



UNIVERSITAS INDONESIA



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN
WANITA MENJADI ENTREPRENEUR DI DEPOK**

SKRIPSI

Sauda Distiwati Tuanaya

0906611570

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI EKSTENSI
DEPOK
Juni 2012**



UNIVERSITAS INDONESIA

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR MOTIVASI TERHADAP KEPUTUSAN
WANITA MENJADI ENTREPRENEUR DI DEPOK**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana

**Sauda Distiwati Tuanaya
0906611570**

**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI EKSTENSI
MANAGEMENT SMALL MEDIUM ENTERPRISE
DEPOK
Juni 2012
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Suda Distiwati Tuanaya

NPM : 0906611570

Tanda Tangan :



Tanggal : 18 Juni 2012

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Sauda Distiwati Tuanaya
NPM : 0906611570
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Small Medium Enterprise / SME
Judul :
Bahasa Indonesia : **Analisis Faktor-Faktor yang Memotivasi Wanita Menjadi Entrepreneur di Depok**
Bahasa Inggris : **Analysis of Motivational Factors of Women's Decision to be an Entrepreneur in Depok.**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaraan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Hapsari Setyowardhani S.E., M.M

(.....)

Pembimbing : Rambat Lupiyoadi S.E., M.E

(.....)

Penguji : Sri Daryanti S.E., M.M

(.....)

Ketua Program Studi Ekstensi Manajemen

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : Juli 2012

Imo Ganda Kusumo, MBA
NIP. 196010031991031001

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah kita panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat-Nya lah Penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah yang berupa laporan skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Motivasi Terhadap Keputusan Wanita menjadi *Entrepreneur* di Depok”. Buku laporan ini telah selesai dibuat untuk memberikan pengetahuan secara teoretis dan praktis mengenai penelitian yang dikerjakan oleh penulis sebelumnya serta sebagai salah satu syarat dalam mencapai kelulusan dari Program Konsentrasi *Small Medium Enterprise Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia*.

Skripsi penelitian ini dibuat berdasarkan apa yang telah dilakukan oleh Penulis mulai dari awal sampai saat terakhir menulis skripsi ini. Skripsi berisikan tentang langkah-langkah awal dalam pengambilan, perancangan, perumusan, pengolahan, serta kesimpulan mengenai faktor yang akan memotivasi wanita untuk menjadi entrepreneur

Adapun langkah-langkah tersebut disusun dalam 3 bagian besar yakni perencanaan, pelaksanaan, dan pengujian penelitian. Pada perencanaan berisi tentang rencana-rencana apa yang akan dilakukan, landasan apa yang menjadi dasar penelitian, dan bagaimana penelitian tersebut dilakukan. Contoh dari perencanaan ini adalah menentukan tujuan penelitian, merencanakan alat penelitian yang digunakan, mengumpulkan semua sumber baik primer maupun sekunder dari faktor yang memotivasi, baik secara teori maupun metodologi penelitian. Pada bagian pelaksanaan merupakan apa yang dilakukan oleh penulis dalam mengaplikasikan secara langsung rencana yang telah ditetapkan, melakukan survey lapangan secara langsung, menelaah teori yang berkaitan, serta mencari sumber primer dengan menyebarkan kuisioner. Tahapan terakhir yakni pengujian penelitian, penulis melakukan berbagai macam uji terhadap data-data yang ada, melakukan perbandingan dengan penelitian sebelumnya dan melihat apakah telah sesuai dengan apa yang ditetapkan dan direncanakan.

Penulis mengucapkan banyak-banyak terima kasih pada orang-orang yang telah memberikan dukungannya baik mental, materil dan segalanya yang tidak dapat dibalas dengan apapun, yakni :

1. Kepada Allah SWT Tuhan pencipta diri dan segalanya serta Nabi Muhammad SAW yang menjadi pedoman umat manusia.
2. Kepada Bapak Rambat Lupiyoadi selaku dosen pembimbing skripsi.
3. Kepada Ibu Hapsari Setyowardhani S.E, MM selaku Pembimbing Akademik.
4. Kepada Bapak Imo Ganda Kusuma, MBA selaku Ketua Jurusan Ekstensi Manajemen.

5. Kepada Ayah dan Bundaku, Ahyat Tuanaya dan Henny Susilawati yang selalu mendukung dan membantuku.
6. Kepada kakakku Mayra dan adikku Fitria yang selalu memberi dukungan.
7. Kepada Aa ku Dony K yang selalu membantu dan mendukungku
8. Kepada Aybol A. Ridwan yang terus menyemangatiku
9. Kepada Neny Ratih, yang selalu menyemangatiku
10. Kepada rekan-rekan kerja BNI Kelapa Dua yang memberikan kesempatan dan waktu untuk pulang lebih awal
11. Kepada seluruh angkatan Ekstensi Managemen 2009 baik yang telah lulus atau yang sedang berjuang bersama di dalam menyelesaikan tugas akhir S1 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhirnya, saran dan kritikan yang mendukung sangat penulis harapkan dan nantikan terutama untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga karya ilmiah ini dapat berguna bagi Penulis sebagai pembuka gerbang kelulusan dan masa depan, serta pembaca yang akan membaca atau tertarik untuk mempelajarinya.

Depok, Juni 2012

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sauda Distiwati Tuanaya
NPM : 0906611570
Program Studi : Ekstensi Managemen Small Medium Enterprise
Departemen : Ekonomi Managemen
Fakultas : Ekonomi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Analisis Faktor-faktor Motivasi Terhadap Keputusan Wanita Untuk Menjadi Entrepreneur di Depok”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia / memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada Tanggal : 18 Juni 2012

Yang Menyatakan


(Sauda Distiwati Tuanaya)

