

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan dan perkembangan sebuah negara tidak hanya dinilai dari segi pertumbuhan ekonomi ataupun kestabilan politik saja, akan tetapi sebagian besar bertumpu pada keinginan dan kemampuan yang mumpuni dari sumber daya manusia (SDM) yang ada. SDM menjadi aset utama dan terbesar dalam memajukan sebuah negara. SDM yang berkualitas dan berdaya saing kompetitif akan mampu membawa negaranya unggul. Di masa mendatang, ilmu pengetahuan dan teknologi (Iptek) akan mejadi tonggak penggerak utama dalam pertumbuhan ekonomi dan kemajuan masyarakat hampir di seluruh dunia. Dengan kemajuan teknologi yang begitu canggih, SDM harus mampu bersaing baik skala nasional maupun internasional. Dalam perekonomian, kemajuan teknologi mengubah pola pasar yang semakin terbuka dan bebas di masa sekarang. Dampak positif dari hal tersebut yakni adanya fluktuasi arus barang maupun jasa yang mampu melintasi batas negara tanpa hambatan yang berarti, bahkan tidak terbatas ruang dan waktu. Keadaan yang demikian sebenarnya menjadi sebuah tantangan baru sekaligus peluang bagi pertumbuhan ekonomi negara-negara di dunia, termasuk Indonesia. Tantangan dan peluang ini harus disikapi dengan serius untuk bisa memajukan sebuah negara.



Gambar 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan II Tahun 2021

Sumber: Badan Pusat Statistik Tahun 2021

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang memiliki tingkat pertumbuhan ekonomi yang cukup stabil (World Bank, 2019). Menurut informasi dari Badan Pusat Statistik yang datanya diresmikan berdasarkan Berita Resmi Statistik No. 60/08/Th. XXIV pada tanggal 5 Agustus 2021 lalu, realisasi pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartil II-2021 menunjukkan peningkatan yang cukup besar bahkan mencapai 7,07% secara *year to year* (YoY). Dalam meningkatkan perekonomian bangsa Indonesia, Pembangunan Jangka Panjang II menjadi fokus pemerintah dimana menitik beratkan pada peningkatan kualitas sumber daya manusianya. Pandangan ke depan, SDM Indonesia diharapkan mampu bersaing secara kompetitif dengan mengandalkan keterampilan dan kreativitas, kemampuan teknologi dan manajemen, serta mampu memanfaatkan adanya keunggulan komparatif yang dimiliki dalam pribadi masing-masing. Menyikapi hal tersebut, maka pendidikan dianggap penting untuk bisa mencetak lulusan yang memiliki profesionalitas tinggi, andal, dan inovatif sesuai bidang

yang ditekuni termasuk dalam bidang peningkatan produktivitas dan efisiensi perkembangan dunia industri di Indonesia.

