausahaan.

Wanita Dayak yang berada pada Desa Pampang menjadi populasi penelitian. Data dikumpulkan dari informan yang dipilih purposif, terdiri dari 10 wanita pengusaha di Desa Pampang, sebuah desa budaya yang berada di Kalimantan Timur. Pengusaha di sini merupakan wanita pemilik bisnis (Langevang, et al., 2012). Data dan dokumentasi yang mendukung digunakan untuk menganalisis motivasi dan tantangan pengusaha dalam berbagai jenis bisnis yang mereka lakukan.

Subjek diperoleh dengan mendatangi langsung Desa Pampang dengan wawancara langsung dan mewawancarai secara masif. Wawancara dilakukan pada bulan Juni sampai Agustus 2021 di lokasi usaha informan. Wawancara dilakukan secara tatap muka. Wawancara tatap muka lebih disukai daripada wawancara melalui telepon karena melibatkan partisipasi yang lebih kuat. Selain itu, memungkinkan pewawancara untuk mengamati bahasa tubuh tertentu (ketidaknyamanan, kebingungan, dan lain-lain) untuk sepenuhnya memahami jawaban dari sebuah pertanyaan.

Informan diwawancarai terkait pertanyaan tentang demografi dan bisnis, seperti usia, status perkawinan, pendidikan dan latar belakang sosial, sifat bisnis mereka, kapan mereka memulai bisnis mereka saat ini. Penting untuk memahami mengapa individu memutuskan untuk mendirikan usaha, karena motivasi berkembang dari waktu ke waktu. Melalui pertanyaan awal kami mencoba untuk mendapatkan "kisah" informan menjadi seorang pengusaha, sehingga menyoroti motivasi mereka. Informan yang diwawancarai ditanyai

pertanyaan yang berkaitan dengan motivasi mereka dalam menjalankan operasi bisnis sehari-hari, hambatan yang mereka hadapi, saat-saat kritis dalam bisnis dan frustrasi. Informan juga diminta untuk menceritakan tentang konflik antara usaha dan keluarga mereka.

Setiap wawancara dilanjutkan selama kurang lebih 25-30 menit. Pewawancara membuat catatan pribadi dan menuliskan pemikiran pertama setelah setiap wawancara. Wawancara yang dilakukan dalam bahasa Indonesia. Salah satu informan yang kurang faham bahasa Indonesia, namun beliau didampingi anaknya. Isi wawancara dianalisis oleh penulis secara independen agar tidak saling bias. Penulis kemudian mendiskusikan dan mengkategorikan tanggapan sesuai tema dengan frekuensi tanggapan dan kutipan pendukung.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Sebanyak 10 wanita berpartisipasi dalam penelitian, semuanya tinggal dan menjalankan bisnis mereka di Desa Pampang Kota Samarinda Kalimantan Timur. Ringkasan latar belakang pribadi pengusaha dan konteks bisnis adalah sebagai berikut. Para peserta berusia antara 24 hingga 52 tahun pada saat wawancara. Delapan dari peserta menikah, satu orang memiliki satu anak, tiga orang lainnya memiliki dua anak, dua orang berikutnya memiliki tiga anak dan dua orang lainnya memiliki lebih dari tiga anak. Terbukti bahwa lebih dari separuh peserta memiliki tanggung jawab keluarga atau peran kepedulian pada tingkat tertentu. Tujuh dari pengusaha wanita yang diwawancarai memiliki pendidikan tertinggi Sekolah Menengah Atas (SMA), sedangkan sisanya adalah lulusan di bawah SMA. Enam peserta yang telah memperoleh pelatihan formal terkait bisnis yang diselenggarakan pemerintah. Sifat sampel yang berpendidikan menengah merupakan

1 cerminan dari gaya hidup pedesaan Pampang (Tabel 1).

Pengusaha wanita sebagai sampel penelitian ini beroperasi di berbagai bidang, pengrajin manik, penjual pernak pernik dan tenun khas Dayak. Sampel menunjukkan bahwa pengusaha wanita di Desa Pampang terikat pada pekerjaan yang melestarikan budaya Dayak. Usia rata-rata bisnis adalah tujuh tahun. Tujuh dari perempuan tersebut memperoleh modal awal mereka dari tabungan pribadi; dua dari keluarga dan teman; dan

hanya satu responden yang mendapatkan tambahan modal dari bank.

Hasil analisis wawancara mengungkapkan empat faktor motivasi dalam kegiatan wirausaha wanita. Kutipan wawancara motivasi utama dan tantangan yang diambil dari informan yang diwawancarai tersaji pada lampiran. Dari tabel tersebut dapat di lihat bahwa subjek penelitian memulai usaha mereka sendiri termotivasi oleh berbagai faktor. Melakukan sesuatu yang kreatif dan inovatif dianggap sebagai motivasi terpenting oleh 6 dari 10 wanita.

