

BAB IV

Hasil dan Pembahasan

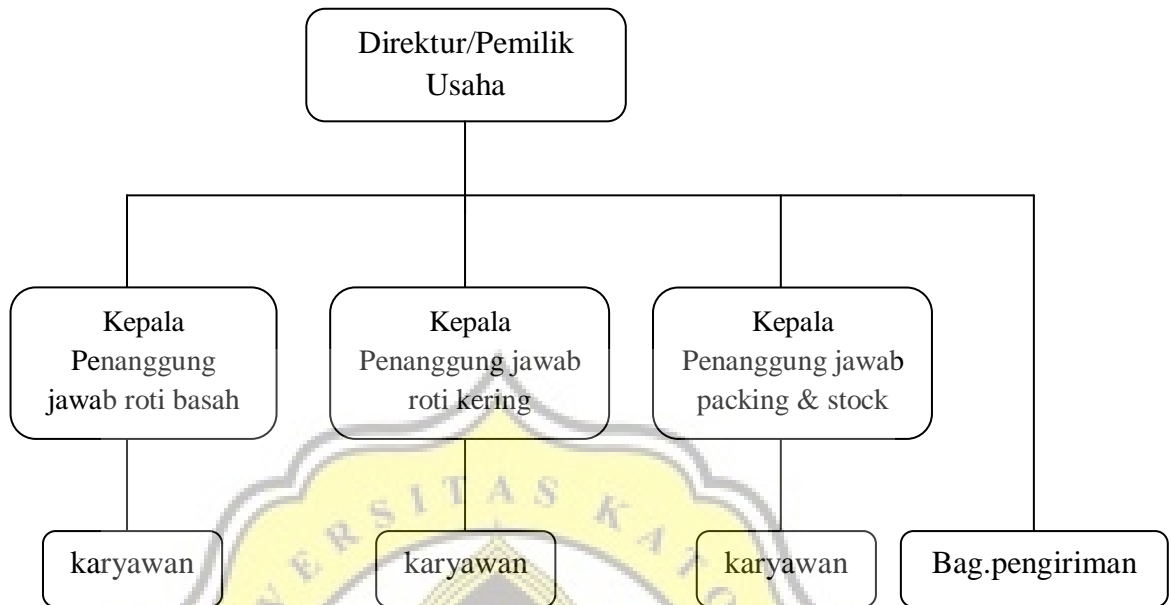
4.1. Gambaran Umum Perusahaan

Larisa *Snack* adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi makanan yaitu memproduksi aneka kue kering. Perusahaan ini berlokasi di Semarang bagian Timur tepatnya di Jl. Tlogo timur raya F-5 Semarang.

Larisa *Snack* sudah berjalan selama \pm 16 tahun, awal didirikan tahun 2001 dan dikelola oleh Wanita Pengusaha yang bernama Ibu Emiliawati. Awalnya usaha ini hanya berasal dari *hobby* Ibu Emilia saja, namun dari *hobby* menjadi pekerjaan tetap yang dijalankan oleh beliau. Larisa *snack* hanya dikerjakan oleh Ibu Emilia sendiri pada awal didirikan, lalu berkembang dibantu oleh 1 orang karyawan dan terus berkembang hingga saat ini memiliki 24 karyawan. Selain perkembangan dari jumlah karyawan, modal, omzet, mesin, dll juga mengalami perkembangan yang baik sehingga Ibu Emilia dapat dianggap berhasil dalam menjalankan bisnisnya. Setiap tahunnya selalu ada konsumen baru yang menjadi pelanggan tetap Larisa *Snack*.

Produk-produk Larisa *Snack* ditujukan untuk pasar grosir, sehingga konsumen yang dituju adalah toko-toko grosir. Toko-toko grosir itulah yang akan memasarkan produk Larisa ke toko-toko retail. Dalam menjalankan kegiatan operasional usahanya, Ibu Emilia dibantu oleh 2 orang anak dan juga 24 karyawan yang terbagi menjadi 3 bagian dan setiap bagiannya selalu ada penanggungjawab-nya masing-masing.

Adapun struktur organisasi dalam Larisa *Snack* adalah :



Gambar 4.1. Struktur Organisasi Larisa *Snack* Semarang

4.2. Analisis Data Responden

Responden dalam penelitian ini adalah Ibu Emiliawati selaku wanita pengusaha pemilik Larisa *Snack*, 2 orang anak selaku keluarga, 3 orang karyawan, dan 2 orang distributor (konsumen). Identitas responden dalam penelitian ini diamati dengan melihat usia, pekerjaan, tingkat pendidikan dan jenis kelamin dari setiap responden.

4.2.1. Responden berdasarkan usia dan jenis kelamin

Berikut merupakan persentase responden berdasarkan usia dan jenis kelamin yang diolah dalam tabel hasil penelitian :

Tabel 4.1. Responden berdasarkan usia dan jenis kelamin

Usia/th	Jenis Kelamin		Total
	Laki-Laki	Perempuan	
20-30	0	37.5%	37.5%
31-40	0	25%	25%
41-50	12.5%	0	12.5%
51-60	0	12.5%	12.5%
61-70	0	12.5%	12.5%
Total	12.5%	87.5%	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Melalui tabel diatas, terlihat bahwa kelas usia 20-30th terdapat 37.5% responden perempuan yang merupakan 3 orang responden perempuan berusia 27th,30th,dan 30th. Lalu pada rentang usia 31-40th terdapat 25% responden perempuan yang terdiri dari 2 orang responden perempuan berusia 35th dan 37th. Selanjutnya pada usia 41-50th terdapat 12.5% responden laki-laki yang merupakan 1 orang responden laki-laki berusia 43 th. Pada rentang umur 51-60 terdapat 12.5% responden perempuan yang merupakan 1 orang responden perempuan berusia 59th , dan terakhir usia 61-70th terdapat 12.5% responden wanita yang merupakan 1 orang responden perempuan berusia 63th. Secara keseluruhan dapat disimpulkan terdapat 12.5% responden laki-laki dan total 87.5% responden perempuan.

4.2.2. Responden berdasarkan tingkat pendidikan dan pekerjaan

Tabel dibawah ini merupakan tabel yang menunjukkan persentase responden berdasarkan tingkat pendidikan dan pekerjaan yang diolah dalam tabel hasil penelitian :

Tabel 4.2. Responden berdasarkan tingkat pendidikan dan pekerjaan

Pekerjaan	Tingkat Pendidikan			Total
	SMP	SMA	Perguruan Tinggi	
Karyawan	12.5%	12.5%	12.5%	37.5%
Wiraswasta	0	37.5%	25%	62.5%
Total	12.5%	50%	37.5%	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Data tabel diatas dapat diketahui bahwa Karyawan Larisa *Snack* memiliki latar belakang pendidikan yang bermacam-macam, terdapat 12.5% responden yang memiliki tingkat pendidikan SMP , 12.5% responden yang memiliki tingkat pendidikan SMA , dan 12.5% responden yang memiliki tingkat pendidikan Perguruan Tinggi. Lalu pada kategori Wiraswasta yang terdiri dari Ibu Emilia, Keluarga, dan Konsumen (distributor) Ibu Emilia , tidak ada yang memiliki tingkat pendidikan SMP, namun 37.5% responden yang terdiri dari 3 orang responden memiliki tingkat pendidikan SMA, dan 25% responden yang terdiri dari 2 orang responden memiliki tingkat pendidikan Perguruan Tinggi.

4.3. Hasil dan Pembahasan Identifikasi Faktor-Faktor yang Mendukung Kesuksesan Wanita Pengusaha Pemilik “UKM Larisa *Snack*” Semarang

Identifikasi faktor-faktor yang mendukung kesuksesan wanita pengusaha pemilik “UKM Larisa *Snack*” Semarang, diamati dengan beberapa faktor , antara lain dukungan keluarga dan ilmu pengetahuan, ketrampilan komunikasi dan pengetahuan bisnis, kompetensi produk dan kemampuan bisnis,serta ketersediaan sumber daya.

4.3.1. Dukungan Keluarga dan Ilmu Pengetahuan dalam berbahasa dan berbudaya

Dukungan keluarga dan Ilmu pengetahuan merupakan faktor yang penting dalam menunjang keberhasilan seorang usaha milik wanita pengusaha. Dalam variabel ini responden yang diambil untuk *sample* adalah pemilik usaha Larisa *Snack* yaitu Ibu Emilia dan juga 2 orang anak yang terlibat dalam kegiatan operasional usaha sehari-hari mewakili keluarga. *Sample* anak diambil untuk mengetahui seberapa besar dukungan keluarga yang diberikan kepada wanita pengusaha untuk mendukung keberhasilan usaha Larisa *Snack*. Selain itu tujuan pemilik usaha sebagai responden juga bertujuan untuk mengetahui seberapa dukungan keluarga yang diperoleh serta seberapa luas ilmu pengetahuan dalam berbudaya dan berbahasa yang dimiliki oleh Ibu Emilia sendiri.

Berikut adalah hasil jawaban responden mengenai variabel dukungan keluarga dan Ilmu pengetahuan untuk wanita pengusaha pemilik Larisa *Snack* :

Tabel 4.3. Tanggapan Responden (Wanita Pengusaha) berdasarkan dukungan keluarga dan ilmu pengetahuan dalam berbahasa dan berbudaya

No	Keterangan	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Jumlah Skor	Rata- Rata skor	Kategori
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
1.	Keluarga terdekat (anak) bersedia terlibat dalam operasional usaha Larisa <i>Snack</i> sehari-hari	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5,00	Tinggi
2.	Keluarga terdekat (anak) memberikan ide / saran berkaitan dengan pengembangan usaha	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5,00	Tinggi
3.	Anda memiliki kebiasaan untuk selalu berpikir positif dalam pengembangan usaha	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5,00	Tinggi
4.	Anda berkomunikasi dengan baik kepada	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5,00	Tinggi

	karyawan dan konsumen													
5.	Anda memiliki kebiasaan disiplin waktu dalam menjalankan usaha	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5,00	Tinggi
Rata-rata Skor													5,00	Tinggi

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Dari data pada Tabel diatas dapat diketahui tanggapan responden wanita pengusaha terhadap pertanyaan-pertanyaan tentang faktor dukungan keluarga dan ilmu pengetahuan. Dari kelima indikator tersebut , secara keseluruhan Ibu Emilia selaku wanita pengusaha pemilik Larisa *Snack* menjawab sangat setuju.

Rata-rata skor variabel dukungan keluarga dan ilmu pengetahuan pada responden wanita pengusaha sebesar 5,00 yang berarti termasuk dalam kategori tinggi. Ibu Emilia mengatakan bahwa keluarga sangat memberikan dukungan dalam menjalankan usahanya , khususnya dukungan dari anak-anak beliau. Ketersediaan anak-anak Ibu Emilia yang mau terlibat dalam usaha Larisa *Snack* contohnya menyiapkan bumbu inti, memesan bahan ke pemasok bahan baku , memberikan ide/saran dalam pengembangan usaha seperti memberikan ide alat-alat produksi yang baru, ide inovasi produk, ide dalam pemasaran sangatlah membantu dalam pencapaian kesuksesan bisnis yang dijalankan Ibu Emilia.

Selain memiliki dukungan keluarga yang tinggi, seorang wanita pengusaha juga harus memiliki ilmu pengetahuan dalam berbahasa dan berbudaya yang terbukti dari selalu berpikir positif dalam segala hal contohnya jika ada penurunan penjualan harus segera mencari ide lain sehingga usaha bisa lebih maju, memiliki cara berkomunikasi yang baik contohnya dengan menganggap karyawan sebagai salah satu pemilik usaha sehingga mereka nyaman bekerja, merasa dihargai selain itu juga harus menjalin hubungan kekeluargaan dengan konsumen. Memiliki kebiasaan disiplin waktu dalam menjalankan usaha contohnya jam kerja karyawan harus tepat waktu, memberikan gaji kepada karyawan dengan tepat waktu, memenuhi pesanan tepat waktu. Dengan berkomunikasi dengan baik kepada karyawan maupun konsumen respon yang diterima pun akan baik pula dan berimbas kepada usaha yang dijalankannya, dengan berkomunikasi yang baik maka karyawan dan konsumen pun akan memberi timbal balik dengan berkomunikasi dengan baik pula kepada Ibu Emilia.