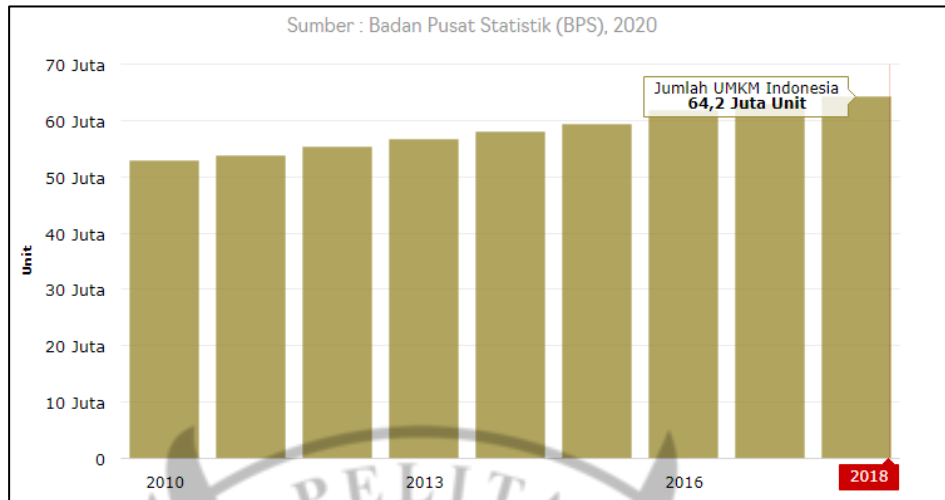
Berkaitan dengan uraian di atas, maka secara tidak langsung pertumbuhan ekonomi tentunya tidak terlepas dari pertumbuhan aktivitas kewirausahaan dalam sebuah negara. Kewirausahaan sendiri didefinisikan sebagai upaya yang berkaitan dengan berbagai kegiatan bisnis dan industri (Fichter, Klaus 2018). Melalui adanya kegiatan wirausaha maka daya tampung tenaga kerja akan semakin banyak dan secara tidak langsung akan mengurangi beban pengangguran sekaligus meningkatkan pendapatan masyarakat. Wirausaha dilihat dari segi jumlah maupun mutunya menjadi sebuah potensi yang mampu meningkatkan pembangunan ekonomi bangsa (Rusdiana 2018). Menurut Ratten (2014), sektor kewirausahaan dianggap sebagai salah satu faktor penting yang dapat mendukung stabilitas sebuah negara berkembang. Menurut Rusdiana (2018), ada dua nilai dharma bakti bagi para wirausaha terhadap pembangunan bangsa yakni (1) wirausaha mampu mengatasi minimnya lapangan pekerjaan yang berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan dan pengurangan pengangguran dengan adanya kegiatan proses produksi, distribusi, dan konsumsi; dan (2) wirausaha menjadi pejuang bangsa dalam bidang ekonomi sebab mampu meningkatkan ketahanan nasional dan mengurangi beban ketergantungan terhadap negara lain dari adanya proses produksi barang lokal. Menurut Perserikatan Bangsa-bangsa, apabila di dalam sebuah negara minimal terdapat 2% dari total jumlah penduduknya yang menjadi wirausaha maka sebuah negara akan mampu membangun dan bergerak maju (Rusdiana 2018).

Tabel 1.1 Data Kelompok Usia Penduduk di Indonesia Berdasarkan Jenis Kelamin Tahun 2020 (dalam *jutaan*)

Kelompok Umur	Jenis Kelamin		
	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
(1)	(2)	(3)	(4)
0-9	21.578	22.589	44.167
10-19	21.563	22.945	44.152
20-29	21.995	23.043	45.038
30-39	21.150	21.666	42.816
40-49	18.925	19.040	37.965
50-59	14.449	14.419	28.868
60-69	8.890	8.773	17.663
N70+	4.992	4.187	9.179
Total	133.542	136.662	270.204

Sumber: Olah Pribadi Data Badan Pusat Statistik, 2020

Berdasarkan hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional Indonesia tahun 2020, penduduk Indonesia mencapai 270,2 juta jiwa dengan jumlah perempuan sebesar 136,66 juta jiwa dan laki-laki sebesar 133,54 juta jiwa (BPS, 2020). Menurut Arif Rahman Hakim selaku Sekretaris Kementerian Koperasi dan UKM menyebutkan bahwa rasio kewirausahaan Indonesia mencapai 3,55% dari total penduduk di tahun 2019 dimana mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya yang hanya sebesar 3,47% (UKM 2019). Di sisi lain, dari hasil analisis yang dilakukan oleh Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia, menyatakan bahwa wirausahawan perempuan berkembang pesat 20% setiap tahunnya (IWAPI, 2019). Mulai mendominasinya perempuan saat ini dan adanya perkembangan signifikan terkait minat perempuan dalam berwirausaha dapat menjadi sebuah peluang tersendiri untuk meningkatkan peranan mereka, khususnya dalam dunia usaha baik dalam skala mikro, kecil, maupun menengah.



Gambar 1.2 Jumlah Unit UMKM Tahun 2010-2018

Sumber: Badan Pusat Statistik Tahun 2020

Perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terus mengalami peningkatan sejak tahun 2010. Badan Pusat Statistik (2020) menyebutkan bahwa pada tahun 2018 jumlah unit UMKM mencapai 64,2 juta unit dan akan terus berkembang di masa mendatang (BPS, 2020). Hal tersebut berbanding lurus dengan peningkatan jumlah wirausaha perempuan baik di negara berkembang maupun negara maju setiap tahunnya. Wirausahawan perempuan dapat berkontribusi pada pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta mampu meningkatkan kemampuan nasional dalam Produk Domestik Bruto (Anggadwita et al., 2015). Dengan kata lain, wirausaha dalam skala UMKM berkembang pesat yang berdampak pada tingkat kesejahteraan masyarakat dimana tentunya tidak luput dari adanya peran dan kontribusi para perempuan di Indonesia.