Tabel 1. Data Informan Penelitian

Informan	Usia	Status	Pendidikan	Jenis Usaha	Usia Usaha
A	55	Menikah	SD	Meronce manik-manik	15 tahun
B	26	Belum Menikah	SMA	Toko oleh oleh	2 tahun
C	24	Belum Menikah	SMA	Toko kelontong	1 tahun
D	45	Menikah	SMP	Toko oleh oleh makanan	9 tahun
E	44	Menikah	SMA	Produksi perhiasan manik-manik	21 tahun
F	36	Belum Menikah	SMA	Penjualan manik dan tenun <i>online</i>	1 tahun
G	30	Menikah	S-1	Toko manik dan tenun konvensional dan <i>online</i>	2 tahun
H	45	Menikah	SMA	Produksi manik-manik	10 tahun
I	32	Menikah	SMA	Pemasok bahan kerajinan Dayak	3 tahun
J	40	Menikah	SMA	Toko manik dan pakaian	6 tahun

Motivasi Pengusaha Wanita Dayak

Informan F, berusia 36 tahun, menjalankan bisnis penjualan manik dan tenun secara *online*. Dia awalnya bekerja di Samarinda sebagai tenaga profesional pemasaran. Dorongan untuk kreativitas membuatnya berhenti dari pekerjaan dan dia memutuskan untuk memulai bisnisnya sendiri. Informan F menyatakan: “Motivasi untuk memulai usaha sendiri adalah untuk menciptakan

sesuatu dan untuk menghasilkan kesempatan bagi orang lain. Saya selalu merasa terinspirasi oleh orang-orang luar biasa yang percaya pada sebuah penciptaan produk”. Informan F terinspirasi oleh pimpinannya yang merupakan seorang wanita ketika dia bekerja di Samarinda, yang mengatakan bahwa seseorang dapat melakukan apa saja terlepas dari jenis kelamin mereka. Hal tersebut mempunyai dampak yang

¹ mendalam pada dirinya. Sehingga pada suatu titik ketika dia merasa bahwa penjualan manik dan tenun secara *online* bisa menjadi ide baru, dia memutuskan untuk berhenti bekerja dan mendirikan usaha sendiri. Dia masih merasa bahwa tantangan dan kreativitas adalah sesuatu yang memotivasinya setiap hari untuk berbuat lebih baik dan lebih banyak lagi untuk usahanya.

Untuk melestarikan budaya Dayak dan menjadi mandiri adalah motivasi penting bagi 10 wanita Dayak. Informan E, 44 tahun, mengungkapkan bahwa keinginannya untuk tetap melestarikan budaya Dayak dan juga mandiri membuatnya memulai usaha sendiri. Dia mengatakan bahwa uang bukanlah daya tarik utama baginya, tetapi dia ingin memiliki usaha sendiri sejak usia muda dan baginya kalau tidak diteruskan, maka budaya Dayak dalam menciptakan manik-manik akan punah. Kecintaannya pada tantangan membuatnya melangkah ke produksi manik-manik khas Dayak. Melestarikan budaya Dayak yang merupakan salah satu budaya tertua di Indonesia dianggap penting oleh seluruh informan. Dua orang yang diwawancarai (A dan B) berbagi cerita menarik tentang bagaimana budaya Dayak memotivasi mereka untuk memulai usaha.

Informan A, yang meronce manik ke dalam berbagai perhiasan dan bahan baju Dayak menganggap dirinya sebagai wirausaha karena keahlian yang diperoleh dari orangtuanya. Informan B, seorang wanita berusia 26 tahun adalah seorang ibu rumah tangga, membuka toko oleh-oleh khas Dayak dua tahun lalu karena dia harus membantu keuangan suami yang juga bekerja sebagai pemasok ke instansi dan pemerintah oleh-oleh khas Dayak. Karena pandemi maka instansi dan pemerintah jarang membuat kegiatan, sehingga B merasa harus turun tangan membantu untuk memasarkan berbagai produk kerajinan tangan khas Dayak agar jangsan sampai ditinggalkan pembeli. "Saya menganggap usaha ini sebagai

sarana untuk melestarikan budaya Dayak dan merasa bangga menciptakan lapangan kerja bagi saya atau bagi orang lain, jika nanti usaha ini maju."

Informan G memiliki cerita yang mirip dengan informan F. Dia adalah pegawai pemerintah, pekerjaan yang sangat diidamkan oleh wanita umumnya. Motivasi kembar baginya untuk memulai usaha adalah untuk mendapatkan identitas diri dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat. "Pendidikan adalah media yang kuat untuk perubahan sosial, sebuah motivasi penting bagi saya dalam memulai pekerjaan ini adalah untuk memberikan pendidikan berkualitas kepada generasi muda untuk berkontribusi pada proses perubahan sosial. Tiga informan yang merasa bahwa melanjutkan bisnis keluarga merupakan motivasi penting bagi mereka. Tak satu pun dari para informan yang menyatakan bahwa motivasi finansial semata untuk memulai bisnis mereka atau menggunakan kata-kata seperti "kebutuhan". Mereka menekankan manfaat intrinsik bekerja untuk diri mereka sendiri dan melestarikan budaya Dayak. Misalnya, informan D yang memiliki telinga panjang (merupakan budaya wanita dayak yang hampir punah) berpendapat bahwa: "Uang tidak lebih dari alat untuk bertahan hidup". Bagi saya, berwirausaha bukan tentang menghasilkan uang tetapi itu adalah cara memberi kehidupan, saya suka orang yang datang ke desa budaya Pampang mengetahui adat dan budaya suku Dayak yang akan tetap kita jaga.

