

PENDAHULUAN

Pada era sekarang ini, wanita telah mengalami banyak perkembangan dan membuktikan dirinya mampu bersaing dengan laki-laki, termasuk di dalamnya pada bidang bisnis. Wanita dan bisnis merupakan hal yang berbeda sifat, dimana wanita dengan sifat feminis dapat melakukan pekerjaan di bidang bisnis yang dianggap sebagai dunia laki-laki.

Dengan berwirausaha, wanita menyadari mampu mandiri secara finansial, mampu membuka akses ke segala jaringan serta sebagai sarana aktualisasi diri. Di Indonesia menurut hasil survey Industri Kecil dan Kerajinan Rumah Tangga (IKKRT) menyebutkan bahwa 43% dari 2,351 juta pebisnis Indonesia merupakan wanita (Tinaprilla, 2007). Temuan tersebut selaras dengan Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) mencatat telah memiliki anggota 30.000 sampai dengan akhir tahun 2012. Dari 30.000 pengusaha yang bergabung, tercatat sebanyak 70% berada di sektor UMKM seperti makanan, handycraft dan jasa, sekitar 17% berada di skala usaha menengah dan sisanya yakni 13% merupakan pengusaha besar seperti Martha Tilaar dan pemasok senjata (Siregar, 2013). Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Indonesia di tahun 2010 jumlah pelaku UKM/usaha mikro masih dibawah level 2% , Hal ini menunjukkan bahwa dari seluruh pelaku Usaha Kecil & Menengah (UKM) yang ada di Indonesia, sebanyak 60% dikelola dan/atau dimiliki oleh wanita. Daftar jumlah anggota komunitas Indonesia *mompreneur* yang tercatat dalam Database Komunitas Indonesia *Mompreneur* pun berkembang pesat sejak awal berdirinya hingga tahun

tahun 2015 yaitu 6005 anggota, dengan penambahan anggotan 2000 orang pertahunnya (Saningputra dkk, 2016)

Mompreneur adalah istilah yang digunakan oleh Majalah Entrepreneur dari Amerika Serikat untuk menggambarkan bisnis yang dilakoni oleh para ibu di negeri tersebut. Tak ubahnya seperti entrepreneur yang berarti wirausaha (Daniarti, 2008). Yang membedakan adalah *mompreneur* adalah bisnis yang dilakukan oleh para ibu dengan berkantor di rumah. Mereka melakukan aktivitas bisnis disela-sela kesibukan mengasuh anak, merawat rumah, mengerjakan tugas rumah tangga dan mengurus suami. Mereka bisa mempunyai usaha mereka sendiri dengan tetap tidak melupakan status mereka sebagai ibu rumah tangga.

Intensi berwirausaha (entrepreneur intention) atau niat berwirausaha dapat diartikan sebagai langkah awal dari suatu proses pendirian sebuah usaha yang umumnya bersifat jangka panjang, Lee dan Wong (dalam Rojuaniah, 2014). Menurut Hattab (2014), intensi berwirausaha dapat didefinisikan sebagai keadaan pikiran yang mengarahkan dan membimbing setiap individu terhadap perkembangan dan pengimplementasian dalam konsep bisnis baru. Intensi telah terbukti menjadi prediktor yang terbaik bagi perilaku kewirausahaan, intensi dalam perilaku kewirausahaan dapat menunjang keberhasilan usaha. Intensi disini dapat diartikan sebagai keaktifan dalam melakukan wirausaha. Oleh karena itu, intensi dapat dijadikan sebagai pendekatan dasar yang masuk akal untuk memahami siapa-siapa yang akan menjadi wirausaha (Choo dan Wong, 2006).

Hasil wawancara dengan tiga orang responden menunjukkan bahwa intensi berwirausaha *mompreneur* di Surakarta meningkat. Ny. Anita merupakan

pemilik griya busana “Alkalili” menyatakan bahwa minat wirausaha para ibu rumah tangga mengalami kemajuan khususnya untuk usaha di bidang fashion, yang terlihat dari pendaftaran reseller toko dalam seminggu yang menembus 6 orang dari 8 pendaftar berasal dari kaum ibu rumah tangga dibanding 3 tahun lalu hanya 2 orang dalam seminggu (Hasil wawancara tanggal 5 Januari 2016). Ny.Dinar, pengusaha handycraft “Azami felt” menjelaskan bahwa selalu semangat untuk berwirausaha karena selain yakin dengan kemampuannya, juga terdorong untuk menunjukkan karya terbaiknya sekaligus mengisi waktu luang bekerja sambil mengurus rumah tangga (Hasil wawancara tanggal 12 Januari 2016). Ny. Dila yang bergerak dalam toko online “Belle Shop” menyatakan bahwa keinginan untuk berwirausaha karena keinginan untuk membantu ekonomi keluarga, dukungan suami, serta dapat dijadikan usaha sambilan tanpa mengganggu kegiatan mengurus rumah tangga (Hasil wawancara tanggal 10 Januari 2016). Hal tersebut tidak menutup kemungkinan dengan peluang usaha di bidang lain seperti kuliner maupun jasa.