Berikut ini adalah tanggapan anak keluarga wanita pengusaha yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.4 Tanggapan Responden (keluarga wanita pengusaha)
berdasarkan dukungan keluarga dan Ilmu pengetahuan dalam berbahasa
dan berbudaya

No	Keterangan	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Jumlah Skor	Rata- Rata skor	Kategori
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
1.	Anda bersedia terlibat dalam operasional usaha Larisa Snack sehari-hari	1	5	1	4	0	0	0	0	0	0	9	4,50	Tinggi
2.	Anda memberikan ide / saran berkaitan dengan pengembangan usaha	1	5	1	4	0	0	0	0	0	0	9	4,50	Tinggi
3.	Ibu Emilia memiliki kebiasaan untuk selalu berpikir positif dalam pengembangan usaha	0	0	2	8	0	0	0	0	0	0	8	4,00	Tinggi
4.	Ibu Emilia berkomunikasi dengan baik kepada karyawan dan konsumen	1	5	1	4	0	0	0	0	0	0	9	4,50	Tinggi
5.	Ibu Emilia memiliki kebiasaan disiplin waktu	2	10	0	0	0	0	0	0	0	0	10	5,00	Tinggi

	dalam menjalanka n usaha																			
Rata-rata skor																4,50	Tinggi			

Sumber : Data Primer yang diolah,2017

Dari tabel diatas dapat dilihat tanggapan anak pertama dan anak keempat Ibu Emilia yang memberi tanggapan dalam kuesioner mengenai faktor-faktor yang mendukung kesuksesan wanita pengusaha pemilik Larisa *Snack* Semarang terkait variabel dukungan keluarga dan ilmu pengetahuan. Pada indikator no 1 responden anak pertama menjawab sangat setuju dan responden anak kedua menjawab setuju, pada indikator no 2 responden anak pertama menjawab sangat setuju dan responden anak kedua menjawab setuju, indikator no 3 baik responden anak pertama maupun responden anak kedua menjawab setuju. Lalu pada indikator no 4 anak pertama menjawab sangat setuju dan anak kedua menjawab setuju, pada indikator terakhir yaitu no 5 baik anak pertama maupun anak kedua menjawab sangat setuju.

Dari jawaban-jawaban diatas dapat disimpulkan rata-rata skor variabel dukungan keluarga dan ilmu pengetahuan (anak pertama & anak keempat wanita pengusaha) sebesar 4,50% yang termasuk dalam kategori tinggi. Terbukti bahwa anak-anak Ibu Emilia juga menyetujui adanya dukungan keluarga yang diberikan kepada wanita pengusaha dalam hal ikut terlibat dalam kegiatan usaha sehari-hari contohnya mengawasi karyawan, menyiapkan bumbu inti. Memberikan ide/saran terkait pengembangan usaha Larisa *Snack* contohnya memberikan info

tentang alat produksi baru, memberikan ide mendaftarkan karyawan ke BPJS. Selain itu Ibu Emilia juga terbukti memiliki Ilmu pengetahuan yang baik dalam berbudaya dan berbahasa yang dapat dilihat dari kedisiplinan waktu dalam menjalankan usaha dan berkomunikasi yang baik kepada karyawan maupun para konsumen, berkomunikasi dengan baik kepada karyawan telah menjadi kebiasaan bagi Ibu Emilia contohnya selalu memberikan *briefing* yang jelas mengenai jadwal produksi, jika tidak memiliki ketrampilan komunikasi yang baik para karyawan pun tidak akan mengerti dengan mudah. Lalu contoh lain dalam kedisiplinan waktu dalam menjalankan usaha seperti membayar gaji karyawan tepat waktu, mengirimkan pesanan tepat waktu ke konsumen, dsb. selain itu Ibu Emilia pun juga selalu berpikir positif dalam pengembangan usahanya misalnya seperti mendapati penurunan penjualan beliau tidak patah semangat namun berpikir positif dan segera menemukan solusi untuk permasalahan tersebut.

Tabel 4.5. Tanggapan seluruh responden (wanita pengusaha dan keluarga wanita pengusaha) per indikator dukungan keluarga dan ilmu pengetahuan dalam berbahasa dan berbudaya

No	Keterangan	Skor tanggapan Wanita Pengusaha	Skor tanggapan keluarga wanita pengusaha	Kategori
1	Keluarga terdekat (Anak) bersedia terlibat dalam operasional usaha sehari-hari	5,00	4,50	Tinggi
2	Keluarga terdekat (anak) ikut memberikan ide/saran	5,00	4,50	Tinggi

	berkaitan dengan pengembangan usaha			
3	Ibu Emilia memiliki kebiasaan untuk selalu berpikir positif dalam pengembangan usaha	5,00	4,00	Tinggi
4	Ibu Emilia berkomunikasi dengan baik kepada karyawan dan konsumen	5,00	4,50	Tinggi
5	Ibu Emilia memiliki kebiasaan disiplin waktu dalam menjalankan usaha	5,00	5,00	Tinggi
Rata-Rata Skor		5,00	4,50	Tinggi

Sumber : Data Primer yang diolah , 2017

Dari tabel diatas, dapat dilihat dari kelima indikator ada persamaan persepsi dan perbedaan namun tidak begitu berarti karena keseluruhan masih termasuk dalam kategori tinggi. Dari dukungan keluarga seperti anak ikut terlibat dalam operasional usaha contohnya membantu menyiapkan bumbu inti, mengawasi karyawan, anak ikut memberikan ide/saran pengembangan usaha contohnya info mengenai teknologi mesin produksi yang baru, menyiapkan bumbu-bumbu inti, mengawasi karawan. Ibu Emilia memiliki kebiasaan selalu berpikir positif seperti ketika terjadi penurunan pesanan maka segera mencari ide baru supaya pesanan kembali meningkat, memiliki cara berkomunikasi yang baik bagi karyawan maupun konsumen seperti selalu mengadakan *briefing* setiap pagi ,menjalin hubungan kekeluargaan dengan para konsumen, Ibu Emilia memiliki disiplin waktu dalam menjalankan usahanya contohnya memenuhi pesanan konsumen tepat waktu , membayarkan gaji karyawa tepat waktu. Semua indikator tersebut baik

Ibu Emilia atau anaknya menjawab antara sangat setuju dan setuju dengan begitu dapat disimpulkan meskipun memiliki perbedaan persepsi namun masih dalam batas setuju dan termasuk dalam kategori tinggi.

4.3.2. Ketrampilan Komunikasi dan Pengetahuan Bisnis

Dalam mencapai kesuksesan usaha seorang wanita pengusaha harus memiliki faktor ketrampilan komunikasi dan pengetahuan bisnis.

Dalam variabel ketrampilan komunikasi dan pengetahuan bisnis terdapat beberapa indikator yang ditanyakan melalui kuesioner ke 6 orang responden. Keenam responden tersebut adalah Ibu Emilia sebagai wanita pengusaha pemilik *Larisa Snack*, 2 orang anak selaku Keluarga terdekat, dan 3 orang karyawan *Larisa Snack*.

Berikut ini adalah jawaban dari responden wanita pengusaha terkait variabel ketrampilan komunikasi dan pengetahuan bisnis :

Tabel 4.6. Tanggapan Responden (Wanita Pengusaha) berdasarkan ketrampilan komunikasi dan pengetahuan bisnis

No	Keterangan	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Jumlah Skor	Rata-Rata skor	Kategori
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
1.	Anda aktif dalam organisasi pengusaha	0	0	1	4	0	0	0	0	0	0	4	4,00	Tinggi
2.	Anda memiliki hubungan baik dengan pemasok	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5,00	Tinggi

	bahan baku dan pihak distributor														
3.	Anda mampu menawarkan dan memperkenalkan produk Larisa <i>Snack</i> dengan baik	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5,00	Tinggi
4.	Anda sering melakukan pertemuan dengan <i>staff</i>	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5,00	Tinggi
5.	Anda memiliki rasa percaya diri	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5,00	Tinggi
6.	Anda memiliki sifat rendah hati dan ramah	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5,00	Tinggi
7.	Anda menguasai semua variasi produk yang diproduksi	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5,00	Tinggi
8.	Anda mengetahui cara pembuatan produk Larisa <i>Snack</i>	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5,00	Tinggi

9.	Anda mengetahui target pasar produk Larisa <i>Snack</i>	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5,00	Tinggi
Rata-rata skor													4,89	Tinggi

Sumber : Data Primer yang diolah ,2017

Dari tabel tanggapan responden (wanita pengusaha) diatas dapat diketahui bahwa dari 9 indikator 8 diantaranya Ibu Emilia menjawab sangat setuju dan 1 pertanyaan dijawab setuju. Rata-rata skor yang diperoleh untuk variabel ketrampilan komunikasi dan pengetahuan bisnis termasuk dalam kategori tinggi karena memiliki skor 4,89. Indikator pertama menyinggung mengenai keaktifan wanita pengusaha dalam suatu organisasi perusahaan , Ibu Emilia menjawab setuju karena beliau selalu mengikuti pameran / *expo food & bakery* yang diadakan setahun 2-3 kali sehingga disaat itu beliau dapat bertemu dengan rekan-rekan seprofesinya. Beliau juga ikut keanggotaan sehingga setiap ada *expo* diberikan undangan, dengan begitu Ibu Emilia selalu dapat mengikuti apa saja perkembangan dalam dunia bakery. Selain itu beliau juga sering mengikuti seminar-seminar mengenai bahan kue ,alat-alat produksi.

Lalu pada indikator kedua yang menyebutkan Ibu Emilia memiliki hubungan yang baik dengan pemasok bahan baku dan juga pihak distributor (konsumen) , beliau menjawab sangat setuju karena menurut Ibu Emilia memiliki hubungan dan berelasi yang baik akan membuat

koneksi yang baik pula, dengan saling menghargai satu sama lain, dan selalu berlangganan membeli bahan baku dari pemasok yang sama, serta kepada konsumen (distributor) beliau sering mengunjungi secara langsung untuk sehingga terjalin hubungan yang baik. Pada indikator ketiga yaitu kemampuan menawarkan dan memperkenalkan produk Larisa *Snack* dengan baik, Ibu Emilia menjawab sangat setuju karena setiap produk yang dipasarkan Ibu Emilia sendiri lah yang telah merancang resepnya dan mengetahui segala hal tentang produk tersebut sehingga lebih mudah baginya untuk menawarkan dan memperkenalkan produknya. Beliau dapat menjelaskan detail produk dengan baik, selain itu Ibu Emilia juga selalu memberikan *sample* kepada konsumen baru ataupun konsumen lama (jika ada produk baru). Indikator keempat menyinggung tentang keseringan Ibu Emilia melakukan pertemuan dengan staff, beliau menjawab sangat setuju. Beliau selalu mengadakan pertemuan setiap pagi sebelum memulai produksi, briefing dilakukan untuk mengatur jadwal produksi untuk hari tersebut, selain itu Ibu Emilia juga sering berkunjung secara berkala ke tempat produksi untuk melakukan pengecekan secara langsung.