Diskusi di atas dengan jelas menunjukkan bahwa sampel yang diwawancarai dari penelitian ini dimotivasi oleh berbagai faktor. Hanya dua dari informan yang percaya bahwa ketidakmampuan menemukan pekerjaan yang baik menjadi salah satu motivasi mereka untuk menjadi seorang wirausaha. Hasil yang dirangkum dalam lampiran mengungkapkan bahwa pengusaha wanita Dayak yang diteliti

¹ menghadapi tiga jenis tantangan, yaitu budaya, pribadi, dan ekonomi. Pengusaha perempuan menghadapi tantangan budaya yang mengakar, terutama karena mereka beranggapan bahwa jika tidak mereka yang melestarikan budaya mereka, siapa lagi. Dari 10 wanita Dayak yang diwawancarai, 5 informan menyatakan keluarga kurang mengakui kemampuan mereka sebagai wirausahawan profesional.

Tantangan Pengusaha Wanita Dayak

Informan yang diwawancarai, yang beroperasi di lini bisnis *online* menghadapi tantangan yang lebih besar dalam hal penerimaan sebagai pengusaha, disebabkan usaha yang masih relatif baru. Informan G menghadapi tantangan bahwa memasuki digitalisasi *online* memerlukan pengetahuan di bidang IT sehingga tidak semua orang dapat dengan mudah memasukinya. Dia menemui kesulitan yang signifikan dalam meyakinkan keluarganya sendiri tentang memilih jalur ini untuk usaha kewirausahaannya. Informan I yang merupakan pemasok bahan baku pembuatan manik manik, merasa: "tantangan yang saya hadapi saat menjalankan bisnis saya terkait dengan gender." Persepsi umum masyarakat bahwa wirausaha membutuhkan keterampilan dalam penanganan publik. Lebih lanjut dia menambahkan bahwa vendor tempat dia membeli bahan baku juga merasa bahwa pemasok wanita hampir tidak membutuhkan input dalam jumlah besar. Pengamatan ini konsisten dengan (Martin & Barnard, 2013), yang mencatat bahwa pengusaha wanita yang bekerja dalam kegiatan kewirausahaan yang didominasi oleh laki-laki menghadapi tantangan unik yang berbeda dari mereka yang bekerja di lini kegiatan bisnis yang lebih seimbang gender.

Mencapai keseimbangan kehidupan kerja adalah tantangan besar lain yang dihadapi oleh semua orang yang diwawancarai yang sudah menikah. Mereka merasa bahwa seorang istri dan

menantu Dayak memiliki sejumlah tanggung jawab yang harus dilakukan. Ekspektasi peran gender ini menciptakan tekanan tambahan pada mereka yang tidak menjadi masalah bagi laki-laki. Informan J yang menjalankan usaha bersama suaminya menyatakan: "Jika saya dan suami sama-sama berangkat kerja dan ada tamu yang datang, jelas saya harus tetap di belakang dan mempersiapkan segala sesuatu." Informan B merasa bahwa keseimbangan kehidupan kerja merupakan tantangan penting baginya. Dia berkomentar: "Saya merasa bersalah ketika saya tidak dapat memberikan makanan kepada anak saya tepat waktu. Saat itu saya menyesal menjalankan bisnis ini." Keseimbangan kehidupan kerja adalah tantangan yang besar bagi mereka yang tidak memiliki asisten rumah tangga. Informan B yang menjalankan usaha toko oleh-oleh merasa bahwa dia harus terus-menerus mengatur pekerjaan dan rumah secara berimbang. Setelah berjualan, dia harus menyiapkan makan malam untuk keluarga dan membuat anaknya belajar.

Memperoleh akses ke pendanaan tidak disebutkan secara eksplisit sebagai tantangan oleh sebagian besar informan. Tujuh dari sepuluh informan membiayai bisnis mereka secara eksklusif dari tabungan pribadi mereka dan bahkan tidak mendekati lembaga keuangan. Tabungan pribadi adalah sumber utama pembiayaan wirausaha kecil (Trivedi & Gaur, 2015), sementara salah satu informan merasa bahwa mendapatkan keuangan merupakan tantangan yang lebih besar bagi pengusaha wanita dibandingkan laki-laki. Sebagian investor khawatir memberikan dana kepada wanita yang belum menikah, bagaimana dia akan mencapai keseimbangan kehidupan kerja setelah menikah. Saran yang diberikan investor untuk memiliki pasangan pria untuk memastikan bahwa bisnisnya bertahan di tahun-tahun mendatang. Informan J mengatakan bahwa pengusaha perempuan memiliki

1 akses yang lebih baik dalam keuangan, karena dia sendiri bisa mendapatkan pinjaman bank yang merupakan skema baru dan memiliki bunga sangat rendah.

Para pengusaha perempuan juga menghadapi tantangan terkait sumber daya manusia. "Mendapatkan tenaga kerja terampil di Desa Budaya Pampang adalah tantangan besar. Tenaga kerja di Desa Budaya Pampang tidak cukup menerima untuk mempelajari keterampilan baru," jelas A yang diwawancarai yang menjalankan bisnis meronce manik-manik. Informan E yang terlibat dalam produksi perhiasan manik-manik menambahkan bahwa kurangnya kesempatan tenaga kerja terampil, karena mereka tidak memiliki gairah dan terlalu sibuk dengan mencari pekerjaan di kota pada pekerjaan yang sesuai jam kerja delapan sampai lima. Selain itu, dua informan A dan E juga mengatakan bahwa tenaga kerja terkadang menjadi santai karena bekerja di bawah "bos wanita".