Secara garis besar penelitian intensi berwirausaha dipengaruhi oleh tiga faktor secara berbeda-beda yaitu karakteristik kepribadian; karakteristik demografis; dan karakteristik lingkungan. Faktor kepribadian dapat ditunjukkan dari beberapa variabel, seperti risk taking, kreativitas, inovasi, locus of control serta berbagai indikator kecerdasan, seperti intelligence quotient (IQ), emotional quotient (EQ), spiritual quotient (SQ), *Self Efficacy* dan *Adversity Quotient* (AQ) (Santosa, 2015). Selain itu ditambahkan dari hasil penelitian Srimulyani (2013) menyebutkan bahwa terdapat faktor yang berpengaruh terhadap tinggi dan

rendahnya intensi berwirausaha yaitu tingkat daya tahan terhadap tekanan atau *Adversity Quotient*.

Adversity Quotient untuk melihat seberapa jauh seseorang mampu menghadapi suatu kesulitan serta bertahan dalam menghadapi kesulitan tersebut. Surekha (2001) menyatakan bahwa adversity adalah kemampuan berpikir, mengelola dan mengarahkan tindakan yang membentuk suatu pola-pola tanggapan kognitif dan perilaku atas stimulus peristiwa-peristiwa dalam kehidupan yang merupakan tantangan atau kesulitan. *Adversity Quotient* pada wirausaha merupakan gambaran sejauh mana kinerja seorang wirausaha dalam menghadapi tantangan dan menyelesaikan permasalahan dalam mengembangkan usaha. Tantangan tersebut dapat berupa finansial, emosional, fisik, pergaulan dan yang berkaitan dengan pengembangan karier dari wirausaha (Stolz,2003). Tanpa adanya *Adversity Quotient* yang tinggi maka dikhawatirkan seseorang akan mengalami frustrasi dan kegamangan dalam menjalani proses menjadi seorang wirausaha nantinya (Stoltz, 2000). Sedangkan seorang wirausaha yang memiliki *Adversity Quotient* yang tinggi tidak akan menyerah dan tetap bertahan dimasa sulit dan menjadikan kesulitan sebagai penguat untuk menghadapi rintangan selanjutnya (Markman, 2004). Konsep *Adversity Quotient* ini terkait erat dengan keberhasilan wirausaha, karena dalam menjalankan usahanya wirausaha memerlukan keberanian untuk menghadapi kegagalan, dan kemauan untuk mencoba terus-menerus sampai berhasil. Secara keseluruhan konsep *Adversity Quotient* merupakan suatu kerangka konseptual dalam memahami dan meningkatkan keberhasilan (Stolz,2003; Stanley,2003 ; Henky & Ida,2012).

Adversity Quotient dipengaruhi oleh beberapa factor yaitu : daya saing, produktivitas, motivasi, mengambil risiko, perbaikan, ketekunan, dan belajar (Stolz, 2003).

Selain *Adversity Quotient*, intensi berwirausaha juga dipengaruhi oleh *Self Efficacy*. *Self Efficacy* dalam berwirausaha, yaitu seberapa yakin seseorang dapat merealisasikan gagasan wirausaha dengan mempertimbangkan peluang dan hambatan. *Self Efficacy* diartikan sebagai keyakinan individu terhadap kemampuan yang dimiliki untuk mengatur dan mengerjakan tugas yang diperlukan agar mencapai hasil yang diinginkan (Bandura, 1997). Persepsi keyakinan berkenaan dengan persepsi resiko berwirausaha sehingga dapat berdampak pada intensi berwirausaha individu (Tjahjono & Palupi, 2004). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Widodo dan Rusmawati (2004), keyakinan diri memiliki korelasi terhadap kewirausahaan dengan koefisien korelasi yang sangat signifikan. Hubungan positif tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi keyakinan diri maka kewirausahaan juga akan semakin tinggi, dan sebaliknya semakin rendah keyakinan diri, kewirausahaannya juga akan semakin rendah. Menurut Bandura (1997), ada beberapa faktor yang mempengaruhi *Self Efficacy* yaitu: pengalaman keberhasilan (*mastery experiences*), pengalaman orang lain (*vicarious experiences*), persuasi sosial (*social persuasion*), dan keadaan fisiologis dan emosional (*physiological and emotional states*).

Melihat fenomena di atas maka muncul permasalahan apakah ada hubungan antara *Adversity Quotient* dan *Self Efficacy* dengan intensi berwirausaha pada *momprenneur*? dan berapa besar kontribusi antara *Adversity Quotient* dan

Self Efficacy dengan intensi berwirausaha pada *momprenneur*?. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah bagi Ibu Rumah Tangga, dapat meningkatkan motivasi ibu rumah tangga untuk berwirausaha; Bagi Komunitas *momprenneur*, Sebagai referensi dalam pengembangan penelitian selanjutnya; dan Bagi Peneliti selanjutnya, Untuk lebih memperkaya pengetahuan dan wawasan serta dapat menjadi bahan acuan dalam menjawab persoalan terkait intensi berwirausaha dalam wirausaha. Sehingga dari permasalahan tersebut penulis mengambil judul “Hubungan Antara *Adversity Quotient* dan *Self Efficacy* dengan Intensi Berwirausaha pada *Momprenneur*”.