

## **BAB I**

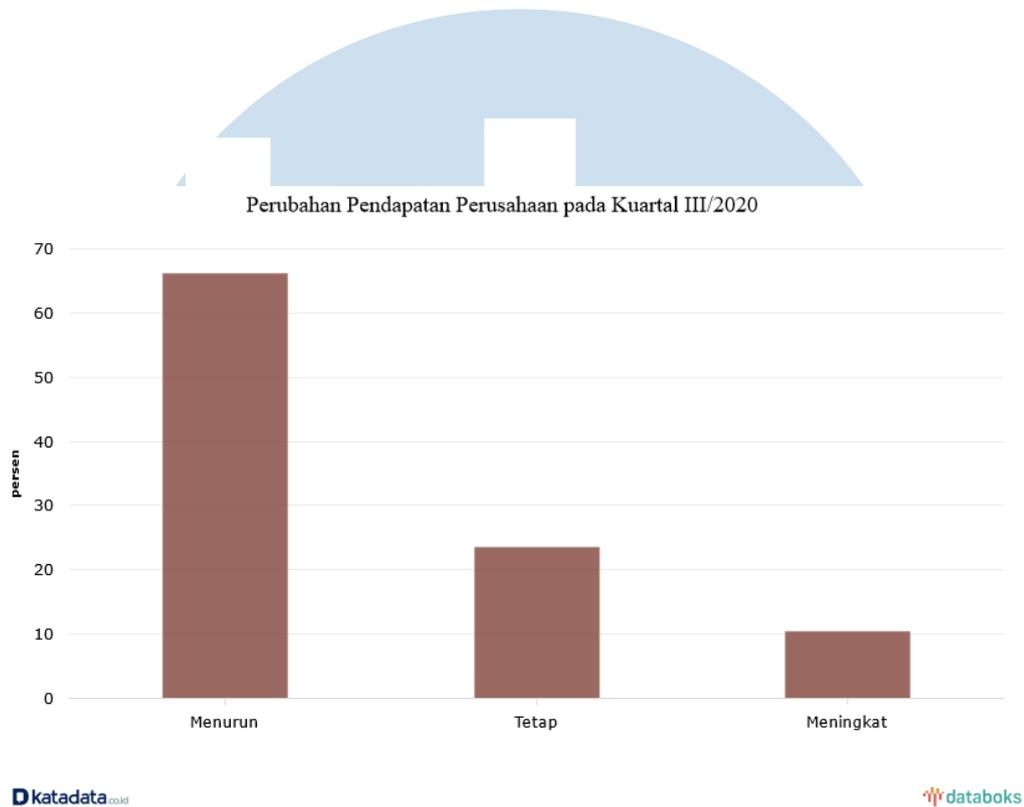
### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pandemi Covid-19 telah terjadi sejak awal 2020 yang ditemukan di Wuhan, Tiongkok yang dimana telah menyebar luas di seluruh dunia. Secara resmi organisasi kesehatan dunia yaitu *World Health Organization* (WHO) menetapkan pada 11 Maret 2020 sebagai pandemi global. Virus Covid-19 telah menyebar secara cepat di 219 negara/wilayah dengan total global mencapai 171,5 juta kasus dan 3,7 juta kematian, terjadinya pandemi Covid-19 memiliki dampak yang cukup parah dari mulai perekonomian, medis, sosial, serta kesejahteraan. (Kemenkeu, 2021b).

Seiring dengan bertambahnya kasus Covid-19 di Indonesia, pemerintah Indonesia berupaya mengatasi pandemi dengan cara menerapkan kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang bertujuan untuk mengurangi kegiatan serta mobilitas masyarakat. Adanya kebijakan tersebut secara tidak langsung akan berpengaruh pada kegiatan perekonomian, produksi serta distribusi salah satunya pada saat pengiriman barang antar daerah atau pulau. Hal ini menyebabkan perusahaan mengalami penurunan pendapatan terbukti dari 88% perusahaan mengalami kerugian selama 6 bulan sejak adanya pandemic Covid-19 di Indonesia (Fauzan, 2020).

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 1.1 Perubahan Pendapatan Perusahaan Pada Kuartal III/2020

Sumber: Bayu (2020)

Pada gambar 1.1 menunjukkan perusahaan pada kuartal III/2020 bulan Juli-September masih mengalami penurunan pendapatan sebesar 66,09% (Bayu, 2020). Menurut Direktur Statistik Kependudukan dan Ketenagakerjaan BPS terdapat penurunan pendapatan sebesar 80%, diantaranya yaitu Usaha Mikro Kecil (UMK) yang paling banyak mengalami penurunan pendapatan sebesar 84,2% dan Usaha Menengah Besar (UMB) sebesar 82,29% (Viando, 2020). Pendapatan pada awal tahun 2021 mengalami pemulihan, namun pada kuartal III/2021 bulan Juni-Agustus mengalami penurunan pendapatan yang disebabkan meningkatnya Covid-19 varian Delta, penurunan tersebut sebesar 3,5% setelah mengalami peningkatan sebesar 7,1% (WorldBank, 2021). Dengan adanya penurunan tersebut, banyak perusahaan yang mengalami kerugian besar yang mengharuskan karyawan dirumahkan untuk mengurangi mobilitas bahkan di PHK.