Peran perempuan dalam kegiatan kewirausahaan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pembangunan perekonomian dan sosial

sebuah bangsa (Ozaralli dan Nurdan, 2016). Wirausahawan perempuan memiliki beberapa perbedaan karakteristik yang melekat ketika memanfaatkan peluang dalam menciptakan nilai-nilai dalam sistem ekonomi dibandingkan laki-laki (Ramadani et al., 2013). Karakteristik perempuan yang cenderung ulet, sabar, tekun, dan kreatif menjadi nilai peluang tersendiri bagi mereka dalam melakukan kegiatan usaha. Hal tersebut menjadi salah satu bukti bahwasannya perempuan juga memiliki peluang, kesempatan, dan hak yang sama dalam membangun bisnis di bidang kewirausahaan dibandingkan dengan laki-laki. Dalam penelitian lain menyebutkan tingkat rata-rata niat perempuan untuk memulai bisnis selama tiga tahun ke depan adalah 17,6% yang hanya 4% lebih rendah daripada laki-laki (Hart et al., 2019). Apabila peningkatan tersebut terus bergerak konsisten maka bukan tidak mungkin wirausahawan perempuan kuantitasnya akan setara atau bahkan melebihi laki-laki.

Kesempatan berkarya bagi perempuan di dalam dunia wirausaha sebenarnya lebih terbatas dibandingkan dengan laki-laki. Dari potensi besar berkembangnya wirausahawan perempuan di Indonesia dan adanya faktor penunjang yang mendukung perempuan dalam berwirausaha, tentunya ada faktor penghambat yang menjadi kendala dalam meningkatkan laju perkembangan wirausaha perempuan atau bahkan meningkatkan peluang kegagalan bisnis mereka. Penjabaran tentang faktor penghambat wirausahawan perempuan berkembang meliputi (Sherlywati et al., 2017):

- 1) Faktor keperempuanan, tentu sebagai seorang perempuan dalam konteks rumah tangga ada faktor yang mengharuskannya menjadi

menjadi ibu rumah tangga, hamil, melahirkan, dan menyusui, dimana proses tersebut membutuhkan waktu dan tenaga yang besar sehingga dapat mengalihkan fokus perempuan dalam berwirausaha.

- 2) Faktor sosial budaya dan adat istiadat. Sebagai ibu rumah tangga, seorang perempuan harus memberikan sebagian besar waktu dan perhatiannya untuk mengurus suami dan anaknya sehingga tidak semua perempuan mampu menjalankan kedua hal antara mengurus rumah tangga dan berwirausaha secara seimbang sesuai dengan kapasitas dan kapabilitas yang dimilikinya.
- 3) Faktor emosional atau psikologis yang dimiliki perempuan cenderung lebih lunak dalam menghadapi kesalahan, mengelola risiko, dan mengontrol emosi perasaan apabila dibandingkan dengan laki-laki sehingga tidak semua perempuan mampu berdaya saing kompetitif dengan para pesaing di dunia bisnis.
- 4) Faktor ekonomi, sifat hemat yang cenderung dimiliki oleh perempuan berdampak pada keuangan perusahaan.

Sejalan dengan faktor penghambat pada poin kedua di atas, keragaman budaya dapat berdampak pada perilaku masyarakat dalam mendiskriminasi wirausaha perempuan dalam melakukan berbagai kegiatan wirausahanya (Naidu & Chand, 2017). Sedangkan secara khusus tantangan sosial budaya merupakan dua hambatan kritis yang dialami oleh perempuan, sehingga berdampak pada tinggi rendahnya partisipasi perempuan dalam kegiatan wirausaha (Mungai, 2012). Kesetaraan gender dalam sebuah negara pun turut andil besar dalam

memengaruhi tinggi rendahnya peluang bagi perempuan dalam menjalankan kegiatan wirausaha (Anggadwita, 2017).

Budaya patriarki hadir dalam sistem sosial yang memposisikan laki-laki sebagai sentral dalam berbagai aktivitas berkehidupan. Menurut Godwin et.al. (2006), menyatakan bahwa perempuan dengan budaya patriarki yang kental dan didominasi oleh peran laki-laki akan berdampak pada budaya patriarki kepada kaum perempuan yang mengakibatkan timbulnya persepsi masyarakat bahwa perempuan tidak bisa menjadi pengusaha (Godwin et al., 2006). Budaya yang berbasis gender secara signifikan menimbulkan berbagai kesenjangan sosial dalam tatanan kehidupan bermasyarakat, termasuk dalam berwirausaha.

Salah satu contoh budaya berbasis gender yang berkembang di Indonesia yaitu budaya patriarki yang memposisikan laki-laki dalam sentral kehidupan dan mengesampingkan peran perempuan (Sakina & A., 2017). Adanya budaya tersebut, menimbulkan berbagai macam kesenjangan berbasis gender yang memengaruhi perkembangan kewirausahaan perempuan.

Tren dan tantangan persaingan pasar lokal dan global dalam kegiatan kewirausahaan yang menuntut perempuan menjadi mandiri, mampu menanggung risiko, dan berani ternyata berpengaruh terhadap minat perempuan dalam memutuskan menjadi seorang wirausahawan (Kariv, 2011). Perempuan yang mencoba untuk memulai usaha apapun biasanya mengalami berbagai keterbatasan lingkungan, baik dalam posisi manajerial atau kewirausahaan yang meningkatkan potensi kegagalan dalam memulai bisnis rintisannya. Faktor penghambat yang

begitu banyak secara logika sangat memperkecil peluang wirausaha perempuan untuk terus berkembang.

Kompleksitas faktor penghambat yang dialami oleh perempuan secara garis besar menjadi permasalahan utama mengapa hingga kini perempuan wirausaha posisi kuantitasnya tetap berada di bawah laki-laki (Hart et al., 2019).. Meski demikian, di samping kompleksitas kendala dalam fakta dilapangan menunjukkan bahwasannya *start-up* (pebisnis pemula) *local brand* di Indonesia yang dimiliki perempuan terus mengalami peningkatan. Menyikapi hal tersebut, peneliti berusaha melihat bahwasanya ada sebuah faktor yang memengaruhi kedua fenomena antara peningkatan wirausaha perempuan dengan kompleksitas kendala yang dihadapi yang dimungkinkan menjadi penentu dalam hasil akhir konsistensi peningkatan kuantitas perempuan dalam berwirausaha.

Wirausahawan secara umum tentunya memiliki tingkat kinerja individu yang dapat diukur berdasarkan kepuasan dalam berwirausaha. Pengukuran tersebut dapat menjadi bukti efisiensi kinerja seorang wirausahawan terhadap klien dan stafnya. Wirausahawan yang puas atas segala upaya yang dilakukannya akan berdampak pada keberhasilan usahanya. Hal tersebut karena adanya dorongan motivasi dari dalam diri untuk terus maju dan menjadikan kepuasan wirausaha sebagai tolak ukur keberhasilannya.

Sejauh ini, belum banyak yang meneliti terkait faktor keberhasilan kewirausahaan perempuan. Sebagian besar studi terkait kewirausahaan individu lebih terfokus pada wirausahawan laki-laki dan sangat sedikit penelitian yang berfokus pada gender wirausahawan perempuan (Srivastava & Sumita, 2017).

Oleh karena itu, dengan adanya peluang peningkatan wirausahawan perempuan, berbagai kendala yang dialami perempuan dalam menjalankan kegiatan wirausaha, tingginya tingkat kegagalan usaha, ketidakselarasan antara kompleksitas kendala dengan realita yang ada, serta minimnya penelitian yang berfokus pada faktor keberhasilan perempuan dalam mencapai keberhasilan bisnisnya menjadikan peneliti merasa perlu untuk menganalisis dan mengidentifikasi **“Faktor yang Memengaruhi Keberhasilan Perusahaan *Local Brand* Milik Perempuan di Jakarta”**.



1.2 Rumusan Masalah

Sektor kewirausahaan dianggap sebagai salah satu faktor penting yang dapat mendukung stabilitas sebuah negara berkembang. Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia, menyatakan bahwa wirausahawan perempuan berkembang pesat 20% setiap tahunnya (IWAPI, 2019). Perempuan tentunya menghadapi berbagai kendala dalam memulai atau mengembangkan bisnisnya meliputi kendala dalam faktor gender, lingkungan sosial budaya, emosional atau psikologi, ekonomi, dan persaingan pasar, dimana faktor tersebut berpengaruh terhadap tinggi rendahnya partisipasi perempuan dalam kegiatan wirausaha sehingga tidak mudah bagi seorang perempuan dalam menjalankan sebuah usaha hingga mencapai titik keberhasilannya.

Perbedaan kemampuan wirausaha antara perempuan dan laki-laki menurut Stain (1989) dalam Ribhan (2007) yaitu, bahwa laki-laki dibanding perempuan cenderung lebih menonjol dalam pergaulan (*people oriented*). Bahwa eksekutif perempuan memiliki hubungan interpersonal yang lebih intens dengan mitra kerja atau karyawan dibanding dengan laki-laki. Perempuan lebih lunak dalam menghadapi kesalahan atau masalah pribadi mitra kerja atau karyawan, lebih mudah memaafkan dan bersikap fleksibel terhadap masalah dikantor dibanding laki-laki. Menurut Langan-Fox (1991) dalam Ribhan (2007) pengusaha perempuan cenderung memperlakukan orang lain lebih liberal. Menurut Hofstede (1989) dalam Ribhan (2007), berpendapat bahwa orientasi masa depan (*future oriented*) perempuan cenderung lebih berpandangan ke masa depan ketika akan membuat suatu keputusan dan bertindak ketimbang laki-laki, perempuan memiliki

ketajaman dalam meramal keadaan dan cenderung sebagai “pemain yang mencari aman” (*safe player*).

Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat beberapa kendala yang berdampak pada semakin kecilnya peluang niat perempuan dalam memulai usaha, mengembangkan, dan mencapai titik kesuksesannya. Tetapi, fakta menunjukkan bahwasannya UMKM yang dimiliki oleh perempuan di Indonesia terus meningkat dimana pada tahun 2016 hanya 25% dan meningkat pada tahun 2018 menjadi 64,5% dari total keseluruhan UMKM yang terdata, serta pada tahun 2017 *start up* (pebisnis perempuan) hanya 1,6% dan meningkat pada tahun 2018 sebesar 8,8% (Kemendagri, 2019).

Didukung dengan adanya hasil penelitian dari Ayu (2017) yang menunjukkan bahwa startup (pebisnis pemula) di Indonesia yang dimiliki perempuan mengalami peningkatan yang signifikan. Hal tersebut membuktikan terdapat konsistensi peran perempuan dalam pertumbuhan ekonomi bangsa. Keberhasilan perempuan dalam peranannya didalam menjalankan bisnis, menjadikan hal tersebut patut untuk diapresiasi. Sejalan dengan hal tersebut, maka terdapat studi terdahulu yang mengidentifikasi faktor-faktor keberhasilan mendasar apa saja yang dianggap penting bagi para pengusaha perempuan (Wu et al., 2019). Faktor keberhasilan itulah yang kemudian dapat digunakan dalam mengevaluasi kinerja bisnisnya. Menurut Wronka dalam penelitian Manoj (2013), tujuan utama dari teori faktor sukses adalah untuk berfokus pada 20% penyebab yang berkontribusi pada 80% kegagalan atau keberhasilan dari sebuah bisnis (Manoj et al., 2013).

Studi terdahulu menyatakan bahwa faktor mendasar keberhasilan dari pengusaha perempuan terbagi menjadi faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi faktor psikologi yang bisa mencakup karakteristik dan inovasi bisnis. Terdapat juga faktor sumber daya yang mencakup pengembangan strategi, dan pemeliharaan catatan yang akurat. Sedangkan, faktor eksternal meliputi faktor ekonomi dari dukungan pihak luar dan juga sosial yang mencakup sumber pengetahuan eksternal, pasar yang sesuai, peluang yang tersedia, dan keunggulan teknologi (Shakeel et al., 2020).