Tantangan lain yang dihadapi pengusaha perempuan di Desa Budaya Pampang adalah kurangnya jaringan yang kuat, informan H mengatakan: "Saya kekurangan koneksi atau jaringan, seandainya ada yang dapat menghubungkan saya ke banyak teman atau relasi yang dapat membantu memasarkan usaha saya, mungkin kita dapat tumbuh bersama dan saling mendukung". Jika pemerintah membuat beberapa skema jaringan atau menyelenggarakan lokakarya, sejumlah pengusaha perempuan dapat saling berhubungan. Informan kami merasa bahwa lingkungan ekonomi, termasuk pemerintah daerah juga memiliki beberapa tantangan. Beberapa di antaranya, situasi pandemi Covid-19 menjadikan pengurangan mobilitas, sehingga orang yang berkunjung ke Desa Budaya Pampang dan membeli produk Khas Dayak jauh berkurang.

Selain itu, dua informan yang diwawancarai menganggap komunikasi

(khususnya bahasa Inggris) dan menghadapi teknologi baru sebagai hambatan tambahan dalam operasional mereka sehari-hari. Salah satu dari mereka mengatakan bahwa dia menghadapi kesulitan dalam berkomunikasi jika menghadapi wisatawan luar negeri. Karena kondisi tersebut, dia terkadang merasa kurang percaya diri. Dia mengaitkan ini dengan "pendidikan berkualitas tidak begitu baik" yang dia terima selama masa kecilnya.

Pembahasan

Motivasi Pengusaha Wanita Dayak

Penelitian ini berusaha untuk mengeksplorasi motivasi dan tantangan pengusaha perempuan yang menjalankan usaha kecil di Desa Pampang, Kalimantan Timur. Sejumlah studi tentang kewirausahaan wanita menunjukkan bahwa pengusaha wanita memulai bisnis mereka karena faktor pendorong motivasi ekonomi seperti menghasilkan pendapatan tambahan (Georgellis & Wall, 2005; Kirkwood, 2009; Bardasi, et al., 2011). Namun temuan penelitian ini menunjukkan bahwa faktor pendorong dan motivasi ekonomi bukanlah alasan utama bagi pengusaha wanita Dayak di Desa Budaya Pampang, sesuai (Ismail, et al., 2012; Itani, et al., 2011; Modarresi, et al., 2016; Tlaiss, 2015). Pola yang diidentifikasi dalam wawancara menunjukkan bahwa faktor intrinsik seperti dorongan untuk melestarikan budaya. Wanita bukan diharuskan untuk bekerja atau mungkin memilih untuk tidak bekerja (Tlaiss, 2015). Dominasi faktor penarik dalam penelitian ini mungkin merupakan cerminan dari karakteristik sampel seperti latar belakang pedesaan dan tingkat pendidikan. Mirip dengan konteks Arab (Itani, et al., 2011; Tlaiss, 2015), nilai-nilai budaya Dayak tidak memposisikan wanita sebagai penyedia keuangan, sehingga wanita di Desa Pampang memandang wirausaha sebagai pilihan

¹ pribadi mereka daripada sarana untuk menghasilkan uang. Sejalan dengan literatur sebelumnya (Fuentelsaz, et al., 2015; Noguera, et al., 2015), hasil penelitian ini menunjukkan peran lembaga formal dan informal dalam membentuk motivasi wirausaha wanita karena terdapat informan yang secara eksplisit mengidentifikasi peran pemerintah atau dukungan sosial sebagai motivasi untuk memulai suatu usaha. Sebagian besar wanita menunjukkan kurangnya dukungan kebijakan insentif keuangan, sementara yang sebagian menjelaskan ketidakefektifan lembaga keuangan dalam memberikan dorongan untuk kewirausahaan wanita di Desa Pampang.

Tantangan Pengusaha Wanita Dayak

Temuan lebih lanjut menunjukkan bahwa lembaga dalam masyarakat menimbulkan tantangan daripada dukungan kepada pengusaha wanita. Tantangan yang dikemukakan oleh informan berasal dari lembaga informal dan formal. Namun, tantangan yang ditekankan oleh sebagian besar informan tampaknya lebih terkait dengan lembaga informal. Para wanita pengusaha yang diwawancarai mengungkapkan bahwa kemampuan mereka sebagai pengusaha tidak diakui oleh masyarakat (Bui, et al., 2018; Roomi et al., 2018). Selain itu, norma budaya yang tercermin dalam distribusi peran spesifik gender menghasilkan masalah keseimbangan kehidupan kerja yang dihadapi oleh semua informan menikah. Isu keseimbangan hidup menegaskan kembali peran lembaga informal dalam memengaruhi aktivitas wirausaha perempuan. Cara pandang tradisional menganggap pekerjaan rumah tangga sebagai tanggung jawab utama perempuan. Kendala yang terjadi dalam keluarga dan tanggung jawab pengasuhan dapat bertindak sebagai faktor penarik ekstrinsik menuju kewirausahaan karena wanita mencari fleksibilitas dan yang memungkinkan mereka bekerja untuk diri

mereka sendiri (Winn, 2005). Namun, sebagaimana dibuktikan dalam literatur, dan seperti yang terjadi dalam penelitian ini, kewirausahaan tidak selalu memberikan fleksibilitas seperti itu (Jennings & Brush, 2013), sering kali memberikan tekanan tambahan pada wanita saat mereka berjuang untuk mencapai keseimbangan kerja, keluarga dan pemenuhan kebutuhan merupakan peran yang diharapkan masyarakat dari mereka.