Gambar 1.2 Wabah Pengangguran di Masa Covid-19

Sumber: Annur (2020)

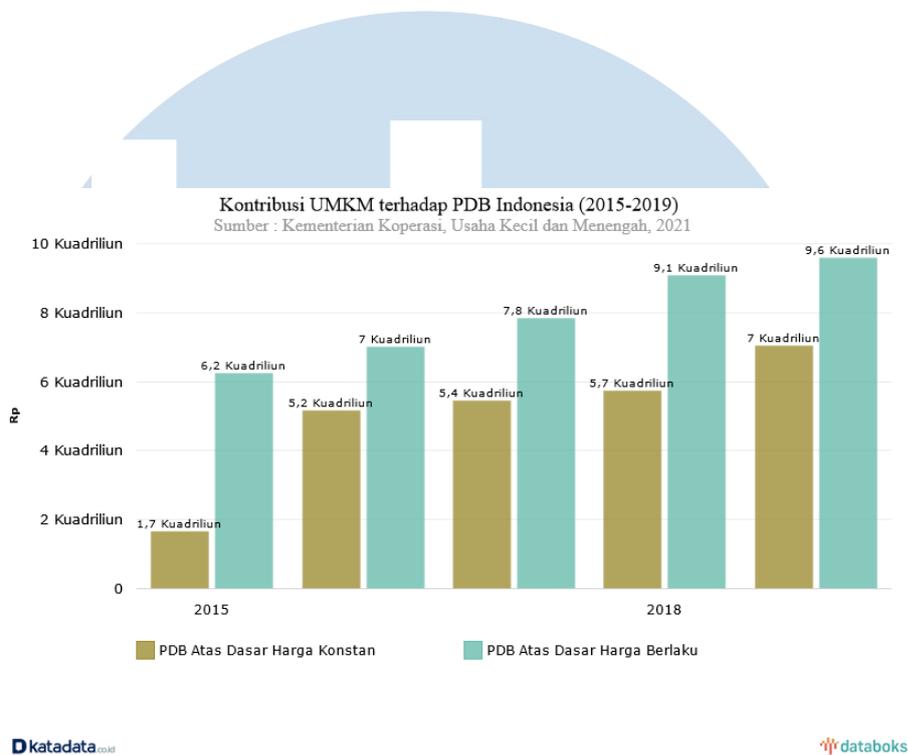
Berdasarkan gambar 1.2 Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat sebanyak 29,12 juta orang terkena dampak pandemi terdiri dari 24,03 juta orang mengalami pengurangan pada jam kerja, 9,77 juta orang menjadi pengangguran, 2,56 juta orang kehilangan pekerjaan, 1,77 juta orang tidak memiliki pekerjaan, serta 760 ribu orang bukan angkatan kerja (Annur, 2020). Salah satu cara efektif mengatasi agar pengangguran turun yaitu dengan meningkatkan jiwa kewirausahaan, dengan adanya kegiatan wirausaha akan merubah perekonomian di suatu negara dan akan

mengurangi jumlah pengangguran (Nasution, 2019).

Kewirausahaan merupakan salah satu sumber alternatif bagi suatu negara untuk memajukan perekonomian serta dapat membuka lapangan pekerjaan untuk para pengangguran. Selain itu, kewirausahaan akan menurunkan tingkat pengangguran yang akan berdampak positif terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi karena semakin banyak tenaga kerja yang terserap tentu dapat mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan. Pada saat ini fenomena kewirausahaan telah meningkatkan kesadaran bagi semua orang karena dapat menyalurkan ide-ide, inovasi baru, meningkatkan kreativitas, serta menciptakan bisnis baru dipasar (Mutiarasari, 2018).

Salah satu dampak ekonomi dari kewirausahaan terlihat dari kontribusi UMKM terhadap PDB, perekonomian Indonesia setidaknya dapat ditinjau dari peran UMKM sebagai pemeran utama dalam aktivitas perekonomian di berbagai sektor industri seperti sebagai penyedia lapangan pekerjaan baru, menciptakan pasar baru dan inovasi produk baru, serta berkontribusi terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia (Wahyono, 2020).

Menurut Tulus Tambunan (2012) terdapat lima alasan pentingnya UMKM untuk perekonomian Indonesia: (1) banyaknya UMKM yang tersebar di kota dan di desa hingga daerah terpencil, (2) banyaknya wirausaha yang memiliki inovasi pada produknya, membuat potensi pertumbuhan ekonomi dan lapangan pekerjaan yang besar, (3) UMKM dapat membantu masyarakat yang memiliki tingkat pendidikan yang rendah, (4) UMKM mampu menyediakan kebutuhan barang-barang untuk masyarakat yang relatif murah, (5) memiliki tingkat fleksibilitas yang tinggi.



Gambar 1.3 Kontribusi UMKM Terhadap PDB Indonesia (2015-2019)

Sumber: (Hadya, 2021a)

UMKM di Indonesia terus memberikan kontribusi terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) dari tahun ke tahun. UMKM berkontribusi terhadap PDB pada harga konstan pada tahun 2019 naik sebesar 22,9% atau sebesar Rp7.034,1 triliun (Hadya, 2021a). Di tahun 2020 UMKM berkontribusi terhadap PDB sebesar 61,97% atau sebanyak Rp8.500 triliun, pada tahun 2021 jumlah UMKM sebanyak 64,2 juta dan berkontribusi terhadap PDB sebesar 61,07 % atau sebanyak Rp8.573,89 triliun, dan UMKM menyerap tenaga kerja pada tahun 2020 sebanyak 97% (Nurhaliza, 2022).