Menurut Sanjeev S. Ingalangi et al. (2021) kepuasan wirausahawan perempuan atas segala upaya yang dilakukan mendorong adanya motivasi yang berdampak pada tolak ukur keberhasilannya. Penelitian sebelumnya yang dilakukan di Karnataka, India. Menyebutkan bahwa ada beberapa faktor yang terbukti dapat menyebabkan seorang perempuan mampu dan berhasil menjalankan bisnisnya, meliputi faktor sosial, psikologi, keuangan, sumber daya, kepuasan, dan kinerja perusahaan (Ingalagi et al., 2021). Selain itu didukung dengan adanya hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggadwita et al. (2017) menyebutkan bahwa *social-cultural environments*, *emerging economy*, dan *women entrepreneurial behavior* berpengaruh secara signifikan terhadap *entrepreneurial activity* pengusaha perempuan di Indonesia.

Pada latar belakang di atas, menunjukkan bahwa jumlah populasi perempuan di daerah DKI Jakarta lebih besar dibandingkan dengan laki-laki. Dominasi perempuan tentunya menjadi peluang besar dalam mengambil peran berwirausaha. Beberapa pengusaha perempuan yang mampu mencapai titik

kesuksesan di tengah-tengah berbagai hambatan baik faktor sosial, ekonomi, dan budaya di daerah Jakarta menjadi penting untuk diteliti. Oleh karena itu, dengan adanya proporsi penduduk perempuan yang jauh melebihi laki-laki di daerah DKI Jakarta, perkembangan peranan pengusaha perempuan, dan latar belakang budaya nasional yang dianggap bisa menjadi faktor penghambat meningkatnya keberhasilan perempuan dalam dunia bisnis.

Faktor keberhasilan seorang perempuan dalam berbisnis tidak terlepas dari adanya kinerja bisnis yang baik. Kinerja bisnis merupakan akumulasi hasil akhir dari proses usaha yang telah dilakukan. Kompleksitas faktor yang dapat memengaruhi keberhasilan jalannya usaha perempuan, terlebih adanya kondisi sosial dan budaya yang terkadang tidak mendukung kepemilikan dan kepemimpinan bisnis. Oleh karena itu, menurut Moonhebat et al., mengurangi kompleksitas tersebut dengan berfokus pada faktor terpenting saja, yang jika faktor-faktor tersebut tidak dikelola dengan baik, hasilnya akan lebih buruk dari yang diinginkan (Moonhebat et al., 2010). Faktor-faktor tersebut akan diteliti dalam penelitian replikasi ini, yang didasarkan dari turunan faktor internal dan eksternal. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari faktor-faktor pendukung yang terdiri dari Faktor sosial, faktor psikologis, faktor ekonomi, faktor sumber daya, faktor kepuasan wirausaha, dan kinerja perusahaan.

Oleh karena itu, perlu adanya penelitian terkait faktor-faktor tersebut untuk menjadi perbandingan dengan penelitian lain yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti serta untuk mengetahui apa saja yang menjadi faktor keberhasilan para wirausahawan perempuan di Indonesia.

Batasan Penelitian

Agar penelitian ini lebih terfokus, terarah, dan tidak meluas maka penulis membatasi penelitian hanya pada bahasan terkait faktor sosial, psikologi, ekonomi, sumber daya, kepuasan wirausaha, dan kinerja perusahaan yang berkaitan dengan pengaruh keberhasilan perusahaan *local brand* yang dimiliki oleh perempuan. Menurut hasil sensus ekonomi tahun 2016, perempuan di Indonesia cenderung memiliki usaha *local brand* dalam bidang makanan dan minuman sebesar 44,9% serta tekstil dan pakaian jadi sebesar 14,4% (BPS, 2016). Kecenderungan tersebut akan menjadi fokus penelitian untuk bidang usaha makanan dan minuman (*food and beverage*) serta tekstil dan pakaian jadi (*textile and fashion*) khususnya perusahaan *local brand* yang dimiliki oleh perempuan. Peneliti memilih lingkup geografis penelitian di daerah Jakarta, dengan mengambil sampel wirausaha perempuan yang berhasil menjalankan bisnis dalam bidang usaha makanan dan minuman (*food and beverage*) serta tekstil dan pakaian jadi (*textile and fashion*) khususnya perusahaan *local brand* yang dimiliki oleh perempuan.

Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka pertanyaan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Apakah faktor sosial berpengaruh positif terhadap kepuasan wirausaha perempuan dalam keberhasilan menjalankan perusahaan *local brand* yang dimilikinya?
2. Apakah faktor psikologi berpengaruh positif terhadap kepuasan wirausaha perempuan dalam keberhasilan menjalankan perusahaan *local brand* yang dimilikinya?
3. Apakah faktor ekonomi berpengaruh positif terhadap kepuasan wirausaha perempuan dalam keberhasilan menjalankan perusahaan *local brand* yang dimilikinya?
4. Apakah faktor sumber daya berpengaruh positif terhadap kepuasan wirausaha perempuan dalam keberhasilan menjalankan perusahaan *local brand* yang dimilikinya?
5. Apakah faktor kepuasan wirausaha perempuan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan dalam keberhasilan menjalankan perusahaan *local brand* yang dimilikinya?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian dengan judul “Faktor yang memengaruhi keberhasilan perusahaan *local brand* milik perempuan” yakni sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah faktor sosial berpengaruh positif terhadap kepuasan wirausaha perempuan dalam keberhasilan menjalankan perusahaan *local brand* yang dimilikinya
2. Untuk mengetahui apakah faktor psikologi berpengaruh positif terhadap kepuasan wirausaha perempuan dalam keberhasilan menjalankan perusahaan *local brand* yang dimilikinya.
3. Untuk mengetahui apakah faktor ekonomi berpengaruh positif terhadap kepuasan wirausaha perempuan dalam keberhasilan menjalankan perusahaan *local brand* yang dimilikinya.
4. Untuk mengetahui apakah faktor sumber daya berpengaruh positif terhadap kepuasan wirausaha perempuan dalam keberhasilan menjalankan perusahaan *local brand* yang dimilikinya.
5. Untuk mengetahui apakah faktor kepuasan wirausaha perempuan berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan dalam keberhasilan menjalankan perusahaan *local brand* yang dimilikinya.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, manfaat yang diperoleh terbagi menjadi dua yakni manfaat teoritis dan praktis. Berikut penjelasannya:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dalam bidang akademik sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan rujukan guna penelitian terkait selanjutnya.

2. Dapat menyediakan informasi bagi perempuan pemilik bisnis guna mengetahui faktor-faktor keberhasilan perusahaan *local brand* yang dimiliki oleh perempuan.
3. Hasil penelitian ini dapat menjadi sumber pengetahuan guna meningkatkan wawasan pembaca, memberikan edukasi terarah terkait wirausahawan perempuan, faktor penentu keberhasilan perusahaan, dan keberhasilan membangun bisnis.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara praktis sebagai berikut:

1. Hasil penelitian dapat dijadikan referensi acuan dalam menentukan arah kebijakan perusahaan khususnya bagi para wirausahawan perempuan dan umumnya masyarakat luas.
2. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pemangku kepentingan dalam menentukan arah kebijakan terkait kewirausahaan perempuan.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Bab pertama berisikan tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan penelitian.

BAB II: LANDASAN TEORI

Bab kedua berisikan tentang pengertian dari berbagai variabel yang digunakan dalam penelitian yang mana meliputi faktor sosial, psikologi, ekonomi, sumber daya, kepuasan wirausaha, dan kinerja perusahaan. Bab ini juga berisi hubungan antar variabel yang sedang diteliti dalam penelitian ini.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ketiga berisikan tentang metode penelitian yang mana meliputi cara pengukuran dari variabel yang telah ditetapkan dan teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk mengumpulkan, menguji, dan menganalisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab keempat berisikan tentang informasi dan data olahan yang telah diperoleh melalui analisis hasil penelitian berikut pembahasannya.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab kelima berisikan tentang kesimpulan yang didapat dari hasil temuan penelitian dengan menyelesaikan rumusan masalah yang kemudian dicantumkan saran atas kesimpulan yang telah dibuat.