Temuan lain yang diperoleh dalam penelitian ini bahwa lembaga informal juga memengaruhi aspek bisnis pada pengusaha wanita, seperti pendanaan dari lembaga keuangan, penciptaan jaringan, dan pengelolaan tenaga kerja. Jaringan kewirausahaan sebagai fenomena yang dipengaruhi budaya (Luczak, et al., 2010; Surangi, 2018). Misalnya, narasi mencerminkan bahwa dalam konteks jaringan, perempuan lebih bergantung pada konteks sosial daripada keputusan individu mereka. Meskipun mengetahui manfaat jaringan, pengusaha perempuan tidak dapat keluar dan bersosialisasi seperti laki-laki. Beberapa tantangan terkait dengan lembaga formal seperti kurangnya kualitas pendidikan dan perubahan kebijakan ekonomi akibat Covid-19 yang tidak terduga dikutip oleh beberapa orang yang diwawancarai. Namun, tantangan yang muncul dari lembaga formal tidak spesifik gender. Hasil ini menyoroti bahwa meskipun wanita Dayak di Desa Budaya Pampang dibatasi oleh serangkaian pengaruh sosial budaya yang kompleks, mereka masih mampu menggali peluang wirausaha dan membuat pilihan karir mereka sendiri, tindakan yang dengan jelas menunjukkan agensi. Para wanita Dayak dalam sampel menunjukkan pilihan mereka dengan melakukan upaya untuk mengatasi tantangan bukan dengan mencari dukungan eksternal tetapi melalui kekuatan kemauan mereka dan menerima serta mencintai tantangan.

1 Kesimpulan

Penelitian menganalisis faktor motivasi dan tantangan pengusaha perempuan yang menjalankan usaha di Desa Budaya Pampang, Kalimantan Timur. Pengusaha wanita yang bergerak di berbagai bidang yang berhubungan dengan budaya kerajinan suku Dayak, menunjukkan bahwa melestarikan budaya Dayak adalah motivasi utama untuk memulai usaha mereka. Pengusaha Wanita di Desa Budaya Pampang dimotivasi oleh berbagai faktor saat melakukan kegiatan kewirausahaan.

Tantangan yang dihadapi pengusaha wanita berasal dari lembaga informal dan formal. Tantangan signifikan yang dihadapi pengusaha wanita adalah kemampuannya sebagai pengusaha profesional tidak diakui masyarakat. Tantangan yang muncul dalam aspek bisnis lainnya, seperti pengadaan keuangan, menciptakan jaringan dan mengelola karyawan. Tantangan terkait dengan lembaga formal seperti kurangnya kualitas pendidikan dan perubahan kebijakan pemerintah yang melarang mengadakan pertemuan selama pandemi Covid-19 menjadikan wisatawan yang datang ke desa wisata Pampang menjadi sangat berkurang sehingga berakibat pendapatan mereka juga berkurang.

Hasil lain ditemukan bahwa pengusaha wanita Dayak di Desa Budaya Pampang ingin sukses dalam karir, tetapi pada saat yang sama, menjaga keseimbangan kewajiban keluarga dan karir usaha mereka. Mereka mencoba untuk menyeimbangkan tuntutan dan peran yang berbeda dalam bisnis dan keluarganya. Mereka gigih untuk mewujudkan keinginan mereka untuk mandiri. Mereka tidak melawan adat istiadat, tetapi tidak membatasi kemampuan dan keinginan mereka berwirausaha.

Implikasi Kebijakan

Temuan penelitian ini memiliki beberapa implikasi penting baik untuk literatur tentang kewirausahaan wanita dan pembuatan kebijakan. Temuan memperkuat pentingnya peran lembaga informal sebagai kendala bagi kewirausahaan wanita. Upaya penelitian di masa depan dapat diarahkan untuk menemukan ketidakefektifan lembaga formal dalam mempromosikan atau memotivasi kewirausahaan wanita. Dalam hal implikasi kebijakan, temuan menyoroti bahwa untuk mendorong kewirausahaan wanita, dilakukan reformasi yang paling mendasar dengan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kemampuan wanita sebagai wirausaha. Tujuan tersebut dapat diupayakan dengan melakukan optimisasi pengusaha wanita melalui media, materi pendidikan, dan literatur akademis. Diskusi tentang kontribusi yang diberikan oleh pengusaha wanita dalam perekonomian masyarakat dan keluarga di media, akan membantu mengubah pola pikir masyarakat dan meningkatkan kepercayaannya pada kemampuan wanita sebagai pengusaha. Media juga dapat membantu membuat profil kisah sukses pengusaha perempuan, tidak hanya dalam bisnis tetapi juga dalam mengelola keseimbangan kehidupan keluarga.