Dengan meningkatnya kontribusi UMKM terhadap PDB, nyatanya di Indonesia jiwa kewirausahaan masih rendah, Erick Thohir (2021) selaku Menteri BUMN (Badan Usaha Milik Negara) mengungkapkan “Indonesia masih jauh dibandingkan dengan negara-negara tetangga mengenai *entrepreneurship*”, jumlah wirausaha di Indonesia pada saat ini menunjukkan presentasi yang sangat kecil yaitu sekitar 3,47% dari total penduduk. Dibandingkan dengan negara tetangga Malaysia tingkat wirausaha sudah mencapai 4,74%, Singapura memiliki tingkat wirausaha sebesar 8,76%, sedangkan Thailand sebesar 4,26% (Putra, 2021).



35	Mexico	17.37	4.83	4.77	20.7	20.88
36	Norway	17.22	3.26	5.08	30.67	19.7
37	Cyprus	17.16	3.24	4.87	30.85	20.54
38	Argentina	16.96	3.81	3.19	26.26	31.39
39	Latvia	16.76	4.35	5.46	22.99	18.3
40	Serbia	16.55	3.27	3.3	30.56	30.32
41	Brazil	16.4	3.76	4.29	26.63	23.3
42	Romania	16.25	2.54	2.71	39.36	36.87
43	Hungary	16.19	2.73	2.61	36.69	38.32
44	Netherlands	16	2.18	2.78	45.86	36.01
45	Indonesia	15.42	3.95	4.76	25.29	21.03
46	Greece	15.23	5.42	5.4	18.46	18.53
47	Croatia	15.2	4.11	4.4	24.33	22.72
48	South Africa	15.12	5.8	6.04	17.25	16.56
49	Luxembourg	15.05	6.32	7.33	15.82	13.65

Gambar 1.4 *The World's Most Entrepreneurial Countries, 2021*

Sumber: (Dimitropoulou, 2021)

Berdasarkan gambar 1.4 Indonesia menduduki peringkat ke-45 pada *The World's Most Entrepreneurial Countries*. Peringkat tersebut masih tertinggal jauh dengan negara tetangga yaitu Malaysia menduduki peringkat ke-14, Singapura peringkat ke-23, dan Thailand peringkat ke-30. Untuk meningkatkan peringkat *entrepreneurial countries*, perlu adanya dukungan dari pemerintah pusat, daerah, serta pihak lain. Oleh karena itu, pemerintah berupaya untuk meningkatkan jumlah *entrepreneur* salah satunya dengan meningkatkan jumlah pengusaha laki-laki dan perempuan. Dalam hal ini kedua gender tersebut memiliki potensi yang cukup tinggi untuk membantu pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Salah satunya perempuan dianggap sebagai sumber *supply entrepreneur* potensial karena jumlahnya yang cukup banyak di Indonesia. Sebanyak 135,24 juta jiwa merupakan jumlah perempuan di Indonesia dimana 68,52% adalah perempuan berumur 12-64 tahun (BPS, 2021c). Cukup besarnya jumlah tersebut akan

membantu pertumbuhan perekonomian di Indonesia, dimana pada saat ini perempuan sudah banyak bergabung dalam dunia kerja. Selain itu, perempuan juga dinilai lebih ulet, teliti dalam berbagai hal seperti mengelolah keuangan, *multitasking* dalam pekerjaan baik pekerjaan rumah tangga dan pekerjaan lainnya (Virdhani, 2022).

Salah satunya di UMKM dalam sektor makanan & minuman, *fashion*, dan kerajinan. Potensi yang besar ini terlihat pada sektor UMKM peran perempuan dalam perekonomian Indonesia semakin meningkat terbukti dari 53,76% UMKM dimiliki oleh perempuan, yang dimana 97% tenaga kerjanya ialah perempuan. Selain itu, kontribusi perempuan dalam perekonomian sebesar 61% serta di bidang investasi perempuan berkontribusi sebesar 60% (Kemenkeu, 2021a). Peran perempuan pada UMKM berhasil menyumbangkan kontribusinya sebesar 9,1% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, sedangkan pada sektor UMKM formal 43% dimiliki oleh perempuan. Terdapat tiga sektor usaha yang disukai oleh perempuan Indonesia yaitu sektor kuliner sebesar 41,69%, sektor *fashion* sebesar 18,15%, sedangkan sektor kerajinan yaitu sebesar 15,70% (Arifin, 2022).

Meskipun mempunyai potensi yang besar, nyatanya *entrepreneur* perempuan masih menemui kesulitan untuk mengembangkan bisnisnya karena ketidaksetaraan gender. Gender merupakan perbedaan fungsi, peran, status, dan tanggung jawab pada perempuan dan laki-laki. Ketidaksetaraan gender inilah yang disebabkan adanya faktor sosial budaya, faktor ini didapatkan dari lingkungan keluarga. dimana lingkungan keluarga seperti orang tua, suami, dan mertua dari perempuan melarang seorang istri menjalankan suatu usaha atau melakukan pekerjaan diluar rumah. Terdapat beberapa penyebab masih kurangnya jumlah pengusaha perempuan adalah pendidikan, pengalaman profesional, pengetahuan dalam berbisnis, ketakutan memulai, kurangnya modal, akses ke permodalan yang disebabkan oleh sulitnya perempuan dalam mengajukan kredit ke perbankan untuk modal usaha, tidak ada atau sedikit akses pelatihan, keluarga, agama, dan persepsi sosial (Anggadwita & Dhewanto, 2016; Oktari, 2020). Berdasarkan konsep hukum

ekonomi Islam telah ditetapkan mengenai mencari rezeki adalah kewajiban dan tanggung jawab kepala rumah tangga (suami) untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga. Dari hal tersebut secara psikologis dan fisiologis laki-laki bertugas sebagai pelindung perempuan (istri) dan mempunyai kelebihan jasmani, memiliki sifat kepemimpinan (*leadership*) dalam pembagian tugas dalam rumah tangga. Menurut perspektif hukum ekonomi islam perempuan berwirausaha memiliki sisi positif (kebaikan) dan sisi negatif (keburukan), dengan kata lain adakalanya menguntungkan dan merugikan (Maimun, 2011).