Pada indikator ke 5 dan ke 6 menyebutkan adanya rasa percaya diri, sifat rendah hati dan juga ramah. Ibu Emilia menjawab sangat setuju kepercayaan diri harus dimiliki karena dengan begitu usaha akan maju dengan cepat, beliau mengatakan harus memiliki kepercayaan diri untuk setiap produk yang diproduksinya pasti akan diminati oleh

konsumen dan laku dipasaran adalah salah satu contoh kepercayaan diri Ibu Emilia. Selain itu memiliki sifat rendah hati juga penting beliau mau menerima saran dan kritik dari siapapun baik dari konsumen maupun karyawan dengan begitu beliau mengetahui apa saja yang masih kurang dan harus diperbaiki , dan tidak lupa kritik dan saran tersebut harus diterima dengan senang hati .

Pada indikator ke 7 beliau juga menjawab sangat setuju untuk pernyataan kemampuan untuk menguasai semua variasi produk yang diproduksi, setiap produk yang dijual merupakan hasil inovasi resep yang dibuat oleh Ibu Emilia sehingga tentu saja beliau menguasai semua varian produk yang diproduksi. Tidak jauh berbeda dengan indikator ke 8 dan ke 9 mengenai pengetahuan cara pembuatan produk Larisa *Snack* serta pengetahuan target pasar produk Larisa *Snack*. Ibu Emilia menjawab kedua indikator tersebut dengan sangat setuju, karena semua karyawan yang bekerja di usaha ini merupakan hasil dari arahan/didikan Ibu Emilia sehingga tentu saja beliau sangat mengetahui cara pembuatan produk-produk Larisa *Snack*, dengan begitu secara otomatis target pasarnya pun ditentukan oleh Ibu Emilia sendiri karena beliau yang membuat resep dan produknya disesuaikan dengan target pasar yang dituju.

Berikut ini adalah tanggapan responden keluarga wanita pengusaha dalam variabel ketrampilan komunikasi dan pengetahuan bisnis :

Tabel 4.7. Tanggapan Responden (keluarga wanita pengusaha)

berdasarkan ketrampilan komunikasi dan pengetahuan bisnis

No	Keterangan	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Jumlah Skor	Rata-Rata skor	Kategori
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
1.	Ibu Emilia aktif dalam organisasi pengusaha	0	0	2	8	0	0	0	0	0	0	8	4,00	Tinggi
2.	Ibu Emilia memiliki hubungan baik dengan pemasok bahan baku dan pihak distributor	1	5	1	4	0	0	0	0	0	0	9	4,50	Tinggi
3.	Ibu Emilia mampu menawarkan dan memperkenalkan produk Larisa <i>Snack</i> dengan baik	1	5	1	4	0	0	0	0	0	0	9	4,50	Tinggi
4.	Ibu Emilia sering melakukan pertemuan dengan <i>staff</i>	2	10	0	0	0	0	0	0	0	0	10	5,00	Tinggi
5.	Ibu Emilia memiliki rasa percaya diri	0	0	2	8	0	0	0	0	0	0	8	5,00	Tinggi
6.	Ibu Emilia memiliki	1	5	1	4	0	0	0	0	0	0	9	4,50	Tinggi

	sifat rendah hati dan ramah														
7.	Ibu Emilia menguasai semua variasi produk yang diproduksi	2	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	5,00	Tinggi
8.	Ibu Emilia mengetahui cara pembuatan produk Larisa <i>Snack</i>	2	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	5,00	Tinggi
9.	Ibu Emilia mengetahui target pasar produk Larisa <i>Snack</i>	1	5	1	4	0	0	0	0	0	0	0	9	4,50	Tinggi
Rata-rata skor													4,56	Tinggi	

Sumber : Data Primer yang diolah,2017

Dari tabel tanggapan responden anak pertama dan responden anak kedua selaku keluarga Ibu Emilia diatas dapat diketahui adanya persamaan pendapat dan sedikit perbedaan pendapat pada sembilan indikator diatas. Rata-rata skor yang diperoleh adalah 4,56 dan termasuk dalam kategori tinggi. Pada indikator pertama Anak pertama dan kedua menjawab setuju untuk Ibu Emilia aktif dalam organisasi pengusaha , jawaban baik anak pertama maupun keempat senada dengan jawaban Ibu Emilia bahwa beliau sering mengikuti seminar maupun pameran/*Expo* . Pada indikator kedua mengenai Ibu Emilia memiliki

hubungan yang baik dengan pemasok bahan baku dan juga pihak distributor selaku konsumen Larisa *Snack* Anak Pertama menjawab sangat setuju dan anak kedua menjawab setuju, mereka menjelaskan bahwa Ibu Emilia mengenal dengan baik baik pemasok bahan baku dan juga konsumen (distributor) ,Ibu Emilia berlangganan secara tetap dengan melakukan rutin pengambilan terhadap pemasok bahan baku,pembayaran kepada pemasok bahan baku pun selalu tepat waktu sehingga hubungan yang terjalin sangat baik. Begitu pula dengan distributor selaku konsumen tetap di Larisa *Snack* ,beliau menjalin hubungan yang baik dengan setiap konsumen sehingga para konsumen pun melakukan rutin pengambilan kepada produk Larisa *Snack*.

Indikator ke 3 mengenai kemampuan wanita pengusaha dalam menawarkan dan memperkenalkan produk anak pertama menjawab setuju dan anak kedua menjawab sangat setuju. Mereka mengatakan bahwa Ibu Emilia memberikan informasi dan juga *sample* produk kepada konsumen selain itu beliau juga menemui secara langsung para konsumen baru/lama dengan menjelaskan detail produk dengan jelas.

Indikator ke4 mengenai wanita pengusaha sering melakukan pertemuan dengan staf,anak pertama maupun anak kedua menjawab sangat setuju,senada dengan jawaban Ibu Emilia,dijelaskan bahwa setiap paginya Ibu Emilia mengadakan briefing sebelum memulai kegiatan produksi dan selain itu Ibu Emilia juga melakukan pengecekan setiap hari pada proses dan juga hasil dari produk Larisa *Snack*. Pada indikator

kelima anak pertama maupun anak kedua menjawab setuju untuk pernyataan Ibu Emilia memiliki rasa percaya diri, sebagai contoh yang dijelaskan oleh anak pertama dari Ibu Emilia banyaknya pesaing yang muncul tidak membuat Ibu Emilia putus asa namun tetap percaya diri untuk menjual produknya dan mempertahankan posisi produknya agar tetap laku dipasaran . Pada indikator ke 6 anak pertama menjawab setuju dan anak kedua menjawab sangat setuju untuk pernyataan Ibu Emilia memiliki sifat rendah hati dan ramah , sifat kerendah hatian Ibu Emilia dijelaskan dengan tidak membedakan karyawan antara satu dengan lainnya,peduli terhadap karyawan ,memiliki hubungan yang baik dengan karyawan diluar jam kerja,memiliki hubungan yang baik pula dengan para konsumen diluar pekerjaan.pada indikator ketujuh sampai dengan sembilan yang membahas tentang kemampuan wanita pengusaha dalam menguasai variasi produk,pengetahuan wanita pengusaha mengenai cara pembuatan produk,serta pengetahuan mengenai target pasar produk anak pertama dan kedua memiliki pendapat yang sama. Ibu Emilia menguasai segala macam varian produk yang diproduksi serta mengetahui cara pembuatan produk Larisa *Snack* ,setiap resep yang dibuat dan menghasilkan produk Larisa *Snack* selalu melalui uji coba dan perbaikan dari Ibu Emilia dahulu ,setelah itu baru diajarkan kepada para karyawan. Begitu pula dengan target pasar produk Larisa *Snack* Ibu Emilia sendiri lah yang menentukannya.

Berikut ini adalah tanggapan responden (karyawan wanita pengusaha) pada kuesioner variabel ketrampilan komunikasi dan pengetahuan bisnis :

Tabel 4.8. Tanggapan Responden (karyawan wanita pengusaha) berdasarkan ketrampilan komunikasi dan pengetahuan bisnis

No	Keterangan	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Jumlah Skor	Rata-Rata skor	Kategori
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
1.	Ibu Emilia aktif dalam organisasi pengusaha	1	5	2	8	0	0	0	0	0	0	13	4,33	Tinggi
2.	Ibu Emilia memiliki hubungan baik dengan pemasok bahan baku dan pihak distributor	1	5	2	8	0	0	0	0	0	0	13	4,33	Tinggi
3.	Ibu Emilia mampu menawarkan dan memperkenalkan produk Larisa <i>Snack</i> dengan baik	3	15	0	0	0	0	0	0	0	0	15	5,00	Tinggi
4.	Ibu Emilia sering melakukan pertemuan dengan <i>staff</i>	3	15	0	0	0	0	0	0	0	0	15	5,00	Tinggi

5.	Ibu Emilia memiliki rasa percaya diri	1	5	2	8	0	0	0	0	0	0	0	13	4,33	Tinggi
6.	Ibu Emilia memiliki sifat rendah hati dan ramah	1	5	2	8	0	0	0	0	0	0	0	13	4,33	Tinggi
7.	Ibu Emilia menguasai semua variasi produk yang diproduksi	3	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15	5,00	Tinggi
8.	Ibu Emilia mengetahui cara pembuatan produk Larisa <i>Snack</i>	3	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15	5,00	Tinggi
9.	Ibu Emilia mengetahui target pasar produk Larisa <i>Snack</i>	3	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15	5,00	Tinggi
Rata-rata skor													4,70	Tinggi	

Sumber : Data yang diolah ,2017

Dari tabel diatas dapat diketahui tanggapan responden karyawan wanita pengusaha terkait variabel ketrampilan komunikasi dan pengetahuan bisnis. Rata-rata skor yang diperoleh adalah 4,70 dan termasuk dalam kategori tinggi. Pada indikator Ibu Emilia aktif dalam organisasi 2 dari 3 karyawan menjawab setuju dan 1 karyawan sisanya

menjawab sangat setuju, jawaban ketiga karyawan pun memiliki persamaan dengan jawaban Ibu Emilia yaitu Ibu Emilia selalu menghadiri seminar dan juga pameran *bakery*. Lalu pada indikator Ibu Emilia memiliki hubungan baik dengan pemasok bahan baku dan pihak distributor 2 dari 3 karyawan menjawab setuju dan 1 orang karyawan menjawab sangat setuju. Karyawan Larisa *Snack* mengatakan bahwa Ibu Emilia menjalin relasi yang baik dengan pemasok ataupun konsumen contohnya dengan melakukan kunjungan dan juga membayar tagihan bahan baku secara tepat waktu. Pada indikator Ibu Emilia mampu menawarkan dan memperkenalkan produk Larisa *Snack* dengan baik ketiga karyawan menjawab sangat setuju, setiap produk ditawarkan dan diperkenalkan dengan detail kepada konsumen contohnya dengan memberikan sampel ke calon konsumen baru maupun lama. Indikator Ibu Emilia sering melakukan pertemuan dengan staff dan berperan aktif didalamnya ketiga karyawan Ibu Emilia menjawab sangat setuju, mereka mengatakan bahwa setiap paginya mereka diberikan arahan atau pembagian tugas untuk melaksanakan kegiatan produksi untuk hari tersebut. Indikator kelima tentang kepercayaan diri yang dimiliki Ibu Emilia, ketiga jawaban responden karyawan 2 diantaranya menjawab setuju dan sisanya menjawab sangat setuju, mereka memberikan contoh kepercayaan diri dari Ibu Emilia seperti percaya diri dalam hal menawarkan produk, percaya diri produk yang dihasilkan laku di pasaran, percaya diri bawa produk yang

dihasilkan memiliki kualitas dan mutu yang baik, serta percaya diri ketika mengalami kegagalan produk dan mau memperbaikinya. Indikator selanjutnya mengenai sikap kerendah hatian dan sikap ramah yang dimiliki wanita pengusaha Larisa *Snack* dari 3 responden 2 diantaranya menjawab setuju dan satu lainnya menjawab sangat setuju, jawaban ketiga karyawan memiliki persamaan mereka menyebutkan wanita pengusaha Larisa *Snack* memiliki sikap ramah dan juga rendah hati, Ibu Emilia mau berbagi pengalaman dengan mereka, mau membantu ketika karyawan mengalami kesulitan masalah pekerjaan maupun diluar pekerjaan, bersikap ramah kepada karyawan baru ataupun lama tanpa membeda-bedakannya. Indikator ketujuh menyatakan Ibu Emilia menguasai semua variasi produk ketiga responden karyawan menjawab sangat setuju ,dijelaskan bahwa setiap varian yang dihasilkan dan diproduksi saat ini merupakan hasil inovasi resep dan olahan dari Ibu Emilia sendiri. Indikator selanjutnya terkait kemampuan wanita pengusaha dalam pembuatan produk ketiga responden menjawab sangat setuju , setiap produk yang diproduksi di Larisa *Snack* Ibu Emilia mengajarkan kepada setiap karyawan bagaimana cara pembuatannya yang benar dan sesuai prosedur. Indikator terakhir pada kuesioner variabel ketrampilan komunikasi dan bisnis terkait wanita pengusaha mengetahui target pasar produk Larisa *Snack* ketiga responden lagi-lagi menjawab sangat setuju, Ibu Emilia lah yang menentukan target pasar produk Larisa sehingga sudah jelas

bahwa beliau mengetahui target pasar yang cocok untuk produk yang diproduksinya. Baik jawaban dari wanita pengusaha, keluarga, maupun karyawan memiliki kesamaan pendapat pada setiap indikatornya, meskipun ada perbedaan tetapi tidak begitu berpengaruh karena perbedaannya hanya terletak pada setuju dan tidak setuju.

4.9 Tanggapan seluruh responden (wanita pengusaha, keluarga wanita pengusaha, karyawan wanita pengusaha) per indikator ketrampilan komunikasi dan pengetahuan bisnis

No	Keterangan	Skor tanggapan Wanita Pengusaha	Skor tanggapan keluarga Wanita Pengusaha	Skor tanggapan Karyawan Wanita Pengusaha	Kategori
1	Ibu Emilia aktif dalam organisasi pengusaha	4,00	4,00	4,33	Tinggi
2	Ibu Emilia memiliki hubungan baik dengan pemasok bahan baku dan pihak distributor	5,00	4,50	4,33	Tinggi
3	Ibu Emilia mampu menawarkan dan memperkenalkan produk Larisa <i>Snack</i> dengan baik	5,00	4,50	5,00	Tinggi
4	Ibu Emilia sering melakukan pertemuan dengan staff	5,00	5,00	5,00	Tinggi
5	Ibu Emilia memiliki rasa percaya diri	5,00	4,00	4,33	Tinggi
6	Ibu Emilia memiliki sifat rendah hati dan ramah	5,00	4,50	4,33	Tinggi
7	Ibu Emilia menguasai semua variasi produk yang diproduksi	5,00	5,00	5,00	Tinggi
8	Ibu Emilia mengetahui	5,00	5,00	5,00	Tinggi

	cara pembuatan produk Larisa <i>Snack</i>				
9	Ibu Emilia mengetahui target pasar produk Larisa <i>Snack</i>	5,00	4,50	5,00	Tinggi
	Rata – rata skor	4,89	4,56	4,70	Tinggi

Sumber : data primer yang diolah,2017

Dalam variabel ketrampilan komunikasi dan pengetahuan bisnis terdapat 9 indikator yang terkait dengan variabel tersebut. Indikator satu sampai dengan 9 baik Wanita pengusaha, anak pertama dan anak keempat selaku responden keluarga wanita pengusaha, dan 3 orang karyawan memiliki jawaban yang relatif sama. Adanya persamaan pendapat mengenai keaktifan Ibu Emilia dalam organisasi pengusaha contohnya selalu menghadiri pameran *bakery* mengikuti seminar mengenai bahan baku baru. Ibu Emilia memiliki hubungan yang baik dengan pemasok bahan baku maupun konsumen (distributor) contohnya melakukan kunjungan secara berkala ke konsumen dan membayar tagihan dengan tepat waktu ke pemasok bahan baku, memberikan parcel ke konsumen ketika *event* tertentu. Kemampuan Ibu Emilia dalam menawarkan dan memperkenalkan produk seperti memberikan sampel ke calon konsumen dan mampu menjelaskan produk secara detail ke konsumen. Ibu Emilia sering mengadakan pertemuan dengan staf contohnya mengadakan *briefing* setiap pagi dengan karyawan, Ibu Emilia memiliki kepercayaan diri seperti percaya diri akan produk yang diproduksinya diminati oleh konsumen,percaya diri usahanya akan selalu berkembang. Ibu Emilia memiliki sikap rendah hati dan ramah

tidak membeda-bedakan antara karyawan lama dan baru, mau membantu masalah karyawan diluar pekerjaan. Ibu Emilia mampu menguasai variasi produk karena setiap produk beliau yang membuat resepnya sehingga beliau menguasai semua variasi produk , Ibu Emilia mengetahui cara pembuatan produk, serta Ibu Emilia mengetahui target pasar produknya karena semuanya adalah hasil olahan beliau sehingga setiap produk beliau dapat membuatnya serta targer pasarnya pun ditentukan oleh beliau. Hasil rata-rata skor dari semua responden masuk kedalam kategori tinggi yang artinya adanya ketrampilan komunikasi dan pengetahuan bisnis yang dimiliki oleh wanita pengusaha.

4.3.3. Kompetensi Produk dan Kemampuan Bisnis

Kompetensi produk dan kemampuan bisnis adalah variabel ketiga dalam penelitian identifikasi faktor-faktor yang mendukung kesuksesan wanita pengusaha pemilik *Larisa Snack* di Semarang. Variabel ini memiliki 10 indikator dan kuesioner ini akan dibagikan ke 8 responden yaitu wanita pengusaha, 2 orang anak wanita pengusaha, 3 orang karyawan *Larisa Snack* dan 2 distributor *Larisa Snack* selaku konsumen.

Berikut ini adalah tanggapan responden wanita pengusaha terkait variabel Kompetensi produk dan kemampuan bisnis :

Tabel 4.10. Tanggapan responden (Wanita Pengusaha) berdasarkan kompetensi produk dan kemampuan bisnis

No	Keterangan	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Jumlah Skor	Rata-Rata skor	Kategori
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
1.	Konsumen memiliki kesan bahwa kualitas produk Larisa <i>Snack</i> baik	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5,00	Tinggi
2.	Anda memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5,00	Tinggi
3.	Produk anda memiliki perbedaan khusus dengan produk sejenis merk lain	0	0	1	4	0	0	0	0	0	0	4	4,00	Tinggi
4.	Konsumen membeli produk Larisa <i>Snack</i> secara berkelanjutan	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5,00	Tinggi
5.	Konsumen lebih memilih produk	0	0	1	4	0	0	0	0	0	0	4	4,00	Tinggi

	Larisa <i>Snack</i> dibandingkan produk sejenis merk lain														
6.	Konsumen puas dengan produk Larisa <i>Snack</i>	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5,00	Tinggi	
7.	Anda dapat memenuhi pesanan konsumen dengan tepat waktu	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5,00	Tinggi	
8.	Konsumen puas dengan pelayanan produk yang dilakukan oleh karyawan/pemilik Larisa <i>Snack</i>	0	0	1	4	0	0	0	0	0	0	4	4,00	Tinggi	
9.	Anda menggunakan teknologi mesin yang baik untuk memproduksi produk anda	0	0	1	4	0	0	0	0	0	0	4	4,00	Tinggi	

10.	Anda menggunakan teknologi untuk melakukan promosi produk	0	0	0	0	1	3	0	0	0	0	3	3,00	Tinggi
Rata-rata skor													4,40	Tinggi

Sumber : data primer yang diolah,2017

Tabel diatas adalah jawaban responden wanita pengusaha terhadap variabel kompetensi produk dan pengetahuan bisnis. Skor rata-rata yang diperoleh 4,40 dan termasuk dalam kategori tinggi. Terdapat 10 indikator dalam variabel kompetensi produk dan pengetahuan bisnis, pada indikator pertama konsumen memiliki kesan bahwa kualitas produk Larisa *Snack* baik ,wanita pengusaha menjawab sangat setuju, para pelanggan selalu rutin dalam pengambilan produk dan tidak ada retur sehingga hal tersebut membuktikan bahwa konsumen memiliki kesan yang baik pada produk Larisa *Snack*. Indikator kedua wanita pengusaha menjawab sangat setuju telah memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen, setiap ada barang rusak/cacat produksi yang berasal dari Larisa *Snack* ,beliau mengganti produk tersebut dengan yang baru , selain itu pemberian pelayanan yang baik juga dapat dicapai dengan selalu memenuhi target pesanan konsumen. Indikator selanjutnya tentang produk Larisa *Snack* memiliki perbedaan khusus dengan produk sejenis merk lain ,Ibu Emilia menjawab setuju. Beliau mengatakan bahwa dari penampilan,rasa,dan mutu produk Larisa *Snack*

lebih baik dengan produk merk pesaing. Indikator konsumen membeli produk Larisa *Snack* secara berkelanjutan ,Ibu Emilia menjawab dengan sangat setuju karena setiap pelanggan baru maupun lama selalu melakukan order secara berkelanjutan. Indikator selanjutnya tentang konsumen lebih memilih produk Larisa *Snack* dibandingkan produk sejenis merk lain ,responden menjawab setuju karena adanya peningkatan jumlah pelanggan dari tahun ke tahun secara terus menerus ,hal tersebut membuktikan bahwa konsumen tertarik dan memilih produk Larisa *Snack*. Pada indikator konsumen puas dengan produk Larisa *Snack* dan indikator wanita pengusaha dapat memenuhi pesanan konsumen tepat waktu, responden menjawab sangat setuju untuk kedua indikator tersebut. Hal yang membuktikan bahwa konsumen puas dengan produk Larisa *Snack* adalah jarang terjadinya pengembalian barang,sehingga terbukti bahwa konsumen puas dengan produk yang diproduksi oleh Larisa *Snack*, dan Ibu Emilia juga selalu memenuhi pesanan konsumen tepat waktu dengan cara mengatur jadwal kegiatan produksi dengan baik , dan jika *deadline* sudah dekat dan barang masih belum mencukupi ,maka akan ada kerja lembur supaya pesanan konsumen dapat selesai tepat waktu. Pada indikator kedelapan, konsumen puas dengan pelayanan produk yang dilakukan oleh karyawan/pemilik Larisa *Snack* , responden menjawab setuju karena jarangny/hampir tidak pernah ada keluhan dari konsumen. Seperti yang telah dijelaskan pada indikator sebelumnya Ibu Emilia selalu

memenuhi pesanan konsumen secara tepat waktu ,hal ini juga menjadi contoh bahwa pemilik memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen sehingga konsumen merasa puas dan jarang ada barang kembali ataupun komplain tentang keterlambatan pesanan. Pada indikator Ibu Emilia menggunakan teknologi mesin yang baik untuk memproduksi produk ,responden menjawab setuju. Larisa *Snack* secara perlahan mengganti mesin-mesin lama ke mesin yang memiliki teknologi lebih baru dan lebih baik,sehingga dengan mengikuti perkembangan mesin baru produk yang dihasilkan diharapkan memiliki kualitas dan mutu yang lebih baik pula. Indikator terakhir tentang penggunaan teknologi untuk melakukan promosi produk, responden wanita pengusaha menjawab netral. Alasan responden menjawab nteral pada indikator ini karena sampai saat ini masih banyak konsumen yang mengetahui produk Larisa *Snack* dari mulut ke mulut dan belum memasarkan secara *official* melalui media sosial/ melalui internet. Mengingat target pasar yang dituju adalah toko-toko grosir dan tidak langsung ke konsumen lepas maka penggunaan teknologi dalam melakukan promosi masih belum dilakukan,namun terkadang konsumen ada yang mengetahui Larisa *Snack* dengan detail alamat dan no tlp, namun bukan dari pihak Ibu Emilia yang melakukannya namun kemungkinan beberapa *blogger* yang memasukannya.