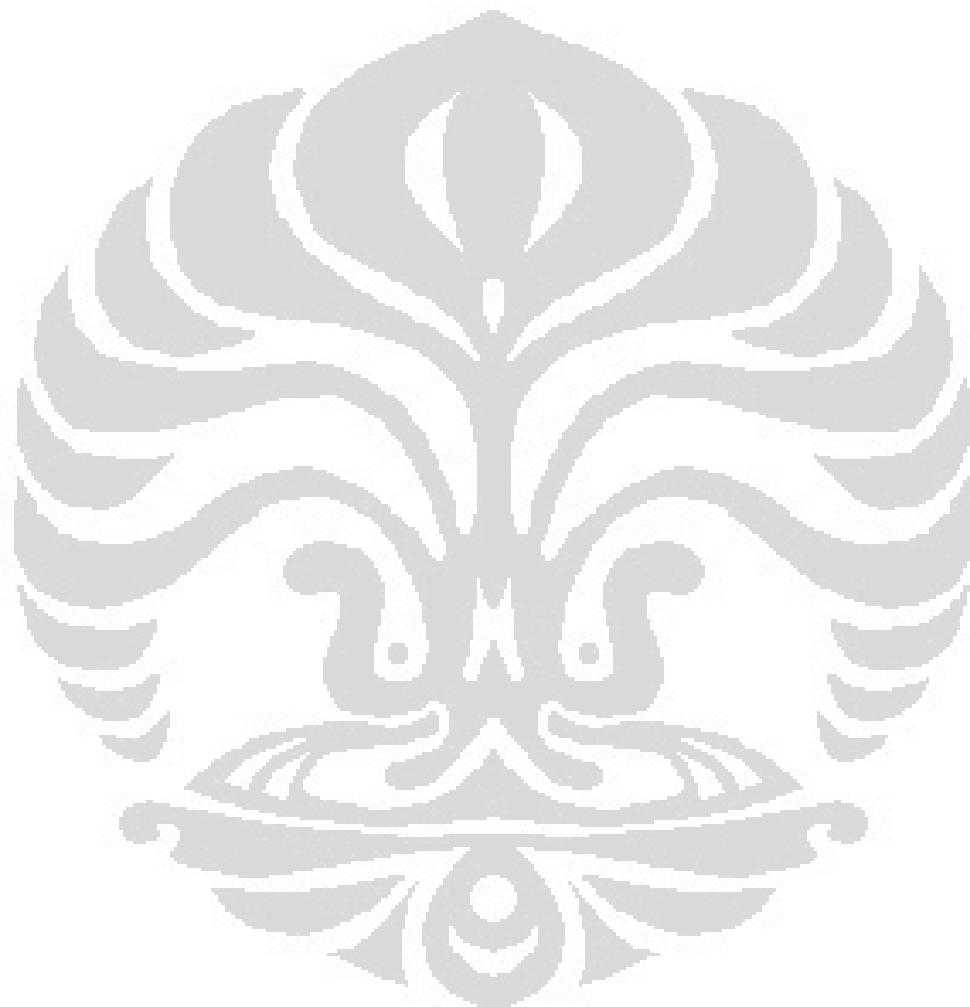
Universitas Indonesia viii

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Bagi Peneliti	6
1.4.2 Bagi Pemerintah Kota Depok.....	6
1.4.3 Bagi Penelitian Selanjutnya.....	6
1.5 Batasan Penelitian.....	7
1.6 Sistematika Penulisan Penelitian	7
2. LANDASAN TEORI	9
2.1 Pengertian Motivasi	9
2.1.2 Teori Motivasi.....	10
2.2 Pengertian Wirausaha	12
2.2.1 Karakteristik Wirausaha.....	13
2.2.2 Kompetensi Entrepreneur.....	18
2.3 Pengertian Pengambilan Keputusan.....	19
2.3.1 Teori Pengambilan Keputusan.....	19
2.3.2 Dasar- Dasar Pengambilan Keputusan.....	21
3. METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Desain Penelitian	23
3.2 Model Penelitian	24
3.3 Hipotesis Penelitian	25
3.4 Operasionalisasi Variable	25
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	26
3.5.1 Data Primer	27
3.5.2 Data Sekunder.....	27
3.5.3 Desain Kuesioner	28
3.5.3.1 Screening	28
3.5.3.2 Data Demografis	29

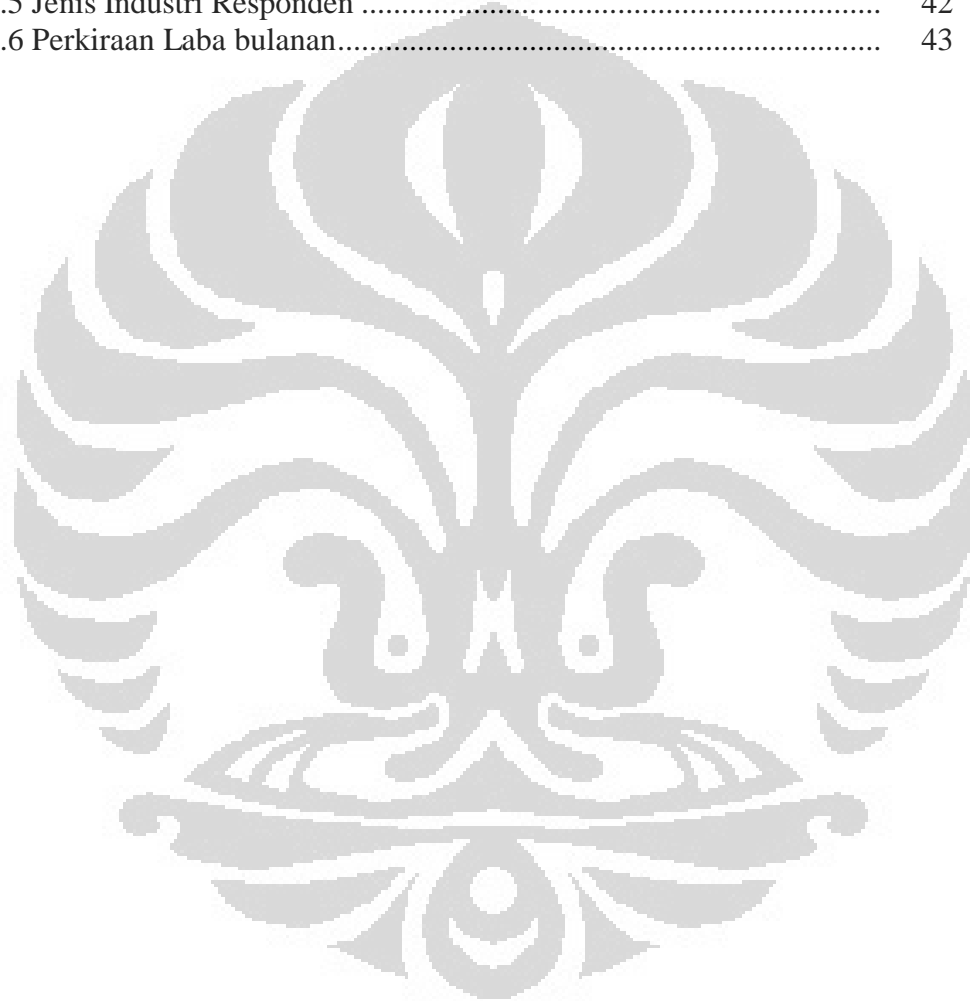
3.6 Metode Pengambilan Sample	29
3.6.1 Target Populasi	29
3.6.2 Sampling Frame	29
3.7 Skala Pengukuran.....	30
3.7.1 Nominal	30
3.7.2 Ordinal	30
3.7.3 Interval	31
3.7.4 Ratio.....	31
3.8 <i>Pre-testing</i> dan Penyempurnaan Kuesioner.....	31
3.9 Metode Analisa Data.....	32
3.9.1 Analisa Kuesioner.....	33
3.9.2 Analisis SPSS.....	33
3.9.2.1 Jenis Analisis SPSS	33
3.10 Analisis Hasil Pengujian Hipotesis.....	34
4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Pelaksanaan Penelitian.....	36
4.2 Uji Reliabilitas Pre Test.....	36
4.3 Uji Reliabilitas	37
4.4 Analisis Data Responden Penelitian.....	38
4.4.1 Usia Responden	38
4.4.2 Pendidikan Akhir Responden	39
4.4.3 Pekerjaan Terakhir Responden	40
4.4.4 Lama Usaha	41
4.4.5 Jenis Usaha yang dijalankan	42
4.4.6 Laba Bulanan	43
4.5 Uji Validitas	44
4.5.1 KMO and Bartlett's Test	44
4.5.2 Cross Tab	46
4.6 Korelasi.....	48
4.7 Regresi Berganda.....	50
4.8 Deskripsi Faktor Penarik	53
4.9 Deskripsi Faktor pendorong.....	54
4.10 Pembahasan	55
5. KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Implikasi Managerial	58
5.2.1 Saran Managerial bagi wirausaha	58
5.2.1 Saran Untuk pemerintah	59
5.2.3 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	60