Berdasarkan hal tersebut, menguntungkan diartikan apabila perempuan mampu mengantisipasi semua masalah yang terjadi terutama yang berhubungan dengan usaha/bisnis yang dilakukan sehingga dapat berhasil dan mendapatkan keuntungan yang besar. Merugikan dalam hal ini apabila perempuan tidak dapat mengantisipasi segala masalah yang dialami, baik yang berkaitan pada dirinya sendiri, usahanya serta keluarga dan rumah tangga akan berujung ketidak harmonisan dan berantakan dalam rumah tangga (Maimun, 2011). Selain itu, lemahnya minat perempuan dalam berwirausaha disebabkan oleh persepsi sosial terkait budaya patriarki. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) patriarki merupakan perilaku yang dimana mengutamakan laki-laki daripada perempuan dalam berbagai hal di masyarakat maupun di kelompok sosial tertentu (KBBI, 2016). Sampai saat ini di Indonesia budaya patriarki masih terjadi dikalangan masyarakat, hal ini disebabkan status atau kedudukan perempuan masih dianggap rendah dibandingkan dengan laki-laki dan perempuan masih dipandang lemah karena tidak mampu berdiri sendiri serta masih butuh perlindungan dari laki-laki (Wahyuni, 2021).

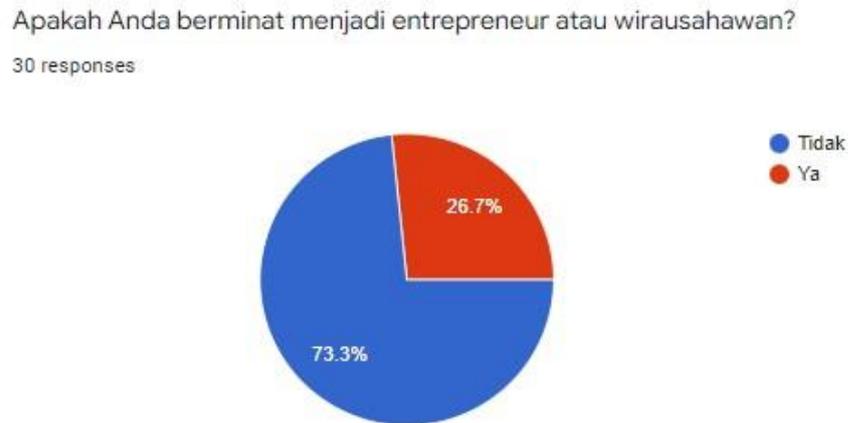
Selain hambatan sosial, perempuan juga menemui hambatan untuk mengakses sumber pendanaan untuk usaha mereka dikarenakan terdapat ketidaksetaraan gender dalam administrasi keuangan antara perempuan dengan laki-laki. Perempuan yang ingin memulai bisnis masih kesulitan dalam mengajukan kredit ke perbankan yang disebabkan bunga kredit yang terlalu tinggi, syarat

agunan yang memberatkan, prosedur peminjaman bank yang cukup rumit, dan kurang terlayani dengan baik pada saat mengajukan peminjaman (Ariany et al., 2013). Dari adanya penyebab tersebut salah satunya dikarenakan perempuan harus mendapatkan izin dari suami ketika ingin mengajukan pinjaman ke bank. Hal ini membuat perempuan enggan meminjam ke bank dan lebih memilih menggunakan tabungan sendiri atau meminjam uang untuk modal usaha ke keluarga atau teman.

Berdasarkan hasil survei Program For Eastern Indonesia SME Assistance menyatakan bahwa perempuan bukan sasaran utama produk-produk perbankan, dikarenakan perbankan cenderung melihat perempuan lebih kritis pada saat ingin mengajukan kredit dibandingkan dengan laki-laki dikarenakan resiko lebih besar (Ariany et al., 2013). Nyatanya jika perempuan diberikan akses permodalan ke perbankan akan lebih teliti dan pandai dibandingkan pria dalam mengatur keuangan, dalam hal ini tingkat kegagalan kredit lebih kecil terbukti dari data KUR (Kredit Usaha Rakyat) yang diterbitkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM bahwa nilai kredit Rp 137 triliun dari 10 juta debitor dari total tersebut faktanya utang yang dimiliki *entrepreneur* perempuan mencapai 0% atau tidak terdapat tunggakan (Kerja Usaha, 2020). Adapun kesulitan lainnya yaitu kurangnya akses pelatihan, padahal banyak perempuan yang ingin memulai berbisnis kecil-kecilan dan meningkatkan keterampilan dalam berbisnis untuk memenuhi kebutuhan.