Untuk mengetahui tanggapan keluarga dari wanita pengusaha ,berikut adalah tanggapan responden keluarga Ibu Emilia yang telah mengisi kuesioner, sbb :

Tabel 4.11. Tanggapan responden (keluarga wanita pengusaha) berdasarkan kompetensi produk dan kemampuan bisnis

No	Keterangan	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Jumlah Skor	Rata- Rata skor	Kategori
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
1.	Konsumen memiliki kesan bahwa kualitas produk Larisa <i>Snack</i> baik	1	5	1	4	0	0	0	0	0	0	9	4,50	Tinggi
2.	Ibu Emilia memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen	2	10	0	0	0	0	0	0	0	0	10	5,00	Tinggi
3.	Produk Larisa <i>Snack</i> memiliki perbedaan khusus dengan produk sejenis merk lain	0	0	2	8	0	0	0	0	0	0	8	4,00	Tinggi
4.	Konsumen membeli produk Larisa	2	10	0	0	0	0	0	0	0	0	10	5,00	Tinggi

	<i>Snack</i> secara berkelanjutan															
5.	Konsumen lebih memilih produk Larisa <i>Snack</i> dibandingkan produk sejenis merk lain	0	0	2	8	0	0	0	0	0	0	0	8	4,00	Tinggi	
6.	Konsumen puas dengan produk Larisa <i>Snack</i>	1	5	1	4	0	0	0	0	0	0	0	9	4,50	Tinggi	
7.	Ibu Emilia dapat memenuhi pesanan konsumen dengan tepat waktu	2	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	5,00	Tinggi	
8.	Konsumen puas dengan pelayanan produk yang dilakukan oleh karyawan/pemilik Larisa <i>Snack</i>	1	5	1	4	0	0	0	0	0	0	0	9	4,50	Tinggi	
9.	Ibu Emilia menggunakan teknologi	0	0	2	8	0	0	0	0	0	0	0	8	4,00	Tinggi	

	mesin yang baik untuk memproduksi produk anda													
10.	Ibu Emilia menggunakan teknologi untuk melakukan promosi produk	0	0	0	0	2	6	0	0	0	0	6	3,00	Tinggi
Rata-rata skor													4,35	Tinggi

Sumber : Data Primer yang diolah,2017

Tabel tanggapan responden anak pertama dan anak kedua wanita pengusaha diatas dapat diketahui rata-rata skor yang diperoleh untuk variabel kompetensi produk dan kemampuan bisnis adalah 4,35 dan termasuk dalam kategori tinggi. Responden anak pertama dan anak kedua memiliki perbedaan pendapat pada indikator pertama tentang kesan konsumen yang baik terhadap produk Larisa *Snack* namun perbedaan tersebut tidak terlalu berarti karena mereka berdua menjawab setuju dan sangat setuju. Penjelasan dari kedua anak wanita pengusaha memiliki Larisa *Snack* pun hampir sama antara satu sama lain, konsumen memiliki kesan bahwa produk Larisa *Snack* memiliki kualitas yang baik terbukti dari konsumen yang secara terus menerus melakukan repeat order,dan hampir tidak ada komplain mengenai kualitas produk, dan juga diantara pesaing produk sejenis meskipun harga produk Larisa terkadang berada di atas mereka ,namun konsumen

tetap membeli produk Larisa *Snack* karena kualitas dan rasanya. Pada indikator Ibu Emilia memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen kedua responden menjawab sangat setuju, Ibu Emilia selalu memenuhi pesanan dengan tepat waktu, dan terkadang untuk konsumen lama memberi sedikit kelonggaran waktu dalam pembayaran. Selain itu pada *event-event* tertentu seperti hari raya Ibu Emilia memberikan bonus pembelian berupa produk dengan ketentuan adanya minimal *order*. Indikator selanjutnya produk Larisa memiliki perbedaan khusus dengan produk sejenis merk lain, kedua responden menjawab setuju. Dari segi bentuk, warna tampilan, rasa, dan ketahanan produk Larisa *Snack* lebih unggul dibandingkan dengan produk sejenis merk lain. Baik anak pertama ataupun anak kedua menjawab sangat setuju untuk indikator konsumen membeli produk Larisa secara berkelanjutan, mayoritas konsumen Larisa merupakan konsumen lama yang telah berelasi ± 10 tahun. Selain itu pelanggan tetap semakin bertambah dan terus melakukan pemesanan secara terus menerus. Indikator kelima konsumen lebih memilih produk Larisa dibandingkan dengan produk sejenis merk lain, kedua responden menjawab setuju. Adanya pelanggan baru yang terus bertambah berarti produk Larisa diminati oleh para konsumen. Indikator selanjutnya konsumen puas dengan produk Larisa *Snack*, kedua responden menjawab setuju dan sangat setuju. Jarang terjadi komplain dan retur barang menandakan bahwa produk Larisa cukup baik dan konsumen puas dengan produk Larisa.

Indikator ketujuh Ibu Emilia dapat memenuhi pesanan konsumen dengan tepat waktu kedua responden menjawab sangat setuju. Penjelasan kedua responden pun hampir sama antara satu sama lain, Ibu Emilia membuat jadwal produksi sesuai urutan pesanan yang masuk dan terkadang mengadakan lembur produksi jika pesanan belum sesuai jumlah yang diminta oleh konsumen. Indikator selanjutnya konsumen puas dengan pelayanan produk yang dilakukan oleh karyawan/pemilik Larisa *Snack* , responden anak pertama menjawab sangat setuju dan responden anak kedua menjawab setuju. Hubungan baik yang dijalin oleh Ibu Emilia dengan konsumen dan memberikan pelayanan seperti ketepatan waktu dalam memenuhi pesanan membuat konsumen merasa puas dan jarang terjadi keluhan terhadap produk maupun pelayanan di Larisa *Snack*. Pada indikator Ibu Emilia menggunakan teknologi mesin yang baik untuk memproduksi produk kedua responden menjawab setuju. Ibu Emilia selalu melakukan pembaharuan mesin ke yang lebih canggih sedikit demi sedikit . Indikator terakhir Ibu Emilia menggunakan teknologi untuk melakukan promosi produk, kedua responden menjawab netral karena mayoritas pelanggan mengenal produk Larisa *Snack* melalui pemasaran dari mulut ke mulut, namun terkadang beberapa blogger memasukan identitas usaha Larisa *Snack* ke internet sehingga beberapa pelanggan mengetahui melalui internet. Berikut ini adalah tanggapan responden karyawan wanita pengusaha terkait variabel kompetensi produk dan kemampuan bisnis :

Tabel 4.12. Tanggapan responden (karyawan wanita pengusaha)

berdasarkan kompetensi produk dan kemampuan bisnis

No	Keterangan	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Jumlah Skor	Rata-Rata skor	Kategori
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
1.	Konsumen memiliki kesan bahwa kualitas produk Larisa <i>Snack</i> baik	2	10	1	4	0	0	0	0	0	0	14	4,67	Tinggi
2.	Ibu Emilia memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen	3	15	0	0	0	0	0	0	0	0	15	5,00	Tinggi
3.	Produk Larisa <i>Snack</i> memiliki perbedaan khusus dengan produk sejenis merk lain	0	0	3	12	0	0	0	0	0	0	12	4,00	Tinggi
4.	Konsumen membeli produk Larisa <i>Snack</i> secara berkelanjutan	3	15	0	0	0	0	0	0	0	0	15	5,00	Tinggi

5.	Konsumen lebih memilih produk Larisa <i>Snack</i> dibandingkan produk sejenis merk lain	1	5	2	8	0	0	0	0	0	0	0	13	4,33	Tinggi
6.	Konsumen puas dengan produk Larisa <i>Snack</i>	1	5	2	8	0	0	0	0	0	0	0	13	4,33	Tinggi
7.	Ibu Emilia dapat memenuhi pesanan konsumen dengan tepat waktu	3	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15	5,00	Tinggi
8.	Konsumen puas dengan pelayanan produk yang dilakukan oleh karyawan/pemilik Larisa <i>Snack</i>	2	10	1	4	0	0	0	0	0	0	0	14	4,67	Tinggi
9.	Ibu Emilia menggunakan teknologi mesin yang baik untuk memproduksi produk	0	0	3	12	0	0	0	0	0	0	0	12	4,00	Tinggi

	anda													
10.	Ibu Emilia menggunakan teknologi untuk melakukan promosi produk	0	0	0	0	3	9	0	0	0	0	9	3,00	Tinggi
Rata-rata skor													4,40	Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah,2017

Dari tabel tanggapan responden karyawan wanita pengusaha pemilik Larisa *Snack* diatas dapat diketahui skor rata – ratanya adalah 4,40 yang termasuk ke dalam kategori tinggi. Pada indikator pertama konsumen memiliki kesan yang baik terhadap produk Larisa 2 dari 3 responden menjawab sangat setuju dan sisanya menjawab setuju. Menurut responden karyawan jarang didapati keluhan dari konsumen sehingga mereka menjawab bahwa konsumen memiliki kesan yang baik terhadap produk Larisa *Snack*. Lalu, pada indikator selanjutnya terkait Ibu Emilia memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen ketiga karyawan memiliki pendapat yang sama, ketiganya menjawab sangat setuju untuk indikator ini. Contohnya Ibu Emilia dapat memenuhi pesanan tepat waktu, memberikan pelayanan dengan sikap ramah baik kepada konsumen lama ataupun baru. Indikator selanjutnya adalah terkait produk Larisa memiliki perbedaan khusus dengan produk sejenis merk lain , ketiga responden menjawab setuju . Produk Larisa memiliki perbedaan khusus dari segi kualitas, rasa, dan juga ketahanan produk

yang lebih baik dibandingkan dengan produk sejenis merk lain. Pada indikator konsumen membeli produk Larisa *Snack* secara berkelanjutan, ketiga responden menjawab sangat setuju. Setiap harinya karyawan selalu memproduksi produk dan pada saat tertentu mengalami kenaikan jumlah produksi yang menandakan konsumen selalu memesan secara berkelanjutan. Indikator selanjutnya terkait konsumen lebih memilih produk Larisa dibandingkan dengan produk sejenis merk lain, 2 dari 3 responden menjawab setuju dan sisanya menjawab sangat setuju, berhubungan dengan indikator sebelumnya jika konsumen memesan produk Larisa secara berkelanjutan tentu saja konsumen lebih memilih produk Larisa *Snack* , terlihat dari terus bertambahnya jumlah konsumen baru dan adanya pesanan yang masuk setiap harinya. Indikator keenam terkait dengan konsumen puas dengan produk Larisa *Snack* , dua dari tiga responden menjawab setuju dan sisanya menjawab sangat setuju. Hampir tidak adanya keluhan dari konsumen, dan jaranganya pengembalian barang berarti konsumen cukup puas dengan produk yang diproduksi oleh Larisa *Snack*. Bagi wanita pengusaha maupun konsumen dengan menjaga mutu produk akan membuat konsumen puas dengan produk Larisa dan melakukan *repeat order* secara berkelanjutan. Indikator selanjutnya Ibu Emilia dapat memenuhi pesanan konsumen dengan tepat waktu, ketiga responden menjawab sangat setuju. Kepuasan konsumen adalah salah satu hal yang diutamakan sehingga sebisa mungkin dapat memenuhi pesanan

konsumen secara tepat waktu, jika terjadi kesalahan jadwal produksi dan produk tidak mencukupi, maka wanita pengusaha akan menambah jam lembur untuk menyelesaikan pesanan tersebut sehingga tetap dapat sampai ke konsumen tepat waktu. Indikator kedelapan terkait konsumen puas dengan pelayanan produk yang dilakukan oleh karyawan/pemilik Larisa ,2 dari 3 responden menjawab sangat setuju dan sisanya menjawab setuju. Baik karyawan maupun pemilik harus memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen, sehingga konsumen dapat merasa puas oleh produk dan pelayanan yang diberikan oleh Larisa *Snack*. Indikator terkait Ibu Emilia menggunakan teknologi mesin yang baik untuk memproduksi produk, ketiga responden menjawab setuju. Beberapa mesin produksi yang sudah lama sedikit demi sedikit diganti dengan mesin produksi yang baru dan lebih canggih sehingga produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang lebih baik. Indikator terakhir terkait Ibu Emilia menggunakan teknologi dalam melakukan promosi produk , ketiga responden menjawab netral, karena sampai saat ini mayoritas konsumen masih mengetahui produk Larisa melalui promosi dari mulut ke mulut.