Pemerintah juga dapat mengambil inisiatif untuk mengorganisir program, di mana pemilik bisnis wanita dilakukan pelatihan dan mereka yang sukses dapat menceritakan pengalaman mereka kepada pengusaha wanita yang baru memulai usahanya. Temuan lebih lanjut mengungkapkan bahwa pengusaha wanita di Desa Budaya Pampang kekurangan koneksi. Oleh karena itu, pemerintah harus mengambil inisiatif untuk membentuk organisasi dan jaringan bisnis formal di mana wanita lebih terwakili sebagai pengusaha, mereka akan belajar dari kesalahan satu sama lain dan berbagi sumber daya dan informasi. Jejaring dapat membantu wanita untuk

1
menyelaraskan tujuan mereka satu sama lain, membeli satu sama lain sehingga menciptakan peluang kemitraan. Jaringan juga dapat memfasilitasi pengenalan pasar dan investor. Pemerintah harus mempromosikan keterwakilan wanita di pameran perdagangan internasional dan lokal. Ini akan membantu meningkatkan visibilitas pengusaha wanita, membina jaringan dan mengidentifikasi pembeli potensial. Akhirnya, masalah sumber daya manusia di Desa Budaya Pampang harus ditangani oleh pemerintah daerah dengan cara meningkatkan tingkat pendidikan dan keterampilan pada usaha kecil.

Ucapan Terima kasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada Majelis Litbang PP Muhammadiyah atas hibah yang diterima, sehingga bermanfaat dan berkontribusi untuk masa depan.

Daftar Pustaka

- Adom, K., & Yeboa, I. T. A. (2016). An Evaluation of Human Capital Theory and Female Entrepreneurship in Sub-Sahara Africa: Some Evidence from Ghana. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 8(4), 402–423. doi: <https://doi.org/10.1108/IJGE-12-2015-0048>
- Ahmad, S. Z. (2011). Evidence of the Characteristics of Women Entrepreneurs in the Kingdom of Saudi Arabia: An Empirical Investigation. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 3(2), 123–143. doi: <https://doi.org/10.1108/1756626111140206>
- Ali, J., & Shabir, S. (2017). Does Gender make a Difference in Business Performance?: Evidence from a Large Enterprise Survey Data of India. *Gender in Management*, 32(3), 218–233. doi: <https://doi.org/10.1108/GM-09-2016-0159>
- Bank Indonesia. (2021). *Laporan Perekonomian Provinsi Kalimantan Timur*. Diakses dari <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/lpp/Documents/Laporan%20Perekonomian%20Provinsi%20Kalimantan%20Timur%20Mei%202021.pdf>
- Bardasi, E., Sabarwal, S., & Terrell, K. (2011). How do Female Entrepreneurs Perform? Evidence from Three Developing Regions. *Small Business Economics*, 37(4), 417–441. doi: <https://doi.org/10.1007/s11187-011-9374-z>
- Bryman, A., & Bell, E. (2015). *Business Research Methods* (4th Ed). Cambridge, United Kingdom, New York.
- Bui, H. T. M., Kuan, A., & Chu, T. T. (2018). Female Entrepreneurship in Patriarchal Society: Motivation and Challenges. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 30(4), 325–343. doi: <https://doi.org/10.1080/08276331.2018.1435841>
- Ettl, K., & Welter, F. (2010). Gender, Context and Entrepreneurial Learning. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2(2), 108–129. doi: <https://doi.org/10.1108/17566261011050991>
- Fagenson, E. A., & Marcus, E. C. (1991). Perceptions of the Sex-Role Stereotypic Characteristics of Entrepreneurs: Women's Evaluations. *Entrepreneur Theory and Practice*, 15(4), 33–48. doi: <https://doi.org/10.1177/104225879101500406>

- Fuentelsaz, L., Gonzalez, C., Mañas, J. P., & Montero, J. (2015). How Different Formal Institutions affect Opportunity and Necessity Entrepreneurship. *Business Research Quarterly*, 18(4), 246–258. doi: <https://doi.org/10.1016/j.brq.2015.02.001>
- Georgellis, Y., & Wall, H. J. (2005). Gender Differences in Self-Employment. In *International Review of Applied Economics*, 19(3). doi: <https://doi.org/10.1080/0269217050119854>
- Ghofar, M. (2021). *Pemprov Kaltim Berupaya Dorong Jumlah Perempuan Pelaku UMKM*. Diakses dari <https://kaltim.antaranews.com/berita/129733/pemprov-kaltim-berupaya-dorong-jumlah-perempuan-pelaku-umkm>
- Goswami, K., Hazarika, B., & Handique, K. (2019). Socio-cultural motivation in women's entrepreneurship: Exploring the handloom industry in Assam. *Asian Journal of Women's Studies*, 25(3), 317–351. doi: <https://doi.org/10.1080/12259276.2019.1637391>
- Irawan, H., Ayuningrum, F. T., Hutajulu, R. S., Nurhalimah, N., Amin, Y. F., Rosiana, N., Rakhmawan, S. A., & Indriyantika, D. F. (2020). *Analisis Mobilitas Tenaga kerja Hasil Survei Angkatan Kerja Nasional 2020*. Diakses dari <https://www.bps.go.id/publication/2021/11/17/bf53c37506d4a38a2a700f5a/analisis-mobilitas-tenaga-kerja-hasil-survei-angkatan-kerja-nasional-2020.html>
- Ismail, H. C., Shamsudin, F. M., & Chowdhury, M. S. (2012). An Exploratory Study of Motivational Factors on Women Entrepreneurship Venturing in Malaysia. *Business and Economic Research*, 2(1), 1–13. doi: <https://doi.org/10.5296/ber.v2i1.1434>
- Itani, H., Sidani, Y. M., & Baalbaki, I. (2011). United Arab Emirates female entrepreneurs: Motivations and frustrations. *Equality, Diversity and Inclusion*, 30(5), 409–424. doi: <https://doi.org/10.1108/0261015111150654>
- Iyer, M. R. (2016). Development Research a Study on Problems Faced by Women Entrepreneurs in. *International Journal Development Research*, 6(7), 8616–8620.
- Jennings, J. E., & Brush, C. G. (2013). Research on Women Entrepreneurs: Challenges to (and from) the Broader Entrepreneurship Literature?. *Academy of Management Annals*, 7(1), 995–1015.
- Kibler, E., Kautonen, T., & Fink, M. (2014). Regional Social Legitimacy of Entrepreneurship: Implications for Entrepreneurial Intention and Start-Up Behaviour. *Regional Studies*, 48(6), 995–1015. doi: <https://doi.org/10.1080/00343404.2013.851373>
- Kirkwood, J. (2009). Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship. *Gender in Management*, 24(5), 346–364. doi: <https://doi.org/10.1108/17542410910968805>
- Langevang, T., Namatovu, R., & Dawa, S. (2012). Beyond Necessity and Opportunity Entrepreneurship: Motivations and Aspirations of Young Entrepreneurs in Uganda. *International Development Planning Review*, 34(4), 439–459. Diakses dari <https://www.scienceopen.com/docu>