Tahap pertama dalam memulai proses kewirausahaan adalah niat berwirausaha (*entrepreneurship intentions*), niat wirausaha merupakan kemauan individu untuk melaksanakan kegiatan bisnis dengan menciptakan inovasi baru yang akan menghasilkan produk baru melalui pasar baru yang ditemukan serta berani mengambil semua risiko yang ada (Jeganathan, 2014). Menurut Paul et al (2017) (dalam Chandra & Budiono, 2019) *Entrepreneurship intentions* atau niat kewirausahaan adalah usaha yang akan dilakukan seseorang untuk memulai dan berperan dalam suatu perilaku wirausaha dan melaksanakan aktivitas bisnis dimana niat ini dipengaruhi oleh sejumlah faktor yaitu nilai, kebutuhan, keinginan, dan keyakinan. Untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif terkait

fenomena maka peneliti melakukan pra-survei sebagaimana terlihat pada gambar 1.5.



Gambar 1.5 Minat Perempuan Menjadi Entrepreneur

Sumber: Data Pribadi (2022)

Berdasarkan gambar 1.5 peneliti melakukan pra-survei mengenai minat perempuan menjadi *entrepreneur* atau berwirausaha dari 30 responden perempuan 26,7% menyatakan “Ya” atau minat menjadi *entrepreneur* dan 73,3% menyatakan “Tidak” berminat berwirausaha. Selain itu, hasil dari pra-survei mengenai “Apakah yang Anda ingin lakukan dalam jangka waktu terdekat” sebanyak 33,3% memilih “mengurus rumah tangga”, sebanyak 23,3% memilih untuk “bekerja”, 30% perempuan dalam pra-survei ini memilih untuk “berbisnis kecil-kecilan”, dan 13,3% memilih untuk “melanjutkan studi”. Berdasarkan data tersebut, hal ini menunjukkan bahwa beberapa perempuan tidak ingin menjadi wirausahawan dikarenakan lebih memilih untuk mengurus rumah tangga terbukti dari survei tersebut 33,3% perempuan lebih banyak mengurus rumah tangga.

*Women entrepreneurship* ialah perempuan yang terlibat dalam aktivitas bisnis dan memiliki motivasi untuk berhasil (Anggadwita & Dhewanto, 2016). Menurut Sharma (2013) dalam (Chhabra et al., 2020) *women entrepreneur* adalah seorang perempuan yang menggunakan ilmu dan sumber daya untuk mengembangkan atau menciptakan peluang bisnis baru, baik di sektor informal

maupun formal. Menurut Priyanto dalam (Suharti & Sirine, 2012) terdapat dua hal atau faktor yang mempengaruhi jiwa wirausaha adalah faktor internal yang terdiri dari karakteristik individu, sikap, serta kemauan individu sedangkan faktor eksternal yaitu lingkungan. Banyaknya perempuan yang berkeinginan menjadi *entrepreneur* didasarkan dari individu yang ingin membantu keuangan keluarga atau menghasilkan uang untuk dirinya.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perempuan dalam berwirausaha yaitu *individual competencies*. *Individual competencies* mempunyai posisi penting dalam kesuksesan wirausaha dalam hal ini individu perempuan dalam berbisnis memiliki kemampuan mengelola keuangan, menciptakan dan mengimplementasikan ide-ide, serta mampu membangun hubungan baik dengan klien (Ramadani et al., 2013). Menurut George Klemp dalam (Habibullah et al., 2020) kompetensi merupakan suatu sifat atau karakteristik yang mendasari seseorang untuk menghasilkan kerja atau pekerjaan yang efektif atau kinerja yang unggul. Menurut Brownell dalam (Anggadwita & Dhewanto, 2016) *individual competencies* dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan dapat dipelajari melalui pendidikan formal, selain itu *individual competencies* juga dapat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, pengalaman, dan karir. Masih kurangnya perempuan dalam berkompetensi di bidang usaha dikarenakan tidak memiliki potensi dalam dirinya untuk memulai berbisnis, tidak memiliki bekal ilmu untuk memulai berbisnis, tidak terdapat atau kurang terdapat pelatihan khusus perempuan, dan kurangnya pemberdayaan perempuan. Dari adanya masalah tersebut untuk mengembangkan kompetensi perempuan harus adanya pelatihan dan pemberdayaan perempuan dengan adanya hal ini perempuan akan mengembangkan dirinya dan memanfaatkan potensi yang dimiliki dirinya serta mengembangkannya diri mereka (Dian et al., 2020).

Selain itu, *psychological characteristics* menjadi faktor individu tertarik untuk mengembangkan minat berwirausaha, menurut McClelland dalam (Anggadwita & Dhewanto, 2016) status sosial menjadi salah satu faktor karakter psikologis yang mendorong kegiatan *entrepreneur*. Menurut Priyanto (2008) dalam (Nagel & Suhartatik, 2018) faktor lainnya dalam psikologi karakteristik yang

mendorong seseorang untuk berwirausaha ialah *locus of control* (LOC), *need for achievement*, *risk taking and innovativeness*, dan emosi. Menurut Zhang & Zhang (2013) psikologis karakteristik memiliki peranan penting dalam menumbuhkan minat wirausaha di kalangan orang-orang. *Psychological characteristics* perempuan dalam berbisnis juga dapat dilihat dari tingkat kepercayaan diri, dimana tingkat kepercayaan diri perempuan lebih rendah dibandingkan dengan laki-laki. Namun rasa takut akan kegagalan yang dirasakan perempuan lebih besar dibandingkan dengan laki-laki. Berdasarkan hal tersebut, perempuan memandang bahwa keberhasilan dan kegagalan mereka ditentukan oleh keuletan atau kegigihan mereka sendiri (Unicef, 2021). Terdapat perbedaan yang menonjol antara wirausahawan perempuan dengan laki-laki, menurut Alma (2013:47) (dalam Supriani, 2017) pada umumnya perempuan memiliki emosional lebih tinggi dibanding dengan laki-laki. Dari sisi emosional yang dimiliki oleh perempuan dapat menjadi keuntungan dan kerugian bagi perempuan seperti dalam pengambilan keputusan terdapat faktor emosional yang mempengaruhinya, sehingga dari keputusan yang diambil akan kehilangan rasionalitasnya. Sebaliknya dibandingkan dengan laki-laki mereka lebih rasional dalam berbagai hal.