Berikut ini adalah tanggapan responden distributor/konsumen wanita pengusaha terkait variabel kompetensi produk dan kemampuan bisnis :

Tabel 4.13. Tanggapan responden (distributor wanita pengusaha) berdasarkan kompetensi produk dan kemampuan bisnis

No	Keterangan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)	Jumlah Skor	Rata- Rata	Kategori
----	------------	-----------	----------	----------	-----------	------------	----------------	---------------	----------

		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S		skor	
1.	Konsumen memiliki kesan bahwa kualitas produk Larisa <i>Snack</i> baik	1	5	1	4	0	0	0	0	0	0	9	4,50	Tinggi
2.	Ibu Emilia memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen	2	10	0	0	0	0	0	0	0	0	10	5,00	Tinggi
3.	Produk Larisa <i>Snack</i> memiliki perbedaan khusus dengan produk sejenis merk lain	0	0	2	8	0	0	0	0	0	0	8	4,00	Tinggi
4.	Konsumen membeli produk Larisa <i>Snack</i> secara berkelanjutan	2	10	0	0	0	0	0	0	0	0	10	5,00	Tinggi
5.	Konsumen lebih memilih produk Larisa <i>Snack</i>	0	0	2	8	0	0	0	0	0	0	8	4,00	Tinggi

	dibandingkan produk sejenis merk lain														
6.	Konsumen puas dengan produk Larisa <i>Snack</i>	1	5	1	4	0	0	0	0	0	0	9	4,50	Tinggi	
7.	Ibu Emilia dapat memenuhi pesanan konsumen dengan tepat waktu	1	5	1	4	0	0	0	0	0	0	9	4,50	Tinggi	
8.	Konsumen puas dengan pelayanan produk yang dilakukan oleh karyawan/pemilik Larisa <i>Snack</i>	0	0	2	8	0	0	0	0	0	0	8	4,00	Tinggi	
Rata-rata skor												4,44	Tinggi		

Sumber : Data primer yang diolah,2017

Dari tabel responden diatas diketahui hasil tanggapan responden distributor wanita pengusaha pemilik Larisa *Snack* berdasarkan kompetensi produk dan kemampuan bisnis. Rata –rata skor yang diperoleh adalah 4,44 dan termasuk dalam kategori tinggi. Pada indikator konsumen memiliki kesan yang baik terhadap kualitas produk kedua responden memiliki jawaban berbeda, 1 orang responden

menjawab sangat setuju dan 1 orang lainnya menjawab setuju. Responden menjelaskan bahwa produk Larisa *Snack* memiliki mutu dan kualitas yang baik , responden kedua menjawab bahwa kualitas dari produknya juga selalu stabil dan baik sehingga jarang ada retur atau barang rusak produksi. Lalu , pada indikator Ibu Emilia memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen, kedua responden menjawab sangat setuju , mereka menyebutkan bahwa Ibu Emilia selalu memberikan pelayanan yang baik dengan bersikap ramah dan juga selalu memenuhi pesanan tepat waktu. Indikator selanjutnya produk Larisa *Snack* memiliki perbedaan khusus dengan produk sejenis merk lain , kedua responden menjawab setuju. Dari segi tampilan dan ketahanan produk jauh lebih baik dibandingkan dengan produk sejenis merk lain. Indikator keempat konsumen membeli produk Larisa *Snack* secara berkelanjutan , kedua responden menjawab sangat setuju. Responden menjelaskan bahwa mereka selalu melakukan pembelian produk secara rutin.

Indikator selanjutnya konsumen lebih memilih produk Larisa *Snack* dibandingkan dengan produk sejenis merk lain , kedua responden menjawab setuju. Tanggapan responden distributor terhadap indikator ini adalah produk Larisa lebih banyak dicari oleh konsumen dan juga lebih laku dipasaran. Indikator keenam konsumen puas dengan produk Larisa *Snack* ,1 orang responden menjawab sangat setuju dan 1 orang lainnya menjawab setuju. Para responden menjawab bahwa produk

Larisa *Snack* memiliki kualitas yang bagus, sehingga konsumen retail yang membeli di toko mereka sering melakukan *repeat order* produk Larisa *Snack*. Indikator ketujuh Ibu Emilia dapat memenuhi pesanan konsumen dengan tepat waktu, 1 orang responden menjawab sangat setuju dan 1 orang lainnya menjawab setuju. Bagi para distributor Ibu Emilia sudah cukup baik dalam memenuhi pesanan konsumen, pesanan selalu dikirim tepat waktu, sehingga bagi para distributor pun dapat mengirim ke konsumen mereka secara tepat waktu juga. Jarang sekali terjadi terlambat dalam pengiriman. Lalu pada indikator terakhir konsumen puas dengan pelayanan produk yang dilakukan oleh karyawan/pemilik Larisa *Snack* , kedua responden menjawab setuju. Mereka menjelaskan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Ibu Emilia maupun karyawan sudah baik, sehingga para distributor selaku konsumen tetap Larisa *Snack* merasa puas dengan pelayanan maupun dengan kualitas produk Larisa *Snack*.

Tabel 4.14. Tanggapan seluruh responden (wanita pengusaha, keluarga wanita pengusaha, karyawan wanita pengusaha, distributor wanita pengusaha) per indikator kompetensi produk dan kemampuan bisnis

No	Keterangan	Skor tanggapan wanita pengusaha	Skor tanggapan keluarga wanita pengusaha	Skor tanggapan karyawan wanita pengusaha	Skor tanggapan distributor wanita pengusaha	Kategori
1	Konsumen memiliki kesan bahwa kualitas produk Larisa <i>Snack</i> baik	5,00	4,50	4,67	4,50	Tinggi
2	Ibu Emilia memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen	5,00	5,00	5,00	5,00	Tinggi
3	Produk Larisa <i>Snack</i> memiliki perbedaan khusus dengan produk sejenis merk lain	4,00	4,00	4,00	4,00	Tinggi
4	Konsumen membeli produk Larisa <i>Snack</i> secara berkelanjutan	5,00	5,00	5,00	5,00	Tinggi
5	Konsumen lebih memilih produk Larisa <i>Snack</i> dibandingkan produk sejenis merk lain	4,00	4,00	4,33	4,00	Tinggi
6	Konsumen	5,00	4,50	4,33	4,50	Tinggi

	puas dengan produk Larisa <i>Snack</i>					
7	Ibu Emilia dapat memenuhi pesanan konsumen dengan tepat waktu	5,00	5,00	5,00	4,50	Tinggi
8	Konsumen puas dengan pelayanan produk yang dilakukan oleh karyawan/pe milik Larisa <i>Snack</i>	4,00	4,50	4,67	4,00	Tinggi
9	Ibu Emilia menggunakan teknologi mesin yang baik untuk memproduksi produk	4,00	4,00	4,00	-	Tinggi
10	Ibu Emilia menggunakan teknologi untuk melakukan promosi produk	3,00	3,00	3,00	-	Rendah
Rata – rata skor		4,40	4,35	4,40	4,44	Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah,2017

Dalam tabel tanggapan semua responden berdasarkan variabel kompetensi produk dan kemampuan bisnis, baik wanita

pengusaha, anak wanita pengusaha, karyawan wanita pengusaha dan distributor wanita pengusaha semuanya memiliki persamaan pendapat. Dari kesepuluh indikator 9 diantaranya berada dalam kategori tinggi yaitu, konsumen memiliki kesan yang baik terhadap kualitas produk contohnya jarang ada barang retur dari konsumen, Ibu Emilia memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumen contohnya jika ada barang cacat produksi langsung ditukar dengan barang baru, Produk Larisa *Snack* memiliki perbedaan khusus dengan produk sejenis merk lain contohnya dalam hal rasa, penampilan, kualitas Larisa lebih baik dibanding dengan produk pesaing, Konsumen membeli produk Larisa *Snack* secara berkelanjutan dapat dilihat dengan adanya *repeat order* dari setiap konsumen, konsumen lebih memilih produk Larisa *Snack* dibandingkan produk sejenis merk lain dapat dilihat dari hampir tidak ada retur dan konsumen membeli produk secara berkelanjutan, konsumen puas dengan produk Larisa *Snack* terbukti jarang adanya barang kembali dan konsumen terus bertambah setiap waktu, Ibu Emilia dapat memenuhi pesanan konsumen dengan tepat waktu terbukti dengan jawaban konsumen jarang terjadi keterlambatan pesanan, konsumen puas dengan pelayanan produk yang dilakukan oleh karyawan dan pemilik Larisa *Snack* seperti sebisa mungkin Ibu Emilia selalu tepat waktu dalam memenuhi pesanan dan hampir tidak ada keluhan dan juga

komplain, dan Ibu Emilia menggunakan teknologi mesin yang baik untuk memproduksi produk terbukti dengan adanya pembaharuan mesin produksi dari waktu ke waktu secara perlahan.

Pada indikator kesepuluh yaitu indikator Ibu Emilia menggunakan teknologi dalam melakukan promosi produk , seluruh responden menjawab netral sehingga indikator ini masuk dalam kategori rendah. Menurut seluruh responden produk Larisa *Snack* saat ini lebih dikenal dengan metode promosi dari mulut ke mulut dan masih belum menggunakan teknologi canggih dalam melakukan promosi produknya.

4.3.4. Ketersediaan Sumber Daya

Ketersediaan sumber daya merupakan variabel terakhir dalam faktor-faktor yang mendukung kesuksesan wanita pengusaha. Pada variabel ini terdapat 11 indikator yang dapat mengukur tinggi rendahnya ketersediaan sumber daya yang dimiliki oleh wanita pengusaha. Terdapat 3 orang responden yang akan menjawab kuesioner terkait variabel ketersediaan sumber daya antara lain wanita pengusaha, dan anak pertama serta anak keempat wanita pengusaha.