- <https://doi.org/10.1080/08985626.2012.637351>
- ment?vid=fabf7fdb-5c9d-400c-a46d-cfad902f86fa
- Luczak, C., Neill, S. M., & Hills, G. (2010). National Culture, Market Orientation and Network-Derived Benefits: Conceptual Model for Service SME's. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 16(2), 1–20. Diakses dari <https://www.proquest.com/openview/w/516acae47eaac9cccb62f6f0351e12e/1?pq-origsite=gscholar&cbl=29726>
- Mammen, K., & Paxson, C. (2000). Women's Work and Economic Development. *Journal of Economic Perspective*, 14(4), 141–164. doi: <https://doi.org/10.1257/jep.14.4.141>
- Marques, C., Leal, C., Ferreira, J., & Ratten, V. (2018). The formal-Informal Dilemma for Women Micro-Entrepreneurs: Evidence from Brazil. *Journal of Enterprising Communities: People and Place in the Global Economy*, 14(5), 665–685. doi: <https://doi.org/10.1108/JEC-03-2016-0008>
- Martin, P., & Barnard, A. (2013). The Experience of Women in Male-Dominated Occupations: A Constructivist Grounded Theory Inquiry. *SA Journal of Industrial Psychology*, 39(2), 1–12. doi: <https://doi.org/10.4102/sajip.v39i2.1099>
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-96. doi: <https://doi.org/10.1037/h0054346>
- McGowan, P., Redeker, C. L., Cooper, S. Y., & Greenan, K. (2012). Female entrepreneurship and the management of business and domestic roles: Motivations, expectations and realities. *Entrepreneurship and Regional Development*, 24(1–2), 53–72. doi: <https://doi.org/10.1080/08985626.2012.637351>
- Minniti, M., & Naude, W. (2010). Female Entrepreneurship and Economic Activiy. *European Journal of Development Research*, 22(3), 294–312. doi: <https://doi.org/10.1057/ejdr.2010.18>
- Modarresi, M., Arasti, Z., Talebi, K., & Farasatkah, M. (2016). Women's Entrepreneurship in Iran: How are Women Owning and Managing Home-Based Businesses Motivated to Grow? *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 8(4), 446–470. doi: <https://doi.org/10.1108/IJGE-03-2016-0006>
- Munoz, P., & Kibler, E. (2016). Institutional Complexity and Social Entrepreneurship: A Fuzzy-set Approach. *Journal of Business Research*, 69(4), 1314–1318. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.098>
- Munoz, P., & Kibler, E. (2016). Institutional Complexity and Social Entrepreneurship: A Fuzzy-set Approach. *Journal of Business Research*, 69(4), 1314–1318. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.098>
- Nehad, F. (2016). *Women Entrepreneurship in Afghanistan and Succes Determinants of Afghan Women Entrepreneurs-Case Study of Kabul City*. Institute of Development Research and Development Policy. Diakses dari <https://www.semanticscholar.org/paper/Freshta-Nehad-Women-Entrepreneurship-in-Afghanistan-Nehad/38f1dd4f6ae71b90b4a3567bac19e60b8c6480f4>
- Neila, H. (2014). Cultural and Socio Economic Experiences of Female Entrepreneurs in Brazil and the