5.3 Keterbatasan Penelitian.....	60
DAFTAR PUSTAKA.....	xii
LAMPIRAN.....	xiii



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 MANAJEMEN VS KEWIRAUSAHAAN.....	20
Gambar 2.2 MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN	21
Gambar 3.1 Model Penelitian	24
Gambar 4.1 Usia Responden.....	38
Gambar 4.2 Pendidikan Akhir Responden.....	39
Gambar 4.3 Pekerjaan Akhir Responden.....	40
Gambar 4.4 Lama Bekerja / Memiliki Usaha	41
Gambar 4.5 Jenis Industri Responden	42
Gambar 4.6 Perkiraan Laba bulanan.....	43

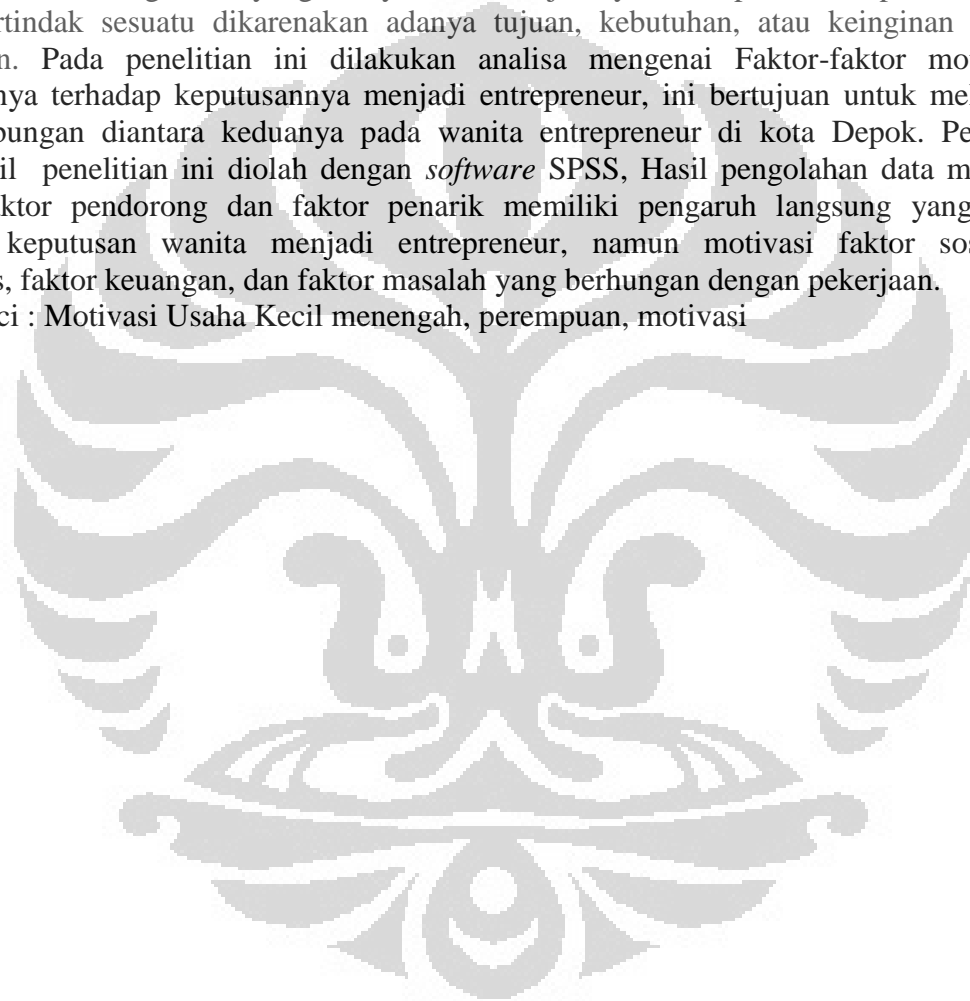


ABSTRAK

Nama : Sauda Distiwati Tuanaya
Program Studi : Ekstensi Manajemen
Judul : **Analisis Faktor-Faktor Motivasi Terhadap Keputusan Wanita Untuk Menjadi Entrepreneur di Depok**

Motivasi adalah energi aktif yang menyebabkan terjadinya suatu perubahan pada diri seseorang untuk bertindak sesuatu dikarenakan adanya tujuan, kebutuhan, atau keinginan yang harus terpenuhi. Pada penelitian ini dilakukan analisa mengenai Faktor-faktor motivasi serta pengaruhnya terhadap keputusannya menjadi entrepreneur, ini bertujuan untuk melihat sejauh mana hubungan diantara keduanya pada wanita entrepreneur di kota Depok. Penelitian ini mengambil penelitian ini diolah dengan *software* SPSS, Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa faktor pendorong dan faktor penarik memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap keputusan wanita menjadi entrepreneur, namun motivasi faktor sosial, faktor psikologis, faktor keuangan, dan faktor masalah yang berhubungan dengan pekerjaan.

Kata Kunci : Motivasi Usaha Kecil menengah, perempuan, motivasi

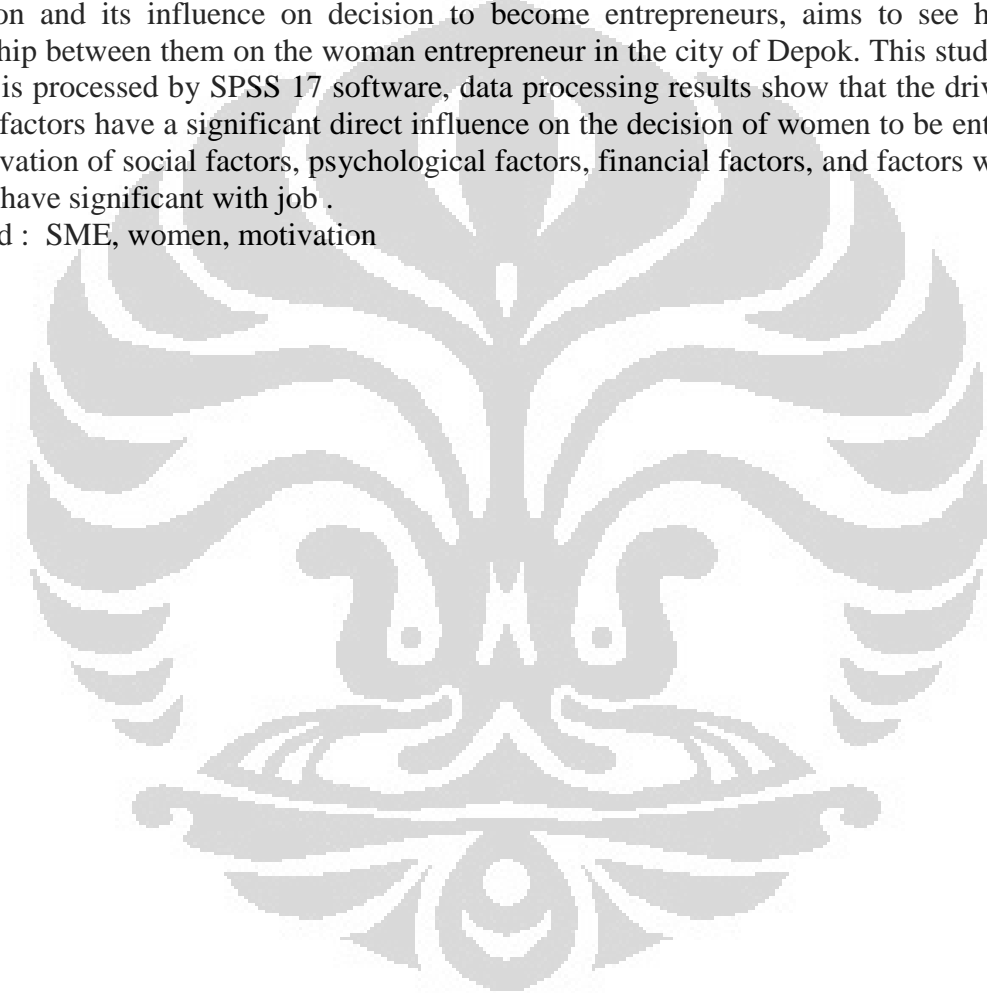


ABSTRACT

Name : Sauda Distiwati Tuanaya
Study Program : Extension Management Small Medium Enterprise
Title : **Analysis of Motivational Factors of the Women's Decision to be an Entrepreneur in Depok**

