

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan ini, peneliti menguraikan keseluruhan alur penelitian yang terdiri dari latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

1.1 Latar Belakang

Inovasi secara luas diakui sebagai penentu penting keberhasilan wirausaha. Karena bisnis menghadapi lingkungan yang semakin kompetitif dan dinamis, wirausahawan dituntut untuk beradaptasi, berinovasi, dan menemukan solusi baru untuk mengatasi tantangan dan peluang. Di antara wirausahawan, perempuan menghadapi kendala unik yang dapat memengaruhi kemampuan mereka untuk berinovasi, termasuk bias terkait gender, akses ke sumber daya, dan ekspektasi masyarakat. Namun, ketika wirausahawan perempuan memanfaatkan sifat dan pola pikir psikologis tertentu, mereka dapat meningkatkan kemampuan inovasi dan kinerja bisnis mereka.

Keyakinan inovasi (*Innovation Conviction*) mengacu pada keyakinan kuat bahwa inovasi penting untuk pertumbuhan dan keberhasilan bisnis. Wirausahawan dengan keyakinan inovasi yang kuat lebih cenderung menginvestasikan waktu dan sumber daya ke dalam ide-ide baru, sering kali menunjukkan ketahanan ketika menghadapi tantangan (Chell, 2018). Keyakinan inovasi yang positif menciptakan lingkungan yang

kondusif bagi kreativitas dan eksperimen, yang keduanya penting untuk keberhasilan kewirausahaan jangka panjang. Dalam konteks wirausaha perempuan, keyakinan inovasi yang kuat dapat menangkal tantangan sosial dan struktural, memberikan ketahanan psikologis untuk mendorong melewati hambatan dan mendorong perubahan (Lichtenstein et al., 2017).

Di sisi lain, pola pikir inovasi (*Innovation Mindset*) mencakup kerangka kognitif yang digunakan wirausahawan untuk mendekati pemecahan masalah dan penciptaan ide. Pola pikir inovasi yang berorientasi pada pertumbuhan mendorong wirausahawan untuk melihat kegagalan sebagai peluang pembelajaran dan tantangan sebagai batu loncatan menuju kemajuan (Dweck, 2016). Pola pikir ini sangat penting bagi wirausaha perempuan, karena memungkinkan mereka untuk mengatasi keterbatasan internal dan harapan masyarakat yang dapat menghambat upaya inovasi mereka. Perempuan dengan pola pikir berorientasi inovasi lebih siap untuk menavigasi kompleksitas usaha kewirausahaan, beradaptasi dengan perubahan kondisi pasar, dan memperkenalkan produk atau layanan baru yang dapat membedakan bisnis mereka (Berrone et al., 2020).

Kredo inovasi (*innovation creed*) mengacu pada nilai-nilai dan keyakinan seputar inovasi yang dipegang oleh wirausahawan. Hal ini dapat mencakup komitmen untuk perbaikan berkelanjutan, keterbukaan terhadap ide-ide baru, dan integrasi inovasi ke dalam nilai-nilai inti dan budaya perusahaan (Christensen, 2019). Pengusaha perempuan yang mengadopsi kredo inovasi yang kuat tidak hanya merangkul inovasi itu sendiri tetapi juga menanamkan nilai-nilai ini dalam bisnis mereka. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang dipimpin oleh perempuan dengan kredo inovasi

yang kuat cenderung menumbuhkan lingkungan yang kreatif dan mengungguli pesaing dalam hal pengembangan produk dan respons pasar (Schwab, 2021).

Kemampuan inovasi (*Innovation Capability*) didefinisikan sebagai kemampuan seorang pengusaha untuk menghasilkan ide-ide baru, mewujudkannya, dan mengadaptasinya ke pasar. Ini mencakup keterampilan seperti kreativitas, akal, dan pemecahan masalah, serta kemampuan organisasi seperti strategi inovasi dan kemampuan untuk memobilisasi sumber daya untuk usaha baru. Kemampuan inovasi sangat penting untuk memastikan bahwa ide-ide pengusaha tidak hanya baru tetapi juga layak dan berkelanjutan di pasar. Bagi pengusaha perempuan, kemampuan inovasi sering dikaitkan dengan kemampuan mereka untuk menavigasi dan memanfaatkan peluang pasar yang sedang berkembang, yang membedakan bisnis mereka dalam industri yang jenuh (Hossen et al., 2021).

Kinerja inovasi (*innovation performance*) mengacu pada hasil dari upaya inovasi ini, seperti pengembangan produk baru, perluasan pasar, dan pertumbuhan bisnis secara keseluruhan. Pengusaha perempuan yang unggul dalam inovasi cenderung memiliki tingkat kinerja bisnis, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas yang lebih tinggi. Studi menunjukkan bahwa kinerja inovasi khususnya meningkat ketika seorang pengusaha secara aktif memupuk budaya organisasi yang inovatif, mendukung penelitian dan pengembangan, dan memiliki akses ke sumber daya utama seperti jaringan dan pendanaan (Acs et al., 2018).

Kepribadian proaktif mengacu pada kecenderungan individu untuk mengambil inisiatif, mengantisipasi peluang, dan menindaklanjutinya dengan cara yang bertujuan.

Pengusaha dengan kepribadian proaktif lebih cenderung mencari peluang baru, mengambil risiko yang diperhitungkan, dan mengatasi hambatan dalam mengejar tujuan mereka (Bateman & Crant, 2019). Kepribadian proaktif memainkan peran kunci dalam mengatasi hambatan berbasis gender terhadap inovasi, seperti kurangnya representasi perempuan dalam posisi kepemimpinan dan akses yang tidak setara terhadap sumber daya. Perempuan dengan kepribadian proaktif lebih terlibat dalam kegiatan kewirausahaan yang melibatkan pengembangan produk baru dan eksplorasi pasar, sehingga meningkatkan kemampuan dan kinerja inovasi mereka (Galloway et al., 2017).

Inovasi merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kapasitas adaptasi dan pertumbuhan organisasi. Organisasi yang menerapkan inovasi secara berkelanjutan memiliki keunggulan dalam mengembangkan produk dan layanan baru, mengoptimalkan proses secara efisien untuk memenuhi dinamika kebutuhan pasar, serta memanfaatkan peluang secara lebih strategis dibandingkan dengan organisasi yang tidak berorientasi pada inovasi (Higgins, 1996). Menurut Adler dan Shenhar (1990), *Innovation Capability* atau kemampuan inovasi merujuk pada kapabilitas suatu perusahaan dalam mengembangkan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar, mengimplementasikan teknologi proses yang sesuai guna menghasilkan produk tersebut, serta mengadopsi dan mengembangkan produk maupun teknologi pemrosesan untuk memenuhi kebutuhan masa depan. Selain itu, kemampuan inovasi mencakup kapasitas perusahaan dalam merespons dinamika teknologi yang tidak terduga serta peluang yang muncul akibat strategi pesaing. Pengembangan kemampuan

inovasi berfokus pada bagaimana perusahaan secara strategis membangun kapabilitas inovatif guna mendorong keberhasilan produk baru sebagai motor pertumbuhan yang berkontribusi pada peningkatan volume penjualan, profitabilitas, serta daya saing organisasi. Kemampuan inovasi juga berperan dalam meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan efektivitas operasional perusahaan (Abbas et al. 2022).

Performa wirausaha perempuan telah menjadi fokus penting dalam kajian kewirausahaan karena kontribusinya yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi dan pemberdayaan sosial. Perempuan wirausaha tidak hanya berperan dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan rumah tangga, tetapi juga mendorong pertumbuhan sektor usaha kecil dan menengah (UKM) yang menjadi tulang punggung perekonomian. Namun demikian, performa mereka masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan akses terhadap modal, minimnya pelatihan manajerial, serta hambatan sosial dan budaya yang membatasi ruang gerak dan pengembangan usaha. Oleh karena itu, dibutuhkan inovasi dalam peningkatan performa wirausaha perempuan, baik melalui penguatan kapasitas kewirausahaan, pengembangan jejaring bisnis, maupun pemanfaatan teknologi dan akses informasi, guna mendorong pertumbuhan bisnis yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Performa wirausaha perempuan semakin mendapat perhatian dalam kajian kewirausahaan, terutama karena perannya yang signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan pemberdayaan sosial. Wirausaha perempuan memegang peran strategis dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan rumah tangga, serta mengembangkan sektor usaha kecil dan menengah (UKM). Namun,

mereka masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan akses terhadap modal, kurangnya pelatihan manajerial, serta hambatan sosial dan budaya yang menghambat pertumbuhan bisnis mereka (Brush et al., 2019). Berbagai faktor yang memengaruhi performa wirausaha perempuan mencakup aspek individu, seperti tingkat kepercayaan diri dan dorongan untuk mencapai keberhasilan, serta faktor eksternal, seperti dukungan finansial dan keberadaan jaringan sosial. Selain itu, inovasi dan kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi berperan krusial dalam meningkatkan daya saing usaha yang dipimpin oleh perempuan. Dalam konteks ekonomi digital, pemanfaatan platform e-commerce dan media sosial telah membuka peluang baru bagi wirausaha perempuan untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan efisiensi operasional bisnis mereka (Akhter et al., 2023).

Pendidikan kewirausahaan memainkan peran penting dalam membentuk kemampuan wirausahawan untuk berinovasi. Dengan membekali perempuan dengan keterampilan, pengetahuan, dan jaringan yang diperlukan, pendidikan kewirausahaan dapat bertindak sebagai katalisator untuk inovasi dan kinerja bisnis. Studi menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan meningkatkan kompetensi kewirausahaan utama, termasuk manajemen inovasi, pemikiran strategis, dan pengambilan risiko (Kuratko, 2019). Bagi wirausahawan perempuan, pendidikan juga berfungsi sebagai pendorong kepercayaan diri, membekali mereka dengan perangkat untuk menantang status quo dan mengejar inovasi di pasar yang sudah mapan dan yang sedang berkembang. Selain itu, pendidikan menyediakan kerangka kerja yang mendukung di mana perempuan dapat belajar dari mentor, memperoleh wawasan

industri, dan mengakses modal finansial dan sosial (Morris et al., 2020). Kepribadian proaktif diharapkan dapat memperkuat efek positif dari sifat-sifat yang terkait dengan inovasi pada hasil bisnis dengan memungkinkan wirausahawan perempuan untuk mengambil inisiatif yang lebih besar dalam inovasi. Pendidikan kewirausahaan diharapkan dapat memperkuat efek ini dengan memberikan wirausahawan perempuan keterampilan dan sumber daya yang diperlukan untuk menerjemahkan kemampuan inovasi mereka menjadi kinerja bisnis yang nyata.

Pengusaha laki-laki cenderung mengungguli perempuan dalam beberapa indikator kinerja bisnis, termasuk profitabilitas, pertumbuhan bisnis, dan akses ke pendanaan eksternal. Salah satu alasan utamanya adalah kesenjangan gender dalam akses modal laki-laki umumnya menerima dukungan finansial yang lebih besar dibandingkan dengan perempuan, khususnya dari lembaga keuangan formal dan pemodal ventura. Menurut sebuah laporan oleh Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2020), bisnis milik laki-laki 1,5 kali menerima pendanaan daripada perusahaan milik perempuan. Kesenjangan pendanaan ini dapat dikaitkan dengan bias kelembagaan dan persepsi gender tentang kompetensi kewirausahaan, di mana pengusaha laki-laki sering dipandang sebagai investasi yang lebih mampu atau kurang berisiko (Brush et al., 2019). Selain itu, laki-laki lebih memiliki jaringan bisnis yang lebih besar dan lebih berpengaruh, yang selanjutnya meningkatkan akses mereka ke sumber daya dan peluang (Robb et al., 2020). Sebaliknya, usaha yang dipimpin perempuan sering kali berjuang dengan adopsi digital, khususnya penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran. Akhter et al. (2023) menemukan bahwa pengusaha

perempuan di negara berkembang cenderung tidak mengintegrasikan media sosial ke dalam strategi bisnis mereka karena keterbatasan literasi dan kepercayaan diri digital. Kesenjangan digital ini membatasi kemampuan mereka untuk menjangkau khalayak yang lebih luas, berinteraksi dengan pelanggan, dan mempromosikan produk mereka secara efektif. Akibatnya, banyak usaha milik perempuan tetap kurang kompetitif di pasar digital yang berkembang pesat. Menjembatani kesenjangan berbasis gender dalam akses modal dan keterlibatan digital sangat penting untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang inklusif.

Studi sebelumnya oleh Eugene Tafadzwa Maziriri, Brighton Nyagadza, dan Tinashe Chuchu (2023) berjudul *Key innovation abilities on capability and Performance of Women Entrepreneurs: the role of Entrepreneurial Education and Proactive Personality*. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian ini. Oleh karena itu penelitian ini berjudul **“Pengaruh *Innovation Conviction, Innovation Mindset, Innovation Creed* Terhadap *Innovation Capability* Dan *Performance of Women Entrepreneurs* Dengan *Proactive Personality* Dan *Entrepreneurial Education* Sebagai Variabel Moderasi”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berikut ini adalah rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini:

1. Apakah *Innovation Conviction* berpengaruh positif terhadap *Innovation Capability*?
2. Apakah *Innovation Mindset* berpengaruh positif terhadap *Innovation Capability*?

3. Apakah *innovation creed* berpengaruh positif terhadap *Innovation Capability*?
4. Apakah *Innovation Capability* berpengaruh positif terhadap *Performance of Women Entrepreneurs*?
5. Apakah *Entrepreneurial Education* berpengaruh positif terhadap *Performance of Women Entrepreneurs*?
6. Apakah *Entrepreneurial Education* dapat memoderasi positif pengaruh *Innovation Capability* terhadap *Performance of Women Entrepreneurs*?
7. Apakah *Proactive Personality* berpengaruh positif terhadap *Performance of Women Entrepreneurs*?
8. Apakah *Proactive Personality* dapat memoderasi positif pengaruh *Innovation Capability* terhadap *Performance of Women Entrepreneurs*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini, berdasarkan rumusan masalah yang ada, adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh positif *Innovation Conviction* terhadap *Innovation Capability*.
2. Untuk mengetahui pengaruh positif *Innovation Mindset* terhadap *Innovation Capability*.
3. Untuk mengetahui pengaruh positif *innovation creed* terhadap *Innovation Capability*.
4. Untuk mengetahui pengaruh positif *Innovation Capability* terhadap *Performance of Women Entrepreneurs*.

5. Untuk mengetahui pengaruh positif *Entrepreneurial Education* terhadap *Performance of Women Entrepreneurs*.
6. Untuk mengetahui pengaruh positif *Entrepreneurial Education* dalam memoderasi *Innovation Capability* terhadap *Performance of Women Entrepreneurs*.
7. Untuk mengetahui pengaruh positif *Proactive Personality* terhadap *Performance of Women Entrepreneurs*.
8. Untuk mengetahui pengaruh positif *Proactive Personality* dalam memoderasi *Innovation Capability* terhadap *Performance of Women Entrepreneurs*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperluas teori inovasi dengan menggabungkan faktor psikologis dan pendidikan, khususnya peran kepribadian proaktif dan pendidikan kewirausahaan sebagai variabel moderat. Hasil dari penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan pemahaman kita tentang bagaimana wirausahawan perempuan dapat meningkatkan kinerja mereka melalui inovasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengusaha wanita dalam menumbuhkan keyakinan, pola pikir, dan credo inovasi untuk

meningkatkan kinerja kewirausahaan dan kemampuan inovasi. Dengan mengakui peran kepribadian proaktif dan pendidikan kewirausahaan, penelitian ini menyarankan strategi untuk mengembangkan atribut-atribut ini, yang akan meningkatkan hasil bisnis.