Salah satu teori yang sering digunakan untuk meneliti niat berwirausaha adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB). Teori ini merupakan teori yang dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein (1975), pada teori ini terdapat faktor-faktor yaitu sikap, persepsi control perilaku, dan norma subyektif dimana faktor-faktor tersebut secara tidak langsung mampu mempengaruhi atau membentuk niat berwirausaha dan sikap seseorang (Suharti & Sirine, 2012).

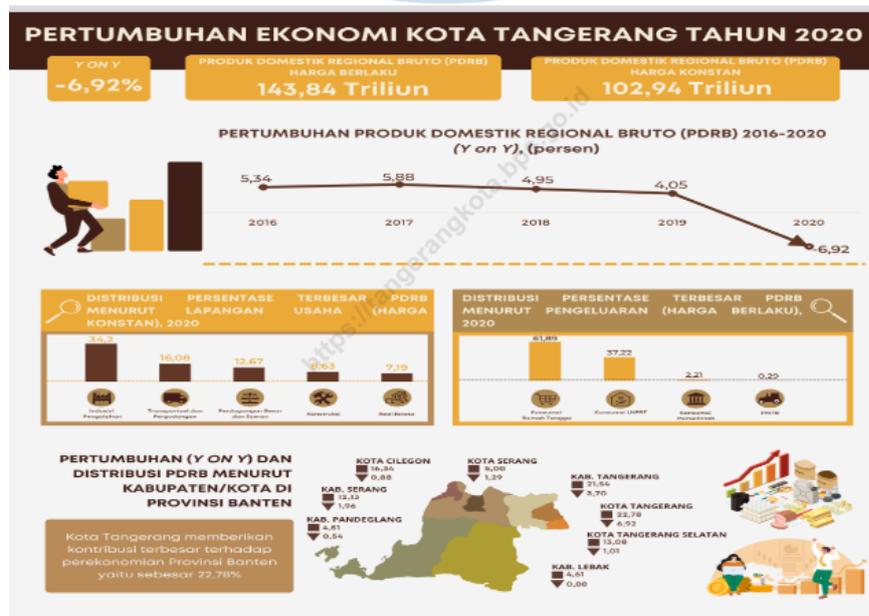
Perempuan yang ingin menjadi *entrepreneur* harus memiliki sikap pribadi (*personal attitude*) adalah penilaian yang dibuat oleh individu, baik secara positif maupun negatif terhadap suatu objek, orang, perilaku organisasi, dan minat (Dinc, 2016). Menurut Wardhani & Kusuma (2021) *personal attitude* ialah sikap yang ditunjukkan oleh individu, sejauh mana individu tersebut memberikan penilaian pribadi yang positif atau negatif tentang menjadi seorang wirausaha. Berdasarkan hal ini, *personal attitude* (sikap pribadi) yang diharapkan muncul dalam diri

perempuan yaitu minat berwirausaha. Menurut Ajzen dan Fishbein dalam (Wardhani & Kusuma, 2021) seseorang yang memiliki kepercayaan diri yang besar untuk berperilaku dengan cara tertentu akan mengarah pada hasil yang positif dan sikap yang menguntungkan terhadap perilaku yang dimiliki perempuan. Dengan demikian ketika seorang perempuan memiliki minat untuk menjadi seorang *entrepreneur*, maka ia akan menanamkan dalam dirinya sikap berwirausaha.

Persepsi sosial (*social perception*) ialah faktor diluar diri seseorang yang memutuskan apakah orang atau kelompok lain akan menerima atau menolak suatu perilaku atau sikap yang dilakukan oleh seorang individu tersebut atau kelompok. Selain itu, persepsi sosial (*social perception*) adalah persepsi individu terhadap tuntutan sosial apakah perilaku tersebut harus ditampilkan atau tidak (Anggadwita & Dhewanto, 2016). Menjadi seorang perempuan dengan banyak peran bukanlah tugas yang mudah, keterampilan atau pengetahuan dalam berbisnis diperlukan untuk mendukung peran perempuan. Dalam hal ini, perempuan yang sudah menikah dan berniat berwirausaha biasanya ingin membantu suaminya atau ingin meningkatkan taraf hidupnya dan keluarga (Samriah, 2019). Nyatanya di Indonesia perempuan yang berbisnis masih dianggap sepele oleh beberapa kalangan laki-laki, dimana laki-laki masih menganggap dirinya yang harus mencari atau menafkahi perempuan atau istrinya, dan hanya boleh menjadi ibu rumah tangga yang harus mengurus rumah dan anak. Selain itu, persepsi lainnya ialah laki-laki takut kalah saing dengan perempuan maksudnya adalah ketika perempuan berbisnis dan mendapatkan pendapatan yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki, ketika ini terjadi membuat laki-laki merasa kalah dalam hal pendapatan (Yuliani, 2022).

