

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang menyumbang perekonomian Indonesia. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi, UMKM juga memiliki kontribusi yang sangat penting mengatasi masalah tenaga kerja dan kemiskinan. UMKM terbukti mampu menyerap tenaga kerja. Dengan adanya UMKM, kesempatan kerja terbuka lebar karena dengan adanya UMKM bisa membuka kesempatan kerja baru hingga menyerap tenaga kerja dan mengurangi kemiskinan di Indonesia. Kekuatan sektor UMKM sudah terbukti tatkala Indonesia mengalami krisis keuangan pada 1997-1998. Hanya sektor UMKM yang masih tumbuh, bahkan pascakrisis ekonomi jumlah UMKM tidak berkurang, justru terus meningkat (Sutrisno dan Rini, 2016). Menurut data tahun 2018, jumlah pelaku UMKM di Indonesia mencapai 58,97 juta orang (<https://keuangan.kontan.co.id/news/jumlah-pelaku-umkm-di-2018-diprediksi-mencapai-5897-juta-orang>). Hal ini menandakan bahwa persaingan bisnis di dunia usaha sangat ketat.

Keberadaan UMKM tidak dapat dihapuskan ataupun dihindarkan dari masyarakat bangsa saat ini. Karena keberadaannya sangat bermanfaat dalam hal pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu juga mampu menciptakan kreatifitas yang sejalan dengan usaha untuk mempertahankan dan mengembangkan unsur tradisi dan kebudayaan masyarakat setempat. UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran penting dan strategis dalam pertumbuhan ekonomi baik bagi bangsa Indonesia maupun di negara-negara lain. Selain itu UMKM dapat mengatasi masalah pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Rosmadi, 2019).

Perkembangan UMKM dalam suatu negara tidak lepas dari partisipasi dan peran perempuan. Minniti et al (dalam Jati, 2009) menemukan bahwa partisipasi perempuan sebagai wirausaha meningkat cukup tajam selama satu dekade terakhir

dan ternyata makin signifikan baik di negara maju maupun negara-negara sedang berkembang. Keberadaan wirausahawan perempuan dalam usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah realitas kehidupan ekonomi sebagian besar masyarakat Indonesia (Jati, 2009). Kementerian Koperasi dan UKM mencatat, total UMKM pada tahun lalu hampir 60 juta. Dari jumlah ini, lebih dari 14 juta usaha dikelola perempuan. Kontribusi UMKM yang dikelola perempuan terhadap produk domestik bruto (PDB) mencapai 9,1 persen (Sasongko, 2019).

Menurut Lee (dalam Jati, 2009) faktor-faktor memotivasi kaum perempuan untuk memilih karir sebagai wirausaha setidaknya ada 4, yaitu kebutuhan berprestasi, kebutuhan akan afiliasi, kebutuhan akan otonomi, dan kebutuhan akan dominasi. Hasil penelitian Lee (dalam Jati, 2009) menunjukkan bahwa keempat faktor tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi wirausaha perempuan. Kebutuhan berprestasi merupakan kebutuhan seseorang yang memiliki kebutuhan dan keinginan kuat untuk berprestasi tinggi dan sukses. Kebutuhan akan afiliasi berkaitan dengan pemeliharaan sikap seseorang yang hangat dan bersahabat dalam berhubungan dengan orang lain. Kebutuhan akan otonomi merupakan kebutuhan mengendalikan orang lain, orang cenderung ingin bekerja dengan caranya sendiri, tidak dipengaruhi dan tidak didorong oleh orang lain. Kebutuhan akan dominasi merupakan kebutuhan yang mendominasi hadir dalam keinginan seseorang untuk mengendalikan emosi dan perilaku orang lain (Jati, 2009).

Sebagian besar wirausaha yang berkecimpung di usaha mikro dan kecil merupakan seorang perempuan (Tambunan, 2012). Perempuan sebagai individu juga mempunyai keinginan berbisnis walaupun secara tradisional diharapkan mendidik anak dan mengurus rumah tangga. Sudah bukan zamannya lagi perempuan mengikuti kebiasaan tradisional seperti itu, tetapi bergerak maju, terlihat dengan banyak perempuan yang memimpin bisnis besar dan juga profesional ulung.

Banyak wanita yang terjun ke dalam bidang bisnis. Alasan mereka menekuni bidang bisnis ini di dorong oleh faktor-faktor antara lain ingin memperlihatkan kemampuan prestasinya, membantu ekonomi rumah tangga,

frustasi terhadap pekerjaan sebelumnya dan sebagainya. Perempuan pengusaha mempunyai peranan yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Partisipasi wanita untuk mandiri dengan berwirausaha menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan. Informasi yang diberikan Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2015 tercatat, dari sekitar 52 juta pelaku UKM yang ada di seluruh Indonesia, yaitu 60% bisnis dilakukan perempuan (Rizal, 2015). Kaum perempuan ikut memiliki andil besar dalam kemajuan perekonomian suatu negara (Yuldinawati, 2015). Berdasarkan data itu, disimpulkan bahwa perempuan banyak yang menjadi wirausaha.

Berdasarkan data yang didapat dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Semarang terdapat 118 salon pada skala mikro dan kecil (<https://iumk.semarangkota.go.id/v2/publik/>). Usaha salon yang didirikan dan dikelola oleh wanita, misalnya Salon Limara, Salon Alinie, Salon Topsy, Salon Grand Exotic, Salon Yuni, Salon Moiss, Salon May, Salon Regatta, Salon Merlyn, Salon Orlane dan lain-lain. Salah satunya adalah Salon Grand Exotic dimana salon ini berdiri sejak tahun 2016. Pemiliknya bernama Ibu Christina Clara yang berumur 36 tahun. Salon ini terletak di Anggrek Raya No. 18, Depan Gelael Citraland Mall Semarang. Salon ini menawarkan jasa seperti cuci dan potong rambut, creambath, manicure dan pedicure, serta colouring. Salon ini menerima pengunjung baik pria maupun wanita. Menurut wawancara singkat dengan Ibu Christina, beliau memulai usaha sebagai *entrepreneur* karena adanya keinginan untuk merasakan pekerjaan bebas. Berangkat kerja tanpa terikat pada aturan atau jam kerja formal, tidak ada atasan, tidak ada kunjungan dinas. Karena sebelumnya beliau bekerja sebagai karyawan di sebuah perusahaan. Dan akhirnya beliau memutuskan untuk membuka usaha sendiri berupa salon Grand Exotic di Depan Gelael Citraland Mall Semarang.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini berjudul “Analisis Motivasi Wanita Menjadi Wirausaha Salon Di Semarang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dalam penelitian ini adalah:

- 1) Apakah kebutuhan berprestasi berpengaruh terhadap motivasi wanita menjadi wirausaha?
- 2) Apakah kebutuhan afiliasi berpengaruh terhadap motivasi wanita menjadi wirausaha?
- 3) Apakah kebutuhan otonomi berpengaruh terhadap motivasi wanita menjadi wirausaha?
- 4) Apakah kebutuhan dominasi berpengaruh terhadap motivasi wanita menjadi wirausaha?
- 5) Apakah kebutuhan berprestasi, afiliasi, otonomi, dan dominasi secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi wanita menjadi wirausaha?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui pengaruh kebutuhan berprestasi terhadap motivasi wanita menjadi wirausaha.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh kebutuhan afiliasi terhadap motivasi wanita menjadi wirausaha.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh kebutuhan otonomi terhadap motivasi wanita menjadi wirausaha.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh kebutuhan dominasi terhadap motivasi wanita menjadi wirausaha.
- 5) Untuk mengetahui pengaruh kebutuhan berprestasi, afiliasi, otonomi, dan dominasi secara bersama-sama terhadap motivasi wanita menjadi wirausaha.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah

1) Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi saran dan masukan bagi pemilik usaha salon di Semarang untuk lebih mengembangkan usahanya.

2) Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan pengetahuan khususnya di bidang manajemen kewirausahaan dan dapat menjadi rujukan untuk penelitian selanjutnya.