- United States: An Exploratorial and Empirical Analysis. *Journal of Women's Entrepreneurship and Education*, 2(1), 3–37. Diakses dari <https://core.ac.uk/download/pdf/44685722.pdf>
- Noguera, M., Alvarez, C., Merigo, J. M., & Urbano, D. (2015). Determinants of Female Entrepreneurship in Spain: an Institutional Approach. *Computational and Mathematical Organization Theory*, 21(4), 341–355. doi: <https://doi.org/10.1007/s10588-015-9186-9>
- North, D. C. (2005). *Understanding the Process of Economic Change*. Princeton University Press.
- Orhan, M. & Scott, D. (2001). Why Women Enter into Entrepreneurship: An Explorative Model. *Women in Management Review*, 16(5), 232-247. doi: <https://doi.org/10.1108/09649420110395719>
- Pathak, S., Goltz, S., & Buche, M. W. (2013). Influences of Gendered Institutions on Women's entry into Entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 19(5), 478–502. doi: <https://doi.org/10.1108/IJEBr-09-2011-0115>
- Perren, L., & Ram, M. (2004). Case-Study Method in Small Business and Entrepreneurial Research: Mapping Boundaries and Perspectives. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 22(1), 83–101. doi: <https://doi.org/10.1177/0266242604039482>
- Polischuk, L. (2001). *Small Businesses in Russia: Institutional Environment*. doi: <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.260042>
- Rao, V., Venakatachalam, A., & Joshi, H. G. (2012). Challenges Faced by Women Entrepreneurs Running Micro, Small and Medium Scale Fashion and Apparel Business: A Study on Fashion and Apparel Enterprises in Coastal Karnataka. *International Conference on Trade, Tourism and Management (ICTTM'2012)*, 172–175. Diakses dari <http://eprints.manipal.edu/id/eprint/139945>
- Roomi, M. A., Rehman, S., & Henry, C. (2018). Exploring the Normative Context for Women's Entrepreneurship in Pakistan: A Critical Analysis. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 10(2), 158–180. doi: <https://doi.org/10.1108/IJGE-03-2018-0019>
- Sasongko, D. (2020). UMKM Bangkit Indonesia Terungkit. Diakses dari <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- Setiawan, F. I., Sienatra, K. B., & Ary, W. W. (2020). Pengaruh Variabel – Variabel Gender-Role Orientation terhadap Intensi Berwirausaha. *Management and Sustainable Development Journal*, 2(2), 27–39. doi: <https://doi.org/10.46229/msdj.v2i2.165>
- Shastri, S., Shastri, S., & Pareek, A. (2019). Motivations and Challenges of Women Entrepreneurs: Experiences of Small Businesses in Jaipur City of Rajasthan. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 39(5), 338–355. doi: <https://doi.org/10.1108/IJSSP-09-2018-0146>

- Singer, S., Amoros, J. E., & Moska, D. (2015). *Global Entrepreneurship Monitor 2014*. Global Entrepreneurship Research Consortium, London, UK.
- Spedale, S., & Watson, T. J. (2013). The Emergence of Entrepreneurial Action: At the Crossroads between Institutional Logics and Individual Life-orientation. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 32(7), 759–776. doi: <https://doi.org/10.1177/0266242613480376>
- Stevenson, L. (1990). Some Methodological Problems Associated with Researching Women Entrepreneurs. *Journal of Business Ethics*, 9(4/5), 439–446. Diakses dari <https://www.jstor.org/stable/25072052>
- Sugiarto, E. C. (2021). *Kewirausahaan UMKM dan Pertumbuhan Ekonomi*. Diakses dari https://www.setneg.go.id/baca/index/kewirausahaan_umkm_dan_pertumbuhan_ekonomi
- Surangi, H. A. K. N. S. (2018). What Influences the Networking Behaviours of Female Entrepreneurs?: A Case for the Small Business Tourism Sector in Sri Lanka. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 10(2), 116–133. doi: <https://doi.org/10.1108/IJGE-08-2017-0049>
- Takahashi, A. R. W., Lourenco, M. L., Sander, J. A., & Souza, C. P. da S. (2014). Competence Development and Work-Family Conflict: Professors and Gender. *Gender in Management: An International Journal*, 29(4), 210–228. doi: <https://doi.org/10.1108/GM-12-2012-0100>
- Thornton, P. H., Ribeiro-Soriano, D., & Urbano, D. (2011). Socio-Cultural Factors and Entrepreneurial Activity: An Overview. *International Small Business Journal*, 29(2), 105–118. doi: <https://doi.org/10.1177/0266242610391930>
- Tlaiss, H. A. (2015). Entrepreneurial motivations of women: Evidence from the United Arab Emirates. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 33(5), 562–581. doi: <https://doi.org/10.1177/0266242613496662>
- Trivedi, M. P., & Gaur, A. (2015). The Role of Women Entrepreneurs in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). *Pacific Business Review International*, 7(7), 100–106. Diakses dari http://www.pbr.co.in/2015/2015_month/Jan/11.pdf
- Verheul, I., Thurik, R., Grilo, I., & Zwan, P. van der. (2012). Explaining preferences and actual involvement in self-employment: Gender and the entrepreneurial personality. *Journal of Economic Psychology*, 33(2), 325–341. doi: <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.02.009>
- Welter, F., & Smallbone, D. (2008). Women's Entrepreneurship from an Institutional Perspective: The Case of Uzbekistan. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(4), 505–520. doi: <https://doi.org/10.1007/s11365-008-0087-y>
- Williamson, O. E. (2000). The New Institutional Economics: taking Stock, Looking Ahead. *Journal of Economic Literature*, 38(3), 595–613. doi: <https://doi.org/10.1257/jel.38.3.595>

Winn, J. (2005). Women Entrepreneurs: Can We Remove the Barriers? *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1(3), 381–397. doi: <https://doi.org/10.1007/s11365-005-2602-8>

Zimmerman, M. A., & Chu, H. M. (2013). Motivation, Success and

Problems of Entrepreneurs in Venezuela. *Journal of Management Policy and Practice*, 14(2), 76–90. Diakses dari http://www.digitalcommons.wvu.edu/businesspress.com/JMPP/ZimmermanMA_Web14_2.pdf

Organum Pampang.pdf

ORIGINALITY REPORT

92%

SIMILARITY INDEX

92%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

ejournal.winayamukti.ac.id

Internet Source

91%

2

www.scilit.net

Internet Source

1%

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On