Kota Tangerang merupakan salah satu pusat bisnis atau usaha di Indonesia dimana banyak usaha besar yakni perusahaan manufaktur dan industri bahkan perusahaan internasional mendirikan pabriknya di Kota Tangerang. Sebagai pusat kegiatan bisnis dan komersial, Kota Tangerang memiliki kelebihan yaitu dari segi SDM (Sumber Daya Manusia). Meskipun jumlah penduduknya beraneka ragam, warga Kota Tangerang sangat mendukung dan menunjang percepatan pertumbuhan ekonomi demi kesejahteraan bersama (Magazine, 2017). Dengan banyaknya usaha

besar yaitu perusahaan dan industri di Kota Tangerang menyebabkan banyaknya bidang usaha di berbagai sektor, bidang usaha ini mendukung kebutuhan masyarakat maupun karyawan yang bekerja di perusahaan dan industri dari mulai kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder. Kota Tangerang merupakan wilayah yang sangat berdekatan dengan ibu kota Indonesia yaitu Jakarta yang merupakan pusat bisnis dari negara Indonesia, dibandingkan dengan daerah lain kota ini memiliki akses yang mudah dilalui baik laut, darat, dan udara seperti terdapat bandara udara Soekarno Hatta yang merupakan bandara utama untuk melayani penerbangan masyarakat yang berada di Jabodetabek dan sekitarnya. Selain itu, kota ini memiliki jumlah investasi yang cukup tinggi diantaranya kawasan industri, perumahan, perkantoran, gudang, transportasi, dan sebagainya (CnnIndonesia, 2020).



Gambar 1.6 Pertumbuhan Ekonomi Kota Tangerang Tahun 2020  
Sumber: BPS (2021a)

Berdasarkan gambar 1.6 menunjukkan Kota Tangerang memberikan kontribusi terbesar terhadap pertumbuhan ekonomi di Provinsi Banten sebesar 22,78% dibandingkan dengan Kabupaten Tangerang sebesar 21,54% dan Kota Tangerang Selatan 13,06%. Pertumbuhan ekonomi di Kota Tangerang didukung dengan semakin bertambahnya jumlah bidang usaha seperti pada tahun 2018

sebanyak 11.746, di tahun 2019 mencapai 13.368 unit usaha (Administrator, 2020).



Gambar 1.7 Data Sebarang Bidang Usaha di Kota Tangerang Tahun 2020

Sumber: Disindagkopukm (2020)

Menurut Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UMKM Kota Tangerang pada tahun 2020 jumlah bidang usaha mencapai 115.146 unit yang tersebar di berbagai wilayah Kota Tangerang, bidang usaha tersebut terdiri dari agrobisnis, fashion konveksi, jasa laundry, kerajinan, otomotif, pangan, pendidikan, toko warung kelontong, pedagang pasar, dan lainnya. Pada gambar 1.7 bidang usaha yang paling banyak di tahun 2020 yaitu bidang usaha pangan sebesar 39%, fashion atau konveksi sebesar 5%, dan kerajinan sebesar 1%. Pertumbuhan ekonomi Kota Tangerang didukung dengan adanya pusat ekonomi kreatif yang berada di Pasar Lama, adanya wisata kuliner tersebut membantu para pengusaha.

Berdasarkan hal tersebut, Wilayah daerah Kota Tangerang menarik untuk dijadikan lokasi dalam penelitian ini dimana kota ini diarahkan menjadi kawasan seribu industri dimulai dari industri sedang, kecil, dan besar, dimana industri tersebut memiliki berbagai varian seperti industri manufaktur, kimia, makanan dan minuman, dan sebagainya, daerah ini memiliki jarak yang relatif dekat dengan berbagai fasilitas seperti pelabuhan dan bandara (Purwanto, 2021). Pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat disetiap tahunnya yang didukung dengan banyaknya bidang usaha baik yang dipimpin oleh perempuan maupun laki-laki.

Berdasarkan dari fenomena dan teori yang telah dijabarkan pada *women*

*entrepreneurial intention*, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGARUH PERSONAL ATTITUDE DAN SOCIAL PERCEPTION TERHADAP WOMEN ENTREPRENEURIAL DI KOTA TANGERANG”**.

## **1.2 Rumus Masalah dan Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan analisa yang telah dijelaskan dalam latar belakang masalah, pandemi Covid-19 telah membawa berbagai dampak negatif kepada seluruh negara termasuk Indonesia, dampak yang terjadi seperti perekonomian, medis, sosial serta kesejahteraan. Adanya fenomena tersebut, menyebabkan banyak perusahaan yang mengalami kerugian besar yang mengharuskan karyawan dirumahkan untuk mengurangi mobilitas bahkan di PHK. Dari banyaknya karyawan yang terkena PHK menyebabkan angka pengangguran di Indonesia selama pandemi Covid-19 menjadi meningkat. Dengan adanya peningkatan tersebut, menjadi perhatian pemerintah untuk mengurangi angka pengangguran.

Salah satu cara efektif mengatasi agar pengangguran turun yaitu dengan meningkatkan jiwa kewirausahaan, dengan adanya kegiatan wirausaha akan merubah perekonomian di suatu negara dan akan mengurangi jumlah pengangguran. Namun, jumlah wirausaha di Indonesia masih sangat rendah sebesar 3,47% dari total penduduk dibandingkan dengan negara tetangga memiliki jumlah wirausaha yang cukup tinggi. Berdasarkan hal tersebut, pemerintah berupaya untuk meningkatkan jumlah *entrepreneur*, salah satunya adalah dengan meningkatkan jumlah pengusaha laki-laki dan perempuan.

Perempuan dianggap sebagai sumber *supply entrepreneur* potensial karena jumlahnya yang cukup banyak di Indonesia. Meskipun memiliki potensi yang besar, nyatanya perempuan masih menemui kesulitan untuk mengembangkan bisnisnya karena ketidaksetaraan gender. Terdapat beberapa penyebab masih kurangnya jumlah pengusaha perempuan adalah pendidikan, pengalaman professional, pengetahuan dalam berbisnis, ketakutan memulai, kurangnya modal,

akses ke permodalan yang disebabkan oleh sulitnya perempuan dalam mengajukan kredit ke perbankan untuk modal usaha, tidak ada atau sedikit akses pelatihan, keluarga, agama, persepsi sosial, dan budaya patriarki. Sampai saat ini di Indonesia budaya patriarki masih terjadi dikalangan masyarakat, hal ini disebabkan status atau kedudukan perempuan masih dianggap rendah dibandingkan dengan laki-laki dan perempuan masih dipandang lemah karena tidak mampu berdiri sendiri serta masih butuh perlindungan dari laki-laki.

Berdasarkan fakta-fakta yang telah dijelaskan diatas, tujuan peneliti melakukan penelitian ini yaitu menganalisis mengenai *women entrepreneurial intention*, maka pertanyaan peneliti dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah *personal attitude* memiliki pengaruh positif terhadap *women entrepreneurial intention*?
2. Apakah *social perception* memiliki pengaruh positif terhadap *women entrepreneurial intention*?
3. Apakah *social perception* memiliki pengaruh positif terhadap *personal attitude*?
4. Apakah *psychological characteristics* memiliki pengaruh positif terhadap *personal*?
5. Apakah *psychological characteristics* memiliki pengaruh positif terhadap *individual competencies*?
6. Apakah *individual competencies* memiliki pengaruh positif terhadap *personal attitude*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai peneliti sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *personal attitude*, *social*

*perception terhadap women entrepreneurial intention.*

2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *social perception* terhadap *personal attitude*.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *psychological characteristics* terhadap *personal attitude* dan *individual competencies*.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *individual competencies* terhadap *personal attitude*.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara akademis dan praktisi yang membahas tentang pengaruh *personal attitude*, *social perception*, *women entrepreneurial intention*, *psychological characteristics*, dan *individual competencies*, yaitu:

##### **1.4.2 Bagi Akademisi**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah informasi, pengetahuan, dan referensi bagi pembaca maupun bagi penelitian selanjutnya. Terutama bagi program studi manajemen *entrepreneurship* khususnya terkait pengaruh *personal attitude* dan *social perception* terhadap *women entrepreneurial intention*.

##### **1.4.3 Bagi Praktisi**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi, saran, dan informasi bagi para perempuan di Kota Tangerang yang ingin memulai bisnis untuk mengetahui dan memahami pengaruh *personal attitude*, *social perception* terhadap *women entrepreneurial intention*. Dan pengaruh *psychological characteristics* terhadap *personal attitude* dan *individual competencies*. serta pengaruh *individual competencies* terhadap *personal attitude*. Dan peneliti berharap penelitian ini dapat membantu para perempuan dalam membuat dan mengambil keputusan kedepannya.

## 1.5 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti mempersempit ruang lingkup sehingga dapat lebih fokus pada masalah yang telah dirumuskan. Berikut adalah batasan penelitian yaitu:

1. Responden pada penelitian ini yaitu para perempuan di Kota Tangerang yang belum memiliki bisnis dan berminat untuk berbisnis.
2. Peneliti akan melakukan penelitian ini dengan cara menyebarkan kuesioner kepada perempuan di Kota Tangerang dengan menggunakan *Google Form*.
3. Penelitian ini menggunakan model penelitian dari penelitian sebelumnya yang berjudul “*The Influence of Personal Attitude and Social Perception on Women Entrepreneurial Intention in Micro and Small Enterprises in Indonesia*” dan penelitian ini berfokus dan dibatasi pada variabel *personal attitude, social perception, women entrepreneurial intention, psychological characteristics, dan individual competencies*.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dalam penulisan tugas akhir yang berjudul “Analisis Pengaruh *Personal Attitude* dan *Social Perception* Terhadap *Women Entrepreneurial Intention* di Kota Tangerang” sebagai berikut:

### BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah dan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

### BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang akan digunakan oleh peneliti pada penelitian ini, teori yang akan digunakan yaitu teori dari konsep-konsep mengenai *entrepreneurship, entrepreneurship intention, women entrepreneurship,*

*personal attitude, social perception, psychological characteristics, dan individual competencies.* Selain itu, pada bab ini akan menjelaskan model penelitian dan hipotesis penelitian yang akan digunakan peneliti dalam melakukan penelitian ini, serta terdapat penjelasan penelitian terdahulu yang akan dijelaskan dimulai dari nama peneliti, publikasi, judul penelitian, hasil dari penelitian, dan manfaat penelitian tersebut.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini menjelaskan metode penelitian, jenis penelitian yang akan digunakan, lokasi penelitian, populasi, sampel, teknik pengumpulan data, operasionalisasi variable, dan teknik pengolahan analisis data.

### **BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini menjelaskan hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dimulai dari karakteristik responden, analisis statistik, uji hipotesis serta menjelaskan hasil dari pengolahan data yang sudah didapat dengan pembahasannya.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini menjelaskan kesimpulan atas hasil penelitian yang telah dilakukan, dari kesimpulan yang telah didapatkan peneliti memberikan saran-saran yang bermanfaat untuk objek serta untuk peneliti selanjutnya.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A