Berikut adalah tanggapan responden wanita pengusaha terkait dengan variabel ketersediaan sumber daya :

Tabel 4.15. Tanggapan responden (wanita pengusaha)
berdasarkan ketersediaan sumber daya

No	Keterangan	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Jumlah Skor	Rata- Rata skor	Kategori
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
1.	Anda menggunakan modal sendiri sebagai modal awal usaha anda	0	0	1	4	0	0	0	0	0	0	4	4,00	Tinggi
2.	Anda memiliki jumlah uang yang memadai untuk modal awal anda	0	0	1	4	0	0	0	0	0	0	4	4,00	Tinggi
3.	Siklus perputaran keuangan bisnis anda lancar tanpa kendala	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5,00	Tinggi
4.	Anda berpeluang untuk mendapatkan konsumen-konsumen baru	0	0	1	4	0	0	0	0	0	0	4	4,00	Tinggi
5.	Anda berpeluang untuk menguasai target pasar produk yang anda produksi	0	0	1	4	0	0	0	0	0	0	4	4,00	Tinggi
6.	Anda	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5,00	Tinggi

	berpeluang untuk terus mengembangkan usaha anda														
7.	Anda melakukan inovasi dalam perbaikan produk anda	0	0	1	4	0	0	0	0	0	0	4	4,00	Tinggi	
8.	Anda mengikuti tren dan mengkaitkan dengan inovasi produk anda	0	0	1	4	0	0	0	0	0	0	4	4,00	Tinggi	
9.	Anda tidak mudah menyerah ketika terjadi kegagalan dalam usaha	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5,00	Tinggi	
10.	Anda memiliki hubungan yang baik dengan karyawan dan konsumen (distributor)	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5,00	Tinggi	
11.	Anda memiliki hubungan yang baik dengan sesama	1	5	0	0	0	0	0	0	0	0	5	5,00	Tinggi	

rekan pengusaha seprofesi maupun tidak seprofesi																					
Rata-rata skor																				4,45	Tinggi

Sumber : data primer yang diolah, 2017

Dari tabel diatas dapat diketahui tanggapan responden wanita pengusaha berdasarkan variabel ketersediaan sumber daya. Rata-rata skor yang diperoleh adalah 4,45 dan termasuk dalam kategori tinggi. Pada indikator pertama yang menyebutkan wanita pengusaha menggunakan modal sendiri sebagai modal awal usaha , responden menjawab setuju. Pada permulaan usaha hanya memproduksi sedikit sehingga memakai modal sendiri masih mencukupi. Lalu pada indikator anda memiliki jumlah uang yang memadai untuk modal awal, responden wanita pengusaha menjawab setuju. Pada awal permulaan produksi disesuaikan dengan kemampuan uang yang dimiliki sebagai modal saat itu, sehingga tidak menimbulkan resiko yang berat. Indikator selanjutnya adalah siklus perputaran keuangan bisnis lancar tanpa kendala, responden menjawab sangat setuju. Ibu Emilia menjelaskan untuk mendapatkan siklus perputaran keuangan yang lancar pengeluaran seperti bayar gaji pegawai, pembayaran bahan baku, dan pemasukan seperti menerima pembayaran dari konsumen semuanya harus tercatat secara rinci dan juga tepat.

Sehingga dengan perhitungan pengeluaran dan pemasukan yang tepat siklus perputaran keuangan bisnis akan lancar dan usaha akan semakin berkembang.

Indikator selanjutnya terkait dengan peluang mendapatkan konsumen-konsumen baru, responden menjawab setuju. Menurut Ibu Emilia , ia berpotensi mendapatkan konsumen baru setiap tahunnya , terbukti dari jumlah konsumen yang terus menerus bertambah. Lalu pada indikator peluang untuk menguasai target pasar produk yang diproduksi, responden menjawab setuju. Dengan cara mempertahankan kualitas dan mutu produk agar selalu stabil dan bagus , sehingga pelanggan tidak berkurang dan produk Larisa dapat menguasai target pasarnya karena diminati oleh konsumen. Indikator Ibu Emilia berpeluang untuk terus menerus mengembangkan usaha , responden menjawab sangat setuju. Ibu Emilia akan terus menerus mengembangkan usahanya dengan cara menambah produk baru baik dari segi variasi produk ataupun inovasi rasa. Indikator selanjutnya yaitu wanita pengusaha melakukan inovasi dalam perbaikan produk. Untuk indikator ini responden menjawab setuju, sebagai contoh jika ada produk yang menurun penjualannya, harus dicari tahu apa penyebabnya dan segera diperbaiki supaya dapat kembali diminati oleh konsumen. Indikator kedepalan adalah wanita pengusaha mengikuti tren dan mengkaitkan dengan inovasi produk, responden menjawab setuju.

Mengikuti perkembangan produk apa yang diminati oleh pangsa pasar yang dituju baik dari bentuk penampilan produk maupun rasa adalah salah satu contoh Larisa *Snack* selalu mengikuti tren dipasaran. Indikator kesembilan wanita pengusaha tidak mudah menyerah ketika terjadi kegagalan dalam usaha. Responden menjawab sangat setuju. Ibu Emilia mengatakan jika ada kegagalan produksi harus cepat dicari penyebabnya dan segera mencari solusi penyelesaiannya sehingga karyawan dapat meneruskan kegiatan produksinya. Indikator selanjutnya adalah wanita pengusaha memiliki hubungan yang baik dengan karyawan dan konsumen (distributor) ,responden menjawab sangat setuju. Ibu Emilia menjalin hubungan baik dengan konsumen maupun karyawan,sebagai contoh dengan membantu karyawan, memberikan bonus kepada karyawan pada hari raya, menjalin hubungan kekeluargaan dengan konsumen maupun karyawan. Indikator terakhir adalah wanita pengusaha memiliki hubungan yang baik dengan sesama rekan pengusaha seprofesi maupun tidak seprofesi. Responden menjawab sangat setuju,sebagai contoh bahwa Ibu Emilia memiliki hubungan yang baik dengan rekan pengusaha seprofesi maupun tidak seprofesi adalah dengan saling bertukar pikiran dan tidak saling berebut konsumen, serta seringnya bertemu jika menghadiri seminar dapat mempererat hubungan mereka karena sering bertemu dan bertukar pengalaman.

Berikut adalah tabel tanggapan responden keluarga wanita pengusaha terkait dengan variabel ketersediaan sumber daya :

Tabel 4.16. Tanggapan responden (keluarga wanita pengusaha) berdasarkan ketersediaan sumber daya

No	Keterangan	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Jumlah Skor	Rata-Rata skor	Kategori
		F	S	F	S	F	S	F	S	F	S			
1.	Anda menggunakan modal sendiri sebagai modal awal usaha anda	0	0	2	8	0	0	0	0	0	0	8	4,00	Tinggi
2.	Anda memiliki jumlah uang yang memadai untuk modal awal anda	0	0	2	8	0	0	0	0	0	0	8	4,00	Tinggi
3.	Siklus perputaran keuangan bisnis anda lancar tanpa kendala	2	10	0	0	0	0	0	0	0	0	10	5,00	Tinggi
4.	Anda berpeluang untuk mendapatkan konsumen-konsumen baru	1	5	1	4	0	0	0	0	0	0	9	4,50	Tinggi
5.	Anda berpeluang	0	0	2	8	0	0	0	0	0	0	8	4,00	Tinggi

	untuk menguasai target pasar produk yang anda produksi														
6.	Anda berpeluang untuk terus mengembangan usaha anda	2	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	5,00	Tinggi
7.	Anda melakukan inovasi dalam perbaikan produk anda	1	5	1	4	0	0	0	0	0	0	0	9	4,50	Tinggi
8.	Anda mengikuti tren dan mengkaitkan dengan inovasi produk anda	1	5	1	4	0	0	0	0	0	0	0	9	4,50	Tinggi
9.	Anda tidak mudah menyerah ketika terjadi kegagalan dalam usaha	2	10	0	0	0	0	0	0	0	0	0	10	5,00	Tinggi
10.	Anda memiliki hubungan yang baik dengan karyawan dan konsumen	1	5	1	4	0	0	0	0	0	0	0	9	4,50	Tinggi

	(distributor)													
11.	Anda memiliki hubungan yang baik dengan sesama rekan pengusaha seprofesi maupun tidak seprofesi	0	0	2	8	0	0	0	0	0	0	8	4,00	Tinggi
Rata-rata skor													4,45	Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah,2017

Dari tabel diatas dapat diketahui tanggapan responden anak pertama dan anak kedua wanita pengusaha berdasarkan variabel ketersediaan sumber daya. Skor rata-rata yang diperoleh adalah 4,45 dan masuk ke dalam kategori tinggi. Pada indikator pertama kedua responden menjawab setuju,Ibu Emilia menggunakan modal sendiri untuk memulai usaha sesuai *budget* yang dimilikinya. Pada indikator Ibu Emilia memiliki jumlah uang yang memadai untuk modal awal usaha , kedua responden menjawab setuju.Awal usaha dijalankan ,produksi disesuaikan dengan *budget* yang dimiliki oleh wanita pengusaha. Indikator selanjutnya adalah Ibu Emilia memiliki siklus perputaran keuangan bisnis yang lancar tanpa kendala, kedua responden menjawab sangat setuju. Dengan pengelolaan uang dan perhitungan yang tepat ,sampai saat ini belum ada kendala yang berarti dalam perputaran keuangan bisnis,

pembayaran gaji selalu tepat waktu dan tidak pernah ada hutang dalam pembayaran bahan baku. Serta dengan perputaran keuangan bisnis yang lancar dapat mengembangkan usaha dengan menambah mesin produksi. pada indikator keempat Ibu Emilia berpeluang untuk mendapatkan konsumen baru, 1 responden menjawab sangat setuju dan 1 lainnya menjawab setuju. Menurut responden sampai saat ini selalu ada konsumen baru yang melakukan pembelian produk di Larisa *Snack*. Indikator selanjutnya Ibu Emilia berpeluang untuk menguasai target pasar produk Larisa *Snack* , kedua responden menjawab setuju. Pada waktu-waktu tertentu seperti hari raya ,pesanan yang masuk lebih banyak dibandingkan dengan hari-hari biasa , dengan banyaknya permintaan barang dari konsumen maka ada kemungkinan untuk menguasai target pasar.

Indikator selanjutnya adalah Ibu Emilia berpeluang untuk terus mengembangkan usaha ,kedua responden menjawab sangat setuju untuk indikator ini. Dengan membuat inovasi – inovasi variasi produk dan juga rasa akan membuat Larisa *Snack* terus berkembang dan diminati oleh konsumen. Indikator ketujuh adalah Ibu Emilia melakukan inovasi dalam perbaikan produk. 1 orang responden menjawab setuju dan 1 lainnya menjawab sangat setuju, dengan adanya inovasi dalam rasa ataupun jenis produk baru, serta mengolah kembali resep sehingga tetap mampu menahan gejolak harga bahan baku yang terus naik , tentu saja tanpa mengurangi

kualitas produk. indikator selanjutnya adalah Ibu Emilia mengikuti tren dan mengkaitkan dengan inovasi produk. 1 orang responden menjawab setuju dan 1 orang lainnya menjawab sangat setuju. Menurut responden Ibu Emilia membuat inovasi pada rasa dengan mengikuti tren yang ada. Indikator kesembilan Ibu Emilia tidak mudah menyerah ketika terjadi kegagalan dalam usaha , kedua responden menjawab sangat setuju. Ibu Emilia tidak mudah menyerah, jika terjadi kegagalan maka akan dicari penyebabnya dan diperbaiki dengan cara menginovasi produk sehingga yang semula menurun penjualannya menjadi kembali diminati oleh konsumen. Indikator Ibu Emilia memiliki hubungan yang baik dengan karyawan dan konsumen (distributor) 1 orang responden menjawab sangat setuju dan 1 orang lainnya menjawab setuju. Dengan memiliki sikap kekeluargaan baik dengan karyawan dan konsumen mencerminkan bahwa Ibu Emilia memiliki relasi hubungan yang baik dengan mereka, selain itu Ibu Emilia juga mau menerima saran/kritik, bersikap adil . Indikator terakhir adalah Ibu Emilia memiliki hubungan yang baik dengan sesama rekan seprofesi maupun tidak seprofesi kedua responden menjawab setuju. Sebagai contoh membina hubungan yang baik dengan sesama rekan seprofesi maupun tidak seprofesi adalah dengan saling bertukar pendapat ketika bertemu di seminar/ pameran,

saling menghargai ,saling memberikan masukan ataupun berbagi pengalaman.

Tabel 4.17. Tanggapan seluruh responden (wanita pengusaha dan keluarga wanita pengusaha) per indikator ketersediaan sumber daya

No	Keterangan	Skor tanggapan Wanita Pengusaha	Skor tanggapan keluarga wanita pengusaha	Kategori
1	Ibu Emilia menggunakan modal sendiri sebagai modal awal usaha	4,00	4,00	Tinggi
2	Ibu Emilia memiliki jumlah uang yang memadai untuk modal awal usaha	4,00	4,00	Tinggi
3	Ibu Emilia memiliki Siklus perputaran keuangan bisnis lancar tanpa kendala	5,00	4,00	Tinggi
4	Ibu Emilia berpeluang untuk mendapatkan konsumen-konsumen baru	4,00	4,50	Tinggi
5	Ibu Emilia berpeluang untuk menguasai target pasar produk yang diproduksi	4,00	4,00	Tinggi
6	Ibu Emilia berpeluang untuk terus mengembangkan usaha	5,00	5,00	Tinggi
7	Ibu Emilia melakukan inovasi dalam perbaikan produk	4,00	4,50	Tinggi
8	Ibu Emilia mengikuti tren dan mengkaitkan dengan inovasi produk	4,00	4,50	Tinggi
9	Ibu Emilia tidak mudah menyerah ketika terjadi kegagalan dalam usaha	5,00	5,00	Tinggi
10	Ibu Emilia memiliki hubungan yang baik dengan karyawan dan konsumen	5,00	4,50	Tinggi

11	Ibu Emilia memiliki hubungan yang baik dengan sesama rekan pengusaha seprofesi maupun tidak seprofesi	5,00	4,00	Tinggi
Rata-Rata Skor		4,45	4,45	Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah,2017

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa terdapat kesamaan pendapat antara semua responden antara wanita pengusaha dan anak pertama dan anak kedua wanita pengusaha. Dari 11 indikator pada variabel ketersediaan sumber daya seluruh indikator masuk ke dalam kategori tinggi. Rata-rata skor yang diperoleh adalah 4,45 untuk wanita pengusaha dan 4,45 untuk responden anak pertama dan anak keempat wanita pengusaha. Penjelasan yang diberikan oleh wanita pengusaha dan kedua anak wanita pengusaha juga memiliki penjelasan yang hampir sama ,dan menandakan bahwa adanya persamaan persepsi.

Pada indikator pertama mengenai Ibu Emilia menggunakan modal sendiri sebagai modal awal usaha jawaban Ibu Emilia maupun 2 orang responden anak hampir serupa yaitu pada permulaan usaha hanya memproduksi sedikit sesuai dengan *budget* yang dimiliki. Lalu pada indikator kedua Ibu Emilia memiliki jumlah uang yang memadai untuk modal awal usaha baik Ibu Emilia dan keluarga menjawab serupa yaitu permulaan produksi disesuaikan dengan kemampuan modal uang yang dimiliki supaya tidak terlalu beresiko. Indikator selanjutnya mengenai siklus

perputaran keuangan bisnis Ibu Emilia lancar tanpa kendala jawaban Ibu Emilia dan 2 orang responden anak menjawab dengan mengelola uang yang tepat , pembayaran semua harus tepat waktu dan tercatat serta harus memantau setiap pengeluaran dan pemasukan uang sehingga siklus berjalan lancar dan tidak terjadi kendala dalam perputaran uang. Indikator selanjutnya mengenai peluang mendapatkan konsumen baru responden wanita pengusaha dan responden keluarga menjawab bahwa setiap tahunnya selalu ada penambahan konsumen baru. Indikator mengenai Ibu Emilia memiliki peluang untuk menguasai target pasar produk jawaban ketiga responden hampir sama yaitu tetap menjaga mutu produk sehingga pelanggan tidak berkurang dan bertambah, contoh lain bahwa Larisa menguasai targer pasar adalah ketika konsumen harus *pre order* produk Larisa karena banyaknya pesanan yang masuk sehingga produksi tidak bisa mencukupi permintaan dari konsumen khususnya ketika mendekati hari raya Lebaran.

Indikator selanjutnya mengenai Ibu Emilia berpeluang untuk terus mengembangkan usaha jawaban ketiga responden yaitu terus mengembangkan produk dengan adanya inovasi produk atau inovasi rasa dalam produk lama sehingga konsumen selalu membeli produk Larisa Snack. Indikator selanjutnya mengenai Ibu Emilia melakukan inovasi dalam perbaikan produk baik Ibu Emilia maupun keluarga memberikan jawaban yang hampir sama yaitu

jika terjadi penurunan penjualan maka harus memperbaharui produk sehingga dapat lebih menarik minat konsumen , selain itu juga menciptakan variasi produk baru sehingga konsumen selalu menantikan produk Larisa. Indikator ke delapan mengenai Ibu Emilia mengikuti tren dan mengkaitkan dengan inovasi produk ketiga responden menjawab bahwa Ibu Emilia mengikuti tren dan mengkaitkannya dengan inovasi produk seperti contohnya inovasi kemasan, inovasi dalam segi rasa , dan inovasi dalam bentuk produk. Indikator ke sembilan mengenai Ibu Emilia tidak mudah menyerah ketika terjadi kegagalan dalam usaha ketiga responden menjawab hampir serupa yaitu banyak sekali faktor penyebab kegagalan terjadi namun jika terjadi kegagalan harus tidak mudah putus asa dan segera dicari akar dari penyebab kegagalan terjadi sehingga dapat diperbaiki dan menjadi lebih baik. Indikator selanjutnya mengenai wanita pengusaha memiliki hubungan yang baik khususnya dengan karyawan dan konsumen baik wanita pengusaha maupun keluarga menjawab bahwa wanita pengusaha membantu menyelesaikan kesulitan yang dihadapi oleh karyawan, selain itu contoh lain adalah mau menerima masukan saran dan kritik dari konsumen maupun dari karyawan sehingga saling memahami dan dapat terjalin hubungan yang baik . Indikator terakhir mengenai wanita pengusaha memiliki hubungan yang baik dengan sesama rekan pengusaha seprofesi maupun tidak seprofesi

jawaban dari wanita pengusaha dan 2 responden keluarga yaitu menjalin hubungan baik dengan sesama rekan pengusaha dengan cara saling bertukar pikiran dan *sharing* mengenai pengalaman masing-masing, serta saling memberikan masukan antara satu sama lain.

Tabel 4.18. Tabel perbandingan rata-rata skor wanita pengusaha, keluarga wanita pengusaha, karyawan wanita pengusaha, dan distributor

Kategori	Rata-rata skor wanita pengusaha	Rata-rata skor anak wanita pengusaha	Rata-rata skor karyawan wanita pengusaha	Rata-rata skor distributor wanita pengusaha	Keterangan
Dukungan keluarga dan ilmu pengetahuan dalam berbahasa dan berbudaya	5,00	4,50	-	-	Wanita pengusaha pemilik Larisa <i>Snack</i> memiliki dukungan keluarga dan ilmu pengetahuan dalam berbahasa dan berbudaya dalam mendukung kesuksesan usahanya
Ketrampilan komunikasi dan pengetahuan	4,89	4,56	4,70	-	Wanita pengusaha pemilik Larisa <i>Snack</i>

bisnis					memiliki ketrampilan komunikasi dan pengetahuan bisnis dalam mendukung kesuksesan usahanya
Kompetensi produk dan kemampuan bisnis	4,40	4,35	4,40	4,44	Wanita pengusaha pemilik Larisa <i>Snack</i> memiliki kompetensi produk dan kemampuan bisnis dalam mendukung kesuksesan usahanya
Ketersediaan sumber daya	4,45	4,45	-	-	Wanita pengusaha pemilik Larisa <i>Snack</i> memiliki ketersediaan sumber daya dalam mendukung kesuksesan usahanya

Sumber : Data Primer yang diolah, 2017

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dalam variabel dukungan keluarga dan ilmu pengetahuan dalam berbudaya dan berbahasa rata-rata skor wanita pengusaha dan keluarga wanita pengusaha termasuk dalam kategori tinggi yang artinya Wanita pengusaha pemilik Larisa *Snack* memiliki dukungan keluarga

dan ilmu pengetahuan dalam berbahasa dan berbudaya dalam mendukung kesuksesan usahanya. Lalu pada variabel kedua yaitu ketrampilan komunikasi dan pengetahuan bisnis rata-rata skor wanita pengusaha, keluarga wanita pengusaha dan karyawan wanita pengusaha juga termasuk dalam kategori tinggi sehingga dapat disimpulkan bahwa Wanita pengusaha pemilik Larisa *Snack* memiliki ketrampilan komunikasi dan pengetahuan bisnis dalam mendukung kesuksesan usahanya. Variabel ketiga yaitu kompetensi produk dan kemampuan bisnis rata-rata skor wanita pengusaha, keluarga wanita pengusaha, karyawan wanita pengusaha dan konsumen wanita pengusaha juga termasuk dalam kategori tinggi sehingga artinya adalah Wanita pengusaha pemilik Larisa *Snack* memiliki kompetensi produk dan kemampuan bisnis dalam mendukung kesuksesan usahanya. Pada indikator terakhir yaitu ketersediaan sumber daya rata-rata skor yang diperoleh wanita pengusaha dan keluarga wanita pengusaha termasuk dalam kategori tinggi yang artinya Wanita pengusaha pemilik Larisa *Snack* memiliki ketersediaan sumber daya dalam mendukung kesuksesan usahanya.

Tabel 4.19. Tabel keseluruhan rata-rata skor wanita pengusaha, keluarga wanita pengusaha, karyawan wanita pengusaha, dan distributor wanita pengusaha per indikator

Keterangan	Rata-rata skor wanita pengusaha	Rata-rata skor anak wanita pengusaha	Rata-rata skor karyawan wanita pengusaha	Rata-rata skor distributor wanita pengusaha	Rata –rata skor seluruh responden	kategori
Dukungan keluarga dan ilmu pengetahuan dalam berbahasa dan berbudaya	5,00	4,50	-	-	4,75	Tinggi
Ketrampilan komunikasi dan pengetahuan bisnis	4,89	4,56	4,70	-	4,72	Tinggi
Kompetensi produk dan kemampuan bisnis	4,40	4,35	4,40	4,44	4,39	Tinggi
Ketersediaan sumber daya	4,45	4,45	-	-	4,45	Tinggi

Sumber : Data Primer yang diolah,2017

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hasil rata-rata skor seluruh responden untuk variabel dukungan keluarga dan ilmu pengetahuan dalam berbahasa dan berbudaya adalah 4,75 ; hasil rata-rata skor seluruh responden untuk variabel ketrampilan komunikasi dan pengetahuan bisnis adalah 4,72 ; hasil rata-rata skor seluruh responden dalam variabel kompetensi produk dan kemampuan bisnis adalah 4,39 ; dan rata-rata skor seluruh responden pada variabel ketersediaan sumber daya adalah 4,45. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa keempat variabel mendukung dalam kesuksesan wanita

pengusaha pemilik UKM “LARISA SNACK” Semarang , namun variabel yang paling mendukung kesuksesan wanita pengusaha pemilik UKM “LARISA SNACK” Semarang adalah dukungan keluarga dan ilmu pengetahuan dalam berbahasa dan berbudaya dengan rata-rata skor tertinggi 4,75 lalu diikuti oleh variabel ketrampilan komunikasi dan pengetahuan bisnis dengan rata-rata skor 4,72. Variabel dengan rata-rata skor tertinggi ketiga adalah variabel ketersediaan sumber daya dengan rata-rata skor 4,45 dan variabel terakhir adalah kompetensi produk dan kemampuan bisnis dengan rata-rata skor 4,39. Seluruh rata-rata skor keempat variabel termasuk dalam kategori tinggi sehingga artinya keempat variabel mendukung kesuksesan wanita pengusaha pemilik UKM “LARISA SNACK” Semarang.