Motivation is an active energy that causes a change in someone to act in something due to the goals, needs, or desires to be satisfied. In this study conducted an analysis of the factors of motivation and its influence on decision to become entrepreneurs, aims to see how far the relationship between them on the woman entrepreneur in the city of Depok. This study takes this research is processed by SPSS 17 software, data processing results show that the driving factors and pull factors have a significant direct influence on the decision of women to be entrepreneurs. But motivation of social factors, psychological factors, financial factors, and factors work related problem have significant with job .

Key word : SME, women, motivation



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah sebuah negara yang besar dengan jumlah penduduk diperkirakan sebesar 231 juta jiwa pada tahun 2009 menurut Badan Pusat Statistik Indonesia, 2009 dan merupakan negara nomor empat terbesar di dunia dalam hal jumlah penduduk. Jumlah penduduk yang besar merupakan salah satu keuntungan jika ditinjau dari segi pasar yang besar untuk menopang perkembangan industry di dalam negeri dan merupakan kekuatan yang besar jika sumber daya manusia yang ada dikembangkan secara tepat. Di sisi lain dengan jumlah penduduk yang besar menyebabkan Pemerintah Indonesia menghadapi berbagai permasalahan sosial yang besaar diantaranya menyediakan sarana pendidikan, pangan dan sandang, lapangan pekerjaan yang besar dan masalah lainnya.

Pertumbuhan penduduk yang terus bertambah setiap tahunnya akan menambah jumlah tenaga kerja sehingga jumlah lapangan pekerjaan yang harus disediakan harus terus ditingkatkan. Masalah utama dalam dunia ketenagakerjaan yang dihadapi adalah tingginya tingkat pengangguran karena penambahan jumlah tenaga kerja yang lebih besar dibandingkan jumlah lapangan kerja yang tersedia. Oleh karena pembangunan akan lebih berhasil jika ditunjang oleh para wirausaha yang dapat membuka lapangan kerja. Pemerintah tidak akan mampu menggarap semua pembangunan, karena sangat banyak membutuhkan anggaran belanja, personalia, dan pengawasan.

Melihat pentingnya peran wirausaha, ini merupakan potensi pembangunan. namun melihat kenyataan di Indonesia jumlah wirausaha masih 0,18 atau sekitar 400.000, jumlah ini masih sedikit dan mutunya belum bisa dikatakan hebat, sehingga persoalan pembangunan wirausaha Indonesia merupakan persoalan mendesak bagi suksesnya pembangunan. Manfaat adanya wirausaha banyak sekali. Lebih rinci manfaatnya antara lain (Alma, 2009):

1. Menambah daya tampung tenaga kerja, sehingga dapat mengurangi pengangguran.
2. Sebagai generator pembangunan lingkungan, bidang produksi, distribusi, kesejahteraan, dan sebagainya.
3. Menjadi contoh bagi anggota masyarakat lain, sebagai pribadi unggul yang patut dicontoh,

diteladani, karena seorang wirausaha itu adalah terpuji, jujur, berani, hidup tidak merugikan orang lain.

4. Selalu menghormati hukum dan peraturan yang berlaku, berusaha selalu menjaga dan membangun lingkungan.
5. Berusaha memberi bantuan kepada orang lain dan pembangunan sosial sesuai dengan kemampuannya.
6. Berusaha mendidik karyawan menjadi orang mandiri, disiplin, jujur, tekun dalam menghadapi pekerjaan.
7. Member contoh bagaimana kita harus bekerja keras, tetapi tidak melupakan perintah-perintah agama.
8. Hidup secara efisien, tidak berfoya-foya dan tidak boros.
9. Memelihara keserasian lingkungan, baik dalam pergaulan maupun kebersihan lingkungan.

Seperti yang telah dipaparkan di atas wirausaha memiliki kontribusi bagi pertumbuhan perekonomian, senada dengan pendapat Thornhill(1989) bahwa *small business is big business* oleh karena itu bentuk usaha yang sesuai untuk wirausaha adalah Small Medium Enterprise(SME), karena SME biasanya memiliki beberapa pekerja sehingga memudahkan wirausaha untuk mengorganisasikannya. Disorot dalam studi oleh Bakar (2000) serta Urata (2000) yang menunjukkan bahwa pentingnya peranan SME dalam menciptakan sektor swasta yang sehat terutama di negara miskin dan berkembang dan pemberdayaan perempuan menjadi salah satu strategi untuk mempercepat tercapainya program peningkatan kesejahteraan keluarga secara keseluruhan.

Kondisi ketenagakerjaan di Indonesia, khususnya dalam tiga tahun terakhir (2008-2011) menunjukkan perkembangan yang semakin membaik. Peningkatan jumlah kesempatan kerja yang tercipta turut mendukung kondisi tersebut. Hal ini ditandai dengan peningkatan yang cukup signifikan pada kelompok penduduk yang termasuk kategori angkatan kerja.

Tabel 1.1 Penduduk 15 Tahun Ke Atas Menurut Status Pekerjaan Utama 2008 –2010

KEGIATAN	2008			2009			2010		
	L	P	L+P	L	P	L+P	L	P	L+P
ANGKATAN KERJA	67.750	38.639	106.389	68.720	41.221	109.941	69.144	42.803	111.947
Bekerja	61.997	33.480	95.547	63.148	36.782	99.930	63.889	38.653	102.553

Pengangguran	5.773	5.159	10.932	.572	4.439	10.011	5.245	4.149	9.395
BUKAN ANGKATAN KERJA	12.692	41.730	54.423	13.360	40.817	54.117	13.697	40.997	54.694
Sekolah	7.130	6.4000	13.530	7.135	6.643	13.777	6.800	6.426	13.226
Mengurus RT	729	31.249	31.978	1.272	30.717	31.989	1.592	31.179	32.771
Lainnya	4.833	4.082	8.124	4.953	3.458	8.4111	5.305	3.392	8.697
Total	80.442	80.370	160.812	82.079	82.039	164.118	82.841	83.800	166.641

Sumber: Biro Pusat Statistik Indonesia Tahun 2011

Dari data diatas dapat terlihat peningkatan angkatan kerja meningkat dari tahun ke tahun, menunjukkan perkembangan yang semakin membaik diikuti peningkatan jumlah kesempatan kerja yang tercipta. Hal ini ditandai dengan peningkatan yang cukup signifikan pada kelompok penduduk yang termasuk kategori angkatan kerja. Pada tahun 2009 terjadi jumlah peningkatan tenaga kerja dari 95.547 menjadi 99.930 ini artinya mengalami peningkatan 4383. Sedangkan peningkatan sebesar 741 terjadi pada tahun 2010 . Walaupun partisipasi angkatan kerja perempuan relatif kecil hanya berkisar diantara 30 %, namun tiap tahunnya terus mengalami peningkatan jumlah angkatan kerja perempuan. Ini dikarenakan wanita belum berpartisipasi secara optimal. Jadi, dibandingkan dengan laki-laki, tingkat partisipasi perempuan cenderung lebih rendah.

