

Tinjauan Psikologis

ENTREPRENEUR WANITA PELAKU UMKM



USAHA MIKRO KECIL & MENENGAH

Tim Penulis :

Dr. Anissa Lestari K., M.Psi, Psikolog

Indri Yuliafitri, SE., M.Si., SAS

Fauziah Taslim, M.Psi, Psikolog

Widiasih Diana Ratri, M.Psi, Psikolog

Nesya Anggraeni, S.Psi



USUpress

Publishing, Visual Design and Multimedia

TINJAUAN PSIKOLOGIS ENTREPRENEUR WANITA PELAKU UMKM

Tim Penulis

Dr. Anissa Lestari Kadiyono, M.Psi, Psikolog

Indri Yuliafitri, SE, M.Si, SAS

Fauziah Taslim, M.Psi, Psikolog

Widiasih Diana Ratri, M.Psi, Psikolog

Nesya Anggraeni, S.Psi

USU Press

Art Design, Publishing & Printing

Universitas Sumatera Utara, Jl. Pancasila, Padang Bulan, Kec.
Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20155

Telp. 0811-6263-737

usupress.usu.ac.id

© USU Press 2022

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang; dilarang memperbanyak menyalin, merekam sebagian atau seluruh bagian buku ini dalam bahasa atau bentuk apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

ISBN

Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT)

Tinjauan Psikologis: Entrepreneur Wanita Pelaku UMKM/Anissa
Lestari Kadiyono; Indri Yuliafitri; Fauziah Taslim; Diana Ratri;
Nesya Anggraeni-- Medan: USU Press 2023

iv, 107 p; illus : 23 cm Bibliografi

PENGANTAR

Buku ini merupakan buku ajar yang dapat dipergunakan untuk acuan pembelajaran bagi mahasiswa Sarjana Psikologi ataupun Ekonomi dalam mempelajari kewirausahaan. Buku ini memaparkan penjelasan mengenai faktor-faktor psikologis yang mempengaruhi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menjalankan perannya sebagai wanita bekerja dalam memberdayakan diri sebagai pelaku UMKM.

Berdasar pada data Badan Pusat Statistik tahun 2021, sebanyak 64,5% dari total UMKM yang tersebar di seluruh Indonesia dikelola oleh kaum perempuan (BPS, 2021). Di tingkat usaha mikro, 52% dari 63,9 juta pelaku usaha mikro di Indonesia adalah perempuan. Untuk tingkat usaha kecil, terdapat 56% dari 193 ribu usaha kecil pemiliknya perempuan. Sementara, untuk usaha menengah, 34% dari 44,7 ribu pelaku usahanya adalah perempuan (Menkeu, 2022). Menteri Koperasi dan UKM (MenKop UKM, Desember, 2021) juga menargetkan jumlah kewirausahaan perempuan dalam ekosistem ekonomi Indonesia terus meningkat. Data-data tersebut menunjukkan bahwa keterlibatan kaum perempuan yang berdaya ini sangat penting dan menjadikan perekonomian dirinya, keluarga bahkan pertumbuhan ekonomi Indonesia meningkat melalui UMKM yang dikelolanya.

Buku ini diharapkan dapat memberikan pengantar atas tinjauan psikologis wanita pelaku UMKM dalam memberdayakan faktor psikologis yang dimilikinya seperti *psychological capital* dan orientasi kewirausahaan guna mencapai performa wirausaha yang memenuhi harapan sehingga dapat meningkatkan perekonomian keluarga, perekonomian masyarakat, dan pada akhirnya perekonomian negara Indonesia.

Tim Penulis

Dr. Anissa Lestari Kadiyono, M.Psi, Psikolog
Indri Yuliafitri, SE, M.Si, SAS
Fauziah Taslim, M.Psi, Psikolog
Diana Ratri, M.Psi, Psikolog
Nesya Anggraeni, S.Psi

DAFTAR ISI

	Halaman	
Pengantar	i	
Daftar Isi	ii	
Daftar Tabel	iii	
Daftar Gambar	iv	
BAB 1	Wanita Pelaku UMKM	1
BAB 2	Psychological Capital	14
BAB 3	Entrepreneurial Orientation	36
BAB 4	Entrepreneurial Performance	50
BAB 5	Pemberdayaan UMKM Berbasis Pemberdayaan Wanita	59
Daftar Pustaka		87
Profil Penulis		102

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1	Kisi-Kisi Alat Ukur Psychological Capital	31
Tabel 2	Kisi-Kisi Alat Ukur Entrepreneurial Orientation	53
Tabel 3	Kisi-Kisi Pengukuran Entrepreneurial Performance	62

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 1.	Kontribusi UMKM Terhadap PDB 2015-2020 (Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah)	5
Gambar 2.	Tantangan Utama Dalam Memulai Bisnis Berdasarkan Gender	9

BAB 1

WANITA PELAKU UMKM

1.1 Perkembangan UMKM di Indonesia

Pandemi Covid-19 telah membuat melemahnya perekonomian di berbagai negara, termasuk Indonesia. Adanya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) menyebabkan banyak industri terpaksa mengurangi aktivitas operasinya, bahkan ada yang sampai menghentikan operasinya. Hal ini berimbas terjadinya Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) dan meningkatnya pengangguran. Hal ini tentu berimbas terhadap penurunan pendapatan rumah tangga. Pada kondisi tersebut perempuan tidak bisa tinggal diam, hanya mengandalkan suami sebagai kepala rumah tangga. Banyak perempuan yang terdorong untuk turut serta dalam membantu para suami mencari nafkah, agar dapat bertahan hidup dan memenuhi kebutuhan keluarganya. Salah satu upayanya antara lain dengan menumbuhkan jiwa kewirausahaan agar mampu melakukan usaha mandiri. Wirausaha merupakan upaya menciptakan kekayaan melalui inovasi dan kreativitas, serta sebagai penggerak pembangunan dan perekonomian yang mampu bekerja keras dan memaca peluang, serta berani mengambil risiko (Bosma et al., 2012). Saat ini banyak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang dipelopori perempuan. Dalam hal ini, perempuan memiliki peran utama dalam keluarga,

masyarakat, bahkan negara, sehingga memerlukan perhatian yang besar dalam perkembangannya.

UMKM merupakan singkatan dari usaha mikro, kecil, dan menengah. Menurut KBBI, pengertian dari usaha adalah kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran, atau badan untuk mencapai suatu maksud; pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ikhtiar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu; kegiatan di bidang perdagangan (dengan maksud mencari untung); perdagangan; perusahaan. Sedangkan pengertian usaha menurut Badan Pusat Statistik yaitu unit ekonomi yang didalamnya memiliki tujuan menghasilkan barang/jasa untuk dijual maupun di tukar, ada orang yang bertanggung jawab atas aktivitas tersebut dan memiliki kewenangan untuk mengelolanya.

Menurut Undang - undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008, UMKM didefinisikan secara terpisah, yaitu :

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang.

3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang.

Menurut Rudjito (2003), UMKM ini berperan penting dalam perekonomian Negara Indonesia (Hamidah dkk., 2019). UMKM juga dapat didefinisikan sebagai sebuah usaha yang sifatnya produktif dan independen yang dilakukan baik oleh perorangan maupun oleh badan usaha di semua sektor ekonomi (Tambunan, 2012 dalam Halim, 2020). Berdasarkan beberapa definisi yang sudah disajikan, menurut Halim (2020) secara umum UMKM adalah usaha yang kegiatannya memproduksi barang dan jasa dengan memanfaatkan sumber daya alam daerah setempat sebagai bahan baku.

Suatu usaha dapat dikatakan ke dalam usaha mikro, usaha kecil maupun usaha menengah jika memenuhi ukuran yang sudah ditetapkan dalam suatu aturan tertentu. Ukuran yang menjadi dasar suatu usaha ini diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Peraturan Pemerintah ini dikeluarkan sebagai respon

dari kondisi saat ini yaitu penyesuaian masa pandemi Covid-19 yang melanda masyarakat Indonesia termasuk di dalamnya adalah pelaku UMKM. Adapun perubahan kriteria UMKM ini terkandung dalam Peraturan Pemerintah No.7 Tahun 2021 pasal 35 hingga 36 yang dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan.

Kriteria modal usaha pelaku UMKM adalah sebagai berikut.

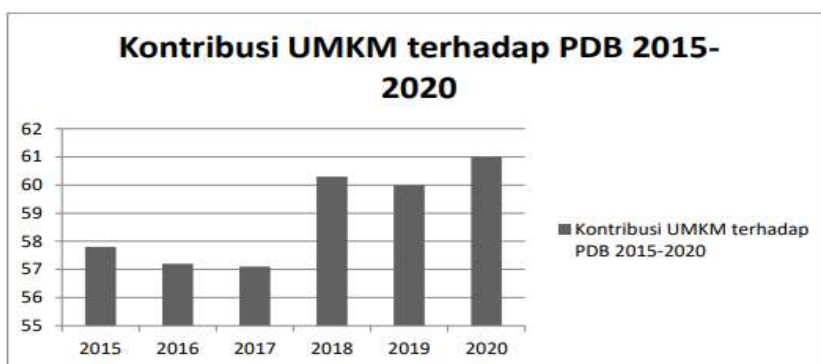
1. Usaha Mikro memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
2. Usaha Kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; dan
3. Usaha Menengah memiliki modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Kriteria hasil penjualan tahunan pelaku UMKM adalah sebagai berikut.

1. Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah);
2. Usaha Kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) sampai

- dengan Paling banyak Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah); dan
3. Usaha Menengah memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

UMKM merupakan sektor ekonomi yang mampu bangkit kembali setelah dilanda krisis akibat pandemi. UMKM memegang peranan penting bagi perekonomian nasional, sebanyak 65 juta UMKM di Indonesia menyumbang lebih dari 61% Produk Domestik Bruto (PDB) yang menyerap 97% tenaga kerja dan berkontribusi terhadap ekspor sebesar 14%. UMKM masih mendominasi struktur ekonomi sebesar 99,9%, sedangkan usaha besar hanya 0,01%. Tabel berikut ini menunjukkan besaran kontribusi UMKM dalam PDB 2015-2020.



Gambar 1. Kontribusi UMKM Terhadap PDB 2015-2020 (Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah)

Di Indonesia, pelaku UMKM Wanita mencapai hampir 50% dari total UMKM yang ada.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Desember 2021), dilaporkan 65 juta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia didominasi oleh perempuan hingga 64,5% dari seluruh UMKM yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan diberdayakan dan memiliki peran yang sangat signifikan dalam perekonomian dirinya, keluarganya, bahkan negara. Pada akhirnya, perspektif gender menjadi bagian penting. Dengan demikian, intervensi yang akan diberikan tidak boleh mengecualikan perempuan sebagai penerima atau subjek saja, tetapi juga perempuan sebagai agen atau aktor penting untuk memajukan ekonomi, sosial, dan budaya. Hasil penelitian (Casson et al., 2008), menemukan bahwa populasi Wanita sebagai wirausaha mencapai sepertiga dari populasi pengusaha dunia, dan mereka memberikan kontribusi signifikan terhadap inovasi, penciptaan lapangan kerja dan perekonomian di dunia internasional. Menurut hasil survey *Mastercard Index of Women Entrepreneurs* menunjukkan bahwa Indonesia masuk dalam 10 besar negara teratas pada kategori *Women's entrepreneurial activities surpass that of men* diberbagai sector seperti Pendidikan, bisnis, professional dan jasa keuangan (*The Mastercard Index of Women Entrepreneurs Contents*, 2022). Keberhasilan ini tentu tidak terlepas dari peran serta pemerintah dan pemangku kebijakan dalam menghadapi emansipasi wanita. Hal ini juga membuktikan bahwa perempuan Indonesia memiliki peluang untuk bisa sukses dan mandiri

secara finansial. Partisipasi perempuan pada sektor UMKM cukup tinggi, menurut hasil survey Bank Dunia terdapat sekitar 42% UMKM yang dikelola oleh perempuan. Di Indonesia sendiri menurut data BPJS ada sekitar 43% UMKM yang dikelola oleh perempuan (*Women-Owned SMEs in Indonesia: A Golden Opportunity for Local Financial Institutions Market Research Study*, 2016). Berdasarkan data *Sasakawa Peace Foundation- Dalberg 2022*, persentase kewirausahaan perempuan di Indonesia mencapai 21%, jauh lebih tinggi dari rata-rata global yang hanya di kisaran 8% (Ramdlaningrum et al., 2020).

1.2 Keunggulan Pelaku UMKM Wanita

Walaupun dianggap sebagai makhluk yang lemah dan seringkali dipandang sebelah mata, Wanita sebetulnya memiliki potensi yang cukup tinggi dan dapat diberdayakan dalam meningkatkan perekonomian. Terbukti banyak wanita yang sukses dalam mengelola usahanya bahkan dapat menempati posisi-posisi yang strategis pada perusahaan-perusahaan besar. Berikut adalah beberapa keunggulan wanita dibandingkan pria, yang menjadi salah satu faktor pendukung keberhasilan pelaku UMKM wanita.

1. Kemampuan komunikasi

Wanita sangat terkenal dengan kebiasaannya banyak berbicara. Hal ini menunjukkan wanita memiliki lebih banyak kosakata dibandingkan laki-laki. Sehingga sangat bermanfaat untuk digunakan dalam pemasaran, dimana pemasaran menuntut komunikasi

yang baik. Wanita cukup fasih dalam menyampaikan berbagai hal secara verbal.

2. Pendengar yang baik

Sejalan dengan kemampuan komunikasinya yang cukup baik. Wanita juga merupakan pendengar yang baik. Hal ini akan sangat bermanfaat dalam menjaring aspirasi dari konsumen. Tidak dapat dipungkiri, perbaikan dan perkembangan dalam bisnis salah satunya adalah dengan mendengarkan masukan dan saran dari konsumen.

3. Ketelitian

Wanita dikenal dengan ketelitiannya, kemampuannya untuk melihat dan mengamati hal-hal yang kecil dan detail tentu sangat bermanfaat dalam bisnis. Kemampuan ini akan menghindarkan Wanita dari berbagai kesalahan yang dapat berakibat fatal bagi bisnisnya.

4. Dapat melihat dan memanfaatkan peluang

Wanita memiliki kemampuan untuk memperhitungkan hal-hal kecil, sehingga sangat menghargai peluang sekecil apapun. Hal ini diperlukan dalam bisnis agar bisa memanfaatkan peluang sekecil apapun agar menjadi peluang besar yang mendorong perkembangan bisnisnya (Supadilah, 2022).

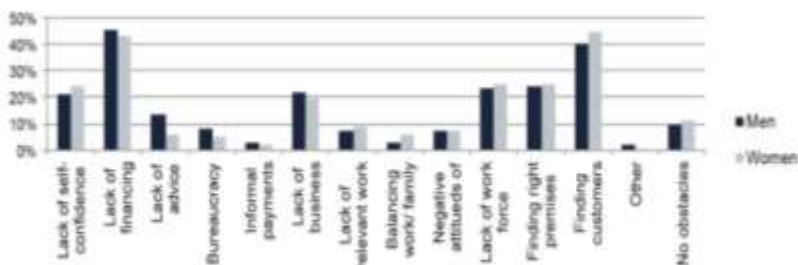
1.3 Kendala Pelaku UMKM Wanita

Pelaku UMKM Wanita masih sering menghadapi permasalahan peminggiran dan marjinalisasi. Besarnya jumlah pelaku UMKM Wanita tidak serta merta memberikan kontribusi yang signifikan dalam

pemberdayaan perempuan dan UMKM. Ada beberapa kendala yang masih dihadapi para pelaku UMKM Wanita. Baik kelemahan yang berasal dari diri sendiri dan fitrahnya sebagai perempuan, maupun kendala dari pihak luar.

Tingkat kesulitan atau kendala yang dihadapi pelaku UMKM berbeda antara pelaku UMKM laki-laki dan wanita, terutama ketika memulai bisnisnya. Tingkat kesulitan pelaku UMKM wanita lebih tinggi dibanding pelaku UMKM laki-laki. Tabel berikut ini menunjukkan tingkat kesulitan memulai

Gambar 2. Tantangan Utama Dalam Memulai Bisnis Berdasarkan Gender



Sumber: (*Women-Owned SMEs in Indonesia: A Golden Opportunity for Local Financial Institutions Market Research Study*, 2016)

Pelaku UMKM Wanita berdasarkan riset di atas menyebutkan bahwa kendala usaha yang cukup signifikan adalah keterbatasan pembiayaan (44%) dan kesulitan mendapatkan konsumen (45%). Selanjutnya disusul kesulitan mencari tempat bisnis dan karyawan yang tepat, serta kurangnya

kepercayaan diri yang mencapai angka kisaran di atas 20%. Dari kelima kendala tersebut kendala kekurangan pendanaan pada UMKM wanita disebabkan karena wanita lebih suka mengandalkan modal sendiri atau pinjaman dari keluarga, dibanding meminjam kepada bank. Kendala kesulitan mencari pelanggan salah satunya dikarenakan adanya keterbatasan dalam ruang gerak wanita pengusaha, karena mereka harus membagi fokus dan pikirannya dengan tanggung jawabnya dalam rumah tangga. Serta masih banyak pelaku UMKM wanita yang kurang menguasai teknologi informasi.

Persoalan-persoalan yang dihadapi para pelaku UMKM wanita dapat dibagi menjadi dua kelompok besar, yaitu:

1. Kendala internal

a. Mudah bimbang

Wanita dikenal sebagai makhluk yang sisi emosionalnya lebih tinggi dibanding laki-laki. Hal ini seringkali membuat Wanita mengedepankan emosi dan perasaan dibandingkan logika dalam mengerjakan atau memutuskan suatu hal. Wanita jadi tergesa-gesa dalam mengambil keputusan tanpa mempertimbangkan akibatnya di masa yang akan datang, atau sebaliknya karena terlalu banyak pertimbangan wanita menjadi kesulitan dan bingung dalam memutuskan sesuatu.

- b. Empati yang tinggi
Wanita termasuk makhluk yang peka dan perasa, sehingga tingkat empatinya cukup tinggi. Namun rasa empati yang berlebih dapat menjadi kendala ketika menjalankan bisnis, karena empati yang tinggi dapat menyebabkan pelaku UMKM Wanita menjadi kurang bijak dalam mengambil keputusan.
- c. Takut gagal
Sebagian besar wanita secara alami memiliki ketakutan akan hal-hal yang tidak pasti. Hal ini membuat wanita menjadi ragu untuk mencoba hal-hal yang baru, terlebih jika tidak memiliki passion di bidang tersebut. Hal ini menyebabkan wanita lebih mempertahankan posisi yang sudah ada atau yang dimilikinya dibandingkan mencoba hal baru yang belum pasti.
- d. Keterbatasan pengetahuan
Wanita, khususnya yang sudah menikah, memiliki kewajiban utama untuk mengurus rumah tangganya. Sehingga tidak memiliki waktu yang cukup untuk mempelajari hal-hal baru. Walaupun saat ini kendala tersebut dapat diatasi dengan berbagai cara, antara lain mengikuti pembelajaran secara daring.
- e. Kodrat sebagai perempuan
Wanita memiliki kodrat untuk hamil, melahirkan dan menyusui, serta mengalami menstruasi bulanan. Kondisi tersebut dapat membatasi ruang gerak wanita dalam bekerja.

2. Kendala eksternal

a. Keterbatasan waktu

Tanggung jawab rumah tangga dan keluarga, membuat wanita pelaku UMKM tidak dapat mengalokasikan waktu dengan maksimal untuk mengelola bisnisnya.

b. Keterbatasan akses pembiayaan

Kurangnya kepemilikan properti yang dapat digunakan sebagai jaminan atas pinjaman ke bank, menjadi salah satu kendala yang menghambat pelaku UMKM Wanita, karena keterbatasan akses permodalan. Terutama jika modal yang dibutuhkan cukup besar. Pelaku UMKM wanita hanya mengandalkan tabungan atau pinjaman dari keluarga sebagai modal usahanya. Kalau pun bisa mengakses pinjaman ke bank, nilainya relatif kecil.

c. Keterbatasan jaringan pemasaran

UMKM wanita biasanya merupakan UMKM dengan skala mikro atau kecil, sehingga sangat mengandalkan pemasaran secara langsung. Namun kondisi tersebut menyebabkan terbatasnya jaringan pemasaran yang dapat dijangkau oleh UMKM tersebut. Kendala ini juga berkaitan dengan keterbatasannya penguasaan teknologi informasi oleh pelaku UMKM wanita.

d. Keterbatasan penguasaan teknologi informasi

Sebagian besar pelaku UMKM wanita masih belum mumpuni dalam penguasaan teknologi informasi. Hal ini menyebabkan mereka tidak dapat

memasarkan produknya secara online, sehingga daya saing produk kurang.

- e. Rendahnya literasi dan inklusi keuangan
Masih rendahnya tingkat literasi dan inklusi keuangan menyebabkan pelaku UMKM wanita seringkali gagal dalam melakukan pencatatan dan pengelolaan keuangan. Dimana rata-rata mereka hanya melakukan pencatatan secara manual, bahkan seringkali mencampuradukkan keuangan pribadi dengan keuangan bisnis.