Belum optimalnya partisipasi wanita kemungkinan disebabkan karena adanya peran ganda mereka dalam rumah tangga khususnya di sebagian besar negara berkembang, sehingga perempuan sulit untuk berpartisipasi dalam angkatan kerja selama kehidupannya. Perempuan cenderung keluar dari pasar kerja ketika mereka memasuki masa perkawinan, melahirkan dan membesarkan anak, dan kemungkinan mereka akan kembali ke dunia kerja ketika anak-anak sudah cukup besar.

Tabel 1.2 Jumlah dan persentase Penduduk Usia 15 Tahun Keatas Yang Bekerja Menurut Jenis Kelamin dan Status Pekerjaan Utama Di Kota Depok, Tahun 2009

Status Pekerjaan Utama	Laki-laki		Perempuan		Jumlah	
	N	%	N	%	N	%
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Berusaha Sendiri	100.920	24,38	47.620	19,59	148.540	22,61
Berusaha dibantu buruh tidak dibayar	36.317	8,77	19.244	7,92	55.561	8,46
Berusaha dibantu buruh dibayar	27.604	6,67	6.160	2,53	33,764	57,03
Buruh/karyawan	232.640	56,20	142.100	58,45	374.740	57,03
Pekerja bebas pertanian	1.912	0,46	21	0,01	1.933	0,29

Pekerja bebas non pertanian	9.370	2,26	2,59	1,88	13.961	2,12
Pekerja tidak dibayar	5.172	1,25	23.379	9,62	28.551	4,35
Jumlah	413.935	100,00	243.115	100,00	675.050	100,00

Sumber: Survei Angkatan Kerja Nasional (SAKERNAS) 2009

Dapat terlihat dalam table 1.2 khususnya pada angkatan kerja perempuan yang ada di Depok peningkatan banyak terjadi berdasarkan status pekerjaan utama, terkecuali pada aspek berusaha dibantu buruh tidak dibayar turun menjadi 6.27 % ini kemungkinan dikarenakan banyak wirausaha yang lebih profesional dalam memanagerkan mengelola usahanya, tidak hanya terfokus pada keluarga dalam menjalankan usahanya tentunya ini akan meningkatkan permintaan lapangan kerja dari industri tersebut hal ini senada dengan peningkatan jumlah yang berusaha dibantu buruh bayaran dimana mengalami peningkatan sebesar 25.6% dan peningkatan buruh atau karyawanpun yang terserap dalam peningkatan permintaan sebesar 1.93%. Dari data tersebut juga memperlihatkan peningkatan yang cukup besar pada kegiatan berusaha sendiri sebesar 21.7%, ini menunjukkan sudah banyak wanita yang memilih beralih profesi untuk membuka usaha sendiri, namun apabila dilihat perbandingan dengan pertumbuhan pria, tingkat pekerja wanita tidak mencapai 50% dari total tingkat pekerja laki-laki.

Belum optimalnya pertumbuhan pekerja wanita khususnya wirausaha selain karena peran ganda wanita dalam rumah tangga adalah belum adanya motivasi untuk berwirausaha. Menurut Susanto (2000), beberapa motivasi yang dapat mendorong seseorang untuk menjadi wirausaha yaitu keinginan merasakan pekerjaan bebas, keberhasilan diri yang dicapai, dan toleransi akan adanya resiko. Kebebasan dalam bekerja merupakan sebuah model kerja dimana seseorang melakukan pekerjaan sedikit tetapi memperoleh hasil yang besar. Berangkat kerja tanpa terikat pada aturan atau jam kerja formal, atau berbisnis jarang-jarang tetapi sekali mendapat untung, ungunya cukup untuk dinikmati berbulan-bulan atau cukup untuk sekian minggu kedepan.

Keberhasilan diri yang dicapai merupakan pencapaian tujuan kerja yang diharapkan, yang meliputi kepuasan dalam bekerja dan kenyamanan kerja. Toleransi akan resiko, merupakan seberapa besar kemampuan dan kreativitas seseorang dalam menyelesaikan besar kecilnya suatu resiko yang diambil untuk mendapatkan penghasilan yang diharapkan. Semakin besar seseorang pada kemampuan diri sendiri, semakin besar pula keyakinannya terhadap kesanggupan mendapatkan hasil dari keputusannya dan semakin besar keyakinannya untuk mencoba apa yang dilihat orang lain beresiko.

Dengan latar belakang tersebut penulis tertarik meneliti lebih lanjut dan menyusunnya dalam sebuah karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul ” **Analisis Faktor-Faktor Motivasi Terhadap Keputusan Wanita Menjadi Wirausaha di Depok**”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan dalam latar belakang, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa yang memotivasi pengambilan keputusan wanita untuk berwirausaha di kota Depok ?
2. Bagaimana pengaruh motivasi terhadap keinginan wanita untuk menjadi wirausaha?
3. Diantara faktor-faktor tersebut mana yang berpengaruh paling memotivasi terhadap pengambilan keputusan wanita untuk berwirausaha di kota Depok?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Faktor-faktor apa yang memotivasi pengambilan keputusan wanita untuk berwirausaha di kota Depok
2. Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap keinginan wanita untuk menjadi wirausaha.
3. Untuk mengetahui faktor-faktor yang paling memotivasi terhadap pengambilan keputusan wanita untuk berwirausaha di kota Depok?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Bagi Peneliti

Memberikan gambaran tentang faktor-faktor yang dapat memotivasi wanita untuk menjadi wirausaha di Depok

1.4.2. Bagi Pemerintah Kota Depok

Dapat menjadi gambaran tambahan tentang faktor-faktor yang dapat memotivasi wanita

untuk menjadi entrepreneur sehingga diharapkan kedepannya akan ada kebijakan yang dapat dilakukan pemerintah kota dalam peningkatan mutu dan jumlah wirausaha di Depok

1.4.3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar kajian selanjutnya yang berhubungan dengan analisis faktor-faktor motivasi terhadap keputusan wanita menjadi wirausaha

1.5 Batasan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang, permasalahan, dan tujuan penelitian, maka ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada:

1. Obyek Penelitian

Obyek penelitian kali ini adalah persepsi mengenai factor-faktor motivasi terhadap keputusan seorang wanita untuk menjadi wirausaha

2. Responden

Responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah wanita yang telah menjadi pengusaha yang berwirausaha di Depok. Responden diambil dari beberapa jenis usaha yang ada, sebanyak 107 orang.

3. Waktu Penelitian

Waktu Penelitian yang akan digunakan dalam penelitian kali ini adalah selama empat bulan.

1.6 Sistematika Penulisan

Kerangka penulisan laporan penelitian ini secara garis besar dan keseluruhan terdiri atas:

Bab 1 Pendahuluan

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian ini, batasan penelitian serta sistematika penulisan laporan penelitian.

Bab 2 Literatur

Bab ini akan menjabarkan mengenai ruang lingkup penelitian dan metode penelitian. Ruang lingkup penelitian menjelaskan mengenai batasan penelitian, unit analisis dan cakupan geografis.

Metode penelitian menjelaskan mengenai kerangka penelitian, teknik pengumpulan data dan analisa data.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Bab ini memberikan gambaran mengenai bagaimana penelitian ini dilakukan, yang mencakup rancangan penelitian, metode pengumpulan data, ukuran dan metode pengambilan sampel, sistematika kuisisioner dan metode analisa data.

Bab 4 Analisa dan Pembahasan

Bab ini akan berisi mengenai pembahasan pengolahan data dan analisis data primer yang berhasil dikumpulkan, sehingga akan didapat hasil penelitian untuk menjawab permasalahan penelitian.

Bab 5 Kesimpulan

Bab ini berisi mengenai uraian kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian. Selain kesimpulan, peneliti juga akan memberikan saran-saran yang dapat memotivasi para wanita berwirausaha, sehingga memperoleh manfaat dari penelitian ini.

BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Motivasi

Motivasi merupakan masalah kompleks karena kebutuhan dan keinginan setiap orang berbeda satu dengan yang lainnya, hal ini disebabkan karena setiap orang adalah unik secara biologis maupun psikologis, dan berkembang atas dasar proses belajar yang berbeda pula (Suprihanto dkk, 2003).

Pengertian motivasi menurut Mitchell, 1982 (dalam Winardi, 2002) motivasi mewakili proses- proses psikologikal, yang menyebabkan timbulnya, diarahkannya, dan terjadinya persistensi kegiatan- kegiatan sukarela (volunter) yang diarahkan ke tujuan tertentu.

Sedangkan menurut Gray, 1973(dalam Winardi, 2002) motivasi merupakan sejumlah proses, yang bersifat internal, atau eksternal bagi seorang individu, yang menyebabkan timbulnya sikap antusiasme dan persistensi, dalam hal melaksanakan kegiatan- kegiatan tertentu.

Morgan, 1978 (dalam Soemanto, 1987) mengemukakan bahwa motivasi bertalian dengan tiga hal yang sekaligus merupakan aspek- aspek dari motivasi. Ketiga hal tersebut adalah: keadaan yang mendorong tingkah laku (*motivating states*), tingkah laku yang di dorong oleh keadaan tersebut (*motivated behavior*), dan tujuan dari pada tingkah laku tersebut (*goals or ends of such behavior*).

Soemanto (1987) mendefinisikan motivasi sebagai suatu perubahan tenaga yang ditandai oleh dorongan efektif dan reaksi-reaksi pencapaian tujuan. Karena kelakuan manusia itu selalu bertujuan, kita dapat menyimpulkan bahwa perubahan tenaga yang memberi kekuatan bagi tingkahlaku mencapai tujuan,telah terjadi di dalam diri seseorang.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah energi aktif yang menyebabkan terjadinya suatu perubahan pada diri sesorang yang nampak pada gejala kejiwaan, perasaan, dan

juga emosi, sehingga mendorong individu untuk bertindak atau melakukan sesuatu dikarenakan adanya tujuan, kebutuhan, atau keinginan yang harus terpenuhi.

2.1.1 Teori Motivasi

Gilad dan Levine (1986) mengusulkan dua teori yang berkaitan erat dengan motivasi menjadi seorang wirausaha. Teori “dorongan” dan teori “tarikan”. Teori “dorongan” berpendapat bahwa individu didorong ke dalam kewirausahaan oleh dorongan negative dari luar, seperti ketidakpuasan dalam bekerja, kesulitan dalam menemukan pekerjaan, dan gaji yang tidak memuaskan, atau jadwal kerja yang tidak fleksibel. Teori “tarikan” berpendapat bahwa individu ditarik kedalam aktifitas yang berkaitan dengan pengusaha dalam pencarian kebebasan, pemenuhan diri sendiri, kesejahteraan, dan hasil – hasil lain yang diinginkan.

Morgan, 1978 (dalam Soemanto 1987) mengemukakan bahwa motivasi bertalian dengan tiga hal yang sekaligus merupakan aspek-aspek dari motivasi. Ketiga hal tersebut yaitu keadaan yang mendorong tingkah laku (*motivating states*), tingkah laku yang didorong oleh keadaan tersebut (*motivated behavior*), dan tujuan dari pada tingkah laku tersebut (*goals or ends of such behavior*). McDonald, 1943 (dalam Schot 2003) mendefinisikan motivasi sebagai perubahan tenaga di dalam diri seseorang yang ditandai oleh dorongan efektif dan reaksi-reaksi untuk mencapai kehidupan yang lebih baik. Menurut McDonald, terdapat tiga unsur yang berkaitan dengan motivasi yaitu :

- a. Motif dimulai dari adanya perubahan energi dalam pribadi, misalnya adanya perubahan dalam sistem pencernaan dan menimbulkan motif lapar.
- b. Motif ditandai dengan timbulnya perasaan (*effectif arousal*), misalnya karena seseorang tertarik dengan tema diskusi yang sedang diikuti, maka dia akan bertanya.
- c. Motif ditandai dengan reaksi-reaksi untuk mencapai tujuan

Teori motivasi yang dikembangkan oleh Maslow (1954) pada intinya berkisar pada pendapat bahwa manusia mempunyai lima tingkat atau hierarki kebutuhan, yaitu :

- a. Kebutuhan fisiologikal (*physiological needs*), seperti : rasa lapar, haus, istirahat dan sex
- b. Kebutuhan rasa aman (*safety needs*), tidak dalam arti fisik semata, akan tetapi juga mental, psikologikal dan intelektual
- c. Kebutuhan akan kasih sayang (*love needs*)
- d. Kebutuhan akan harga diri (*esteem needs*), yang pada umumnya tercermin dalam berbagai simbol-simbol status
- e. Aktualisasi diri (*self actualization*), dalam arti tersedianya kesempatan bagi seseorang untuk mengembangkan potensi yang terdapat dalam dirinya sehingga berubah menjadi kemampuan nyata.

Menurut Ganursa (2003), terdapat dua motif dasar yang menggerakkan perilaku seseorang, yaitu motif biologis yang berhubungan dengan kebutuhan untuk mempertahankan hidup dan motif social yang berhubungan dengan kebutuhan social.

Adapun jenis motivasi menurut Strom (1996) adalah prestasi, afiliasi, kompetensi, dan kekuasaan.

- a. Motivasi prestasi (*achievement motivation*), adalah dorongan dalam diri seseorang untuk mengatasi segala tantangan dan hambatan dalam mencapai tujuan. Wirausaha yang berorientasi dan bekerja keras apabila mereka memandang bahwa mereka akan memperoleh kebanggaan pribadi atas upaya mereka, apabila hanya terdapat sedikit resiko gagal, dan apabila mereka mendapat balikan spesifik tentang prestasi diwaktu lalu.
- b. Motivasi afiliasi (*affiliation motivation*), adalah dorongan untuk berhubungan dengan orang-orang atas dasar social. Orang-orang yang bermotivasi afiliasi bekerja lebih baik apabila mereka dipuji karena sikap dan kerja sama mereka yang menyenangkan.
- c. Motivasi kompetensi (*competence motivation*), adalah dorongan untuk mencapai keunggulan kerja, meningkatkan ketrampilan dalam memecahkan masalah, dan berusaha keras untuk inovatif. Umumnya, mereka cenderung melakukan pekerjaan

dengan baik karena kepuasan batin yang mereka rasakan dari melakukan pekerjaan itu dan penghargaan yang diperoleh dari orang lain.

- d. Motivasi kekuasaan (*power motivation*), adalah dorongan untuk mempengaruhi orang-orang dan mengubah situasi. Orang-orang yang bermotivasi kekuasaan ingin menimbulkan dampak dan mau memikul resiko untuk melakukan hal itu.

2.2 Pengertian Wirausaha

Schumpeter, 1934 (dalam Hagerdon,1996): Wirausahawan adalah seorang inovator yang mengimplementasikan perubahan-perubahan di dalam pasar melalui kombinasi-kombinasi baru. Kombinasi baru tersebut bisa dalam bentuk (1) memperkenalkan produk baru atau dengan kualitas baru, (2) memperkenalkan metoda produksi baru, (3) membuka pasar yang baru (new market), (4) Memperoleh sumber pasokan baru dari bahan atau komponen baru, atau (5) menjalankan organisasi baru pada suatu industri. Schumpeter mengkaitkan wirausaha dengan konsep inovasi yang diterapkan dalam konteks bisnis serta mengkaitkannya dengan kombinasi sumber daya.

Penrose (1963): Kegiatan kewirausahaan mencakup indentifikasi peluang-peluang di dalam sistem ekonomi. Kapasitas atau kemampuan manajerial berbeda dengan kapasitas kewirausahaan.

Leibenstein (1968, 1979): Kewirausahaan mencakup kegiatan-kegiatan yang dibutuhkan untuk menciptakan atau melaksanakan perusahaan pada saat semua pasar belum terbentuk atau belum teridentifikasi dengan jelas, atau komponen fungsi produksinya belum diketahui sepenuhnya.

Kirzner (1979): Wirausahawan mengenali dan bertindak terhadap peluang pasar. Wiraushaship Center at Miami University of Ohio: Kewirausahaan sebagai proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan. Visi tersebut bisa berupa ide inovatif, peluang, cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu. Hasil akhir dari proses tersebut adalah penciptaan usaha baru yang dibentuk pada kondisi resiko atau ketidakpastian.

Menurut Widodo (2005), wirausaha adalah usaha atau bisnis yang selalu berusaha memindahkan segala sumber daya ekonomi dari wilayah yang kurang produktif ke wilayah yang lebih produktif untuk memperoleh penghasilan g lebih besar, dan semakin besar.

Menurut Lupiyoadi (2007) “wirausaha adalah orang-orang yang kreatif dan inovatif serta mampu mewujudkannya untuk peningkatan kesejahteraan diri, masyarakat, dan lingkungannya”.

Kesejahteraan diciptakan oleh yang menghadapi resiko terbesar dari sisi modal (*equity*), waktu, dan komitmen untuk memberi nilai untuk suatu produk atau jasa Robert (1998).

2.2.1 Karakteristik Wirausaha

Wirausaha yang unggul yang mampu menciptakan kreativitas dan inovasi sebagai dasar untuk hidup, tumbuh dan berkembang umumnya memiliki karakteristik atau ciri-ciri yang merupakan proses jangka panjang berdasarkan pengalaman dan pendidikan. Beberapa karakteristik yang melekat pada diri wirausahawan (Zimmerer, and Scarborough, 1998; Kuratko & Hoodgets, 2007) sebagai berikut:

a. Keinginan Untuk Bertanggung Jawab (*Desire for responsibility*)

Wirausaha yang unggul merasa bertanggungjawab secara pribadi atas hasil usaha yang dia lakukan. Mereka lebih dapat mengendalikan sumberdaya sumberdaya yang dimiliki dan menggunakan sumberdaya tersebut untuk mencapai cita-cita. Wirausaha yang berhasil dalam jangka panjang haruslah memiliki rasa tanggung jawab atas usaha yang dilakukan. Kemampuan untuk menanggung risiko usaha seperti: risiko keuangan, risiko teknik adakalanya muncul, sehingga wirausaha harus mampu meminimalkan risiko.

b. Toleransi Terhadap Ambiguitas (*Tolerance for ambiguity*)

Ketika usaha yang dilakukan, pasti harus berhubungan dengan orang lain, baik dengan karyawan, pelanggan, pemasok bahan, pemasok barang, penyalur, masyarakat, maupun aturan legal formal. Wirausaha harus mampu menjaga dan mempertahankan hubungan baik dengan stakeholder. Kemampuan untuk menerima keberagaman merupakan .suatu ciri khas wirausaha guna menjaga kelangsungan hidup bisnis atau perusahaan dalam jangka panjang.

c. Visi (*Vision*)

Wirausaha yang berhasil selalu memiliki cita-cita, tujuan yang jelas kedepan yang harus dicapai secara terukur. Visi merupakan filosofi, cita-cita dan motivasi mengapa perusahaan hidup, dan wirausaha akan menterjemahkan ke dalam tujuan, kebijakan,

anggaran, dan prosedur kerja yang jelas. Wirausaha yang tidak jelas visi kedepan ibarat orang yang berjalan tanpa arah yang jelas, sehingga kecenderungan untuk gagal sangat tinggi.

d. Toleransi Terhadap Kegagalan Usaha (*Tolerance for failure*)

Usaha yang berhasil membutuhkan kerja keras, pengorbanan baik waktu biaya dan tenaga. Wirausaha yang terbiasa dengan kreativitas dan inovasi kadangkala atau bahkan sering mengalami ketidakberhasilan. Proses yang cukup panjang dalam mencapai kesuksesan tersebut akan meningkatkan kepribadian toleransi terhadap kegagalan usaha.

e. Mengendalikan diri (*Internal locus of control*)

Didalam diri manusia ada kemampuan untuk mengendalikan diri yang dipengaruhi oleh internal diri sendiri. Wirausaha yang unggul adalah yang memiliki kemampuan untuk mengendalikan diri dari dalam dirinya sendiri. Kerasnya tekanan kehidupan, persaingan bisnis, perubahan yang begitu cepat dalam dunia bisnis akan meningkatkan tekanan kejiwaan baik mental, maupun moral dalam kehidupan keseharian. Wirausaha yang mampu mengendalikan dirinya sendiri akan mampu bertahan dalam dunia bisnis yang makin kompleks.

f. Perbaikan terus menerus (*Continuous Improvement*)

Wirausaha yang berhasil selalu bersikap positif, menganggap pengalaman sebagai sesuatu yang berharga dan melakukan perbaikan terus-menerus. Pengusaha selalu mencarihal-hal baru yang akan memberikan manfaat baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Wirausaha memiliki tenaga, keinginan untuk terlibat dalam petualangan inovatif yang akan membawa konsekuensi menguntungkan dimasa depan.

g. Siap Menhadapi Resiko (*Preference for moderate risk.*)

Dalam kehidupan berusaha, wirausaha selalu berhadapan dengan intensitas risiko. Sifat wirausaha dalam menghadapi risiko dapat digolongkan ke dalam 3 macam sifat mengambil risiko, yaitu risk seeking (orang yang suka dengan risiko tinggi), moderat risk (orang yang memiliki sifat suka mengambil risiko sedang), dan risk averse (orang memiliki sifat suka menghindari risiko) Pada umumnya wirausaha yang berhasil memiliki kemampuan untuk memilih risiko yang moderate/sedang, di mana ketika

mengambil keputusan memerlukan pertimbangan yang matang, hal ini sejalan dengan risiko wirausaha yang apabila mengalami kegagalan di tanggung sendiri. Wirausaha akan melihat sebuah bisnis dengan tingkat pemahaman pribadi yang disesuaikan dengan perubahan lingkungan (Zimmerer, and Scarborough, 1998)

h. Keyakinan Atas Kemampuan Diri (*Confidence in their ability to success*)

Wirausaha umumnya memiliki keyakinan yang cukup tinggi atas kemampuan diri untuk berhasil. Mereka memiliki kepercayaan yang tinggi untuk melakukan banyak hal dengan baik dan sukses. Mereka cenderung untuk optimis terhadap peluang keberhasilan dan optimisme, biasanya berdasarkan kenyataan. Tanpa keyakinan kepercayaan untuk sukses dan mampu menghadapi tantangan akan menurunkan semangat juang dalam melakukan bisnis.

i. Ingin mendapat umpan balik segera (*Desire for immediate feedback*)

Perkembangan yang begitu cepat dalam kehidupan usaha menuntut wirausaha untuk cepat mengantisipasi perubahan yang terjadi agar mampu bertahan dan berkembang. Wirausaha pada umumnya memiliki keinginan untuk mendapatkan respon atau umpan balik terhadap suatu permasalahan. Persaingan yang begitu ketat dalam dunia usaha menuntut untuk berpikir cerdas, cepat menanggapi perubahan. Wirausaha memiliki kecenderungan untuk mengetahui sebaik apa ia bekerja dan mencari pengakuan atas prestasi secara terus-menerus.

j. Memiliki energi yang tinggi (*High energy level*)

Wirausaha pada umumnya memiliki energi yang cukup tinggi dalam melakukan kegiatan usaha sejalan dengan risiko yang ia tanggung. Wirausaha memiliki semangat atau energi yang cukup tinggi dibanding kebanyakan orang. Risiko yang harus ditanggung sendiri mendorong wirausaha untuk bekerja keras dan dalam jangka waktu yang cukup lama. Bergairah dan mampu menggunakan daya gerakanya, ulet tekun dan tidak mudah putus asa.

k. Orientasi masa depan (*Future orientation*)

Keuntungan usaha yang tidak pasti mendorong wirausaha selalu melihat peluang, menghargai waktu dan berorientasi ke masa depan. Wirausaha memiliki kecenderungan melihat apa yang akan dilakukan sekarang dan besok, tidak begitu mempersoalkan apa yang telah dilakukan kemarin. Wirausaha yang unggul

selalu berusaha memprediksi perubahan dimasa depan guna meningkatkan kinerja usaha.

l. Kemampuan mengorganisasi (*Skill at organizing*)

Membangun usaha dari awal memerlukan kemampuan mengorganisasi sumberdaya yang dimiliki berupa sumber-sumber ekonomi berujud maupun sumber ekonomi tak berujud untuk mendapat manfaat maksimal. Wirausaha memiliki keahlian dalam melakukan organisasi baik orang maupun barang. Wirausaha yang unggul ketika memiliki kemampuan portofolio sumberdaya yang cukup tinggi untuk dapat bertahan dan berkembang.

m. Komitmen tertinggi (*High Commitment*)

Memunculkan usaha baru membutuhkan komitmen penuh yang tinggi agar berhasil. Disiplin dalam bekerja dan pada umumnya wirausaha membenamkan diri dalam kegiatan tersebut guna keberhasilan cita-citanya. Scarborough, et.all (2006)

n. Fleksible (*Flexibility*)

Perubahan yang begitu cepat dalam dunia usaha mengharuskan wirausaha untuk mampu menyesuaikan diri dengan perubahan apabila tetap ingin berhasil. Kemampuan beradaptasi dengan perubahan lingkungan merupakan modal dasar dalam berusaha, bertumbuh dan sukses. Fleksibilitas berhubungan dengan kolega seperti; kemampuan menyesuaikan diri dengan perilaku wirausaha lain, kemampuan bernegosiasi dengan kolega mencerminkan kompetensi wirausaha yang unggul.

2.2.2 Kompetensi Wirausaha

Dalam berwirausaha, wirausaha perlu memiliki kompetensi seperti halnya profesi lain dalam kehidupan, kompetensi ini mendukung kearah kesuksesan. Triton (2007) mengemukakan sepuluh kompetensi yang harus dimiliki wirausaha dalam menjalankan usahanya, yaitu :

- a. *Knowing your business*, yaitu mengetahui usaha apa yang akan dilakukan. Dengan kata lain, seorang wirausaha harus mengetahui segala sesuatu yang ada hubungannya dengan usaha atau bisnis yang akan dilakukan.

- b. *Knowing the basic business management*, yaitu mengetahui dasar-dasar pengelolaan bisnis, misalnya cara merancang usaha, mengorganisasi dan mengendalikan perusahaan, termasuk dapat memperhitungkan, memprediksi, mengadministrasikan, dan membukukan kegiatan-kegiatan usaha. Mengetahui manajemen bisnis berarti memahami kiat, cara, proses dan pengelolaan semua sumberdaya perusahaan secara efektif dan efisien.
- c. *Having the proper attitude*, yaitu memiliki sikap yang sempurna terhadap usaha
- d. *Having adequate capital*, yaitu memiliki modal yang cukup. Modal tidak hanya bentuk materi tetapi juga rohani. Kepercayaan dan keteguhan hati merupakan modal utama dalam usaha.
- e. *Managing finances effectively*, yaitu memiliki kemampuan untuk mengelola keuangan secara efektif dan efisien, mencari sumber dana dan menggunakannya secara tepat, dan mengendalikannya secara akurat
- f. *Managing time efficiently*, yaitu mengatur waktu seefisien mungkin.
- g. *Managing people*, yaitu kemampuan merencanakan, mengatur, mengarahkan atau memotivasi orang-orang dalam menjalankan usahanya.
- h. *Satisfying customer by providing high quality product*, yaitu member kepuasan kepada pelanggan dengan menyediakan barang dan jasa yang bermutu
- i. *Knowing method to compete*, yaitu mengetahui strategi atau cara bersaing. Wirausaha harus dapat mengungkapkan kekuatan (*Strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*), dirinya dan pesaing.
- j. *Copying with regulation and paper work*, yaitu membuat aturan yang jelas tersurat, bukan tersirat

2.3 Pengertian Pengambilan Keputusan

Menurut Terry (2006) pengambilan keputusan adalah alternatif perilaku (kelakuan) tertentu dari dua atau lebih alternative yang ada.

Menurut Siagian (2003) pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakikat alternative yang dihadapi dan mengambil tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling tepat.

Sedangkan Stoner (1990) berpendapat pengamabilan keputusan adalah proses yang

digunakan untuk memilih suatu tindakan sebagai cara pemecahan masalah.

2.3.1 Teori Pengambilan Keputusan

Menurut Milne (1972) ada tiga teori dalam pengambilan keputusan:

- Teori Rasional Komprehensif memiliki unsur-unsur utama sebagai berikut :
 - a. Pembuat keputusan dihadapkan pada suatu masalah tertentu yang dapat dibedakan dari masalah-masalah lain atau setidaknya dinilai sebagai masalah-masalah yang dapat diperbandingkan satu sama lain.
 - b. Tujuan-tujuan, nilai-nilai, atau sasaran yang mempedomani pembuat keputusan amat jelas dan dapat ditetapkan rangkingnya sesuai dengan urutan kepentingannya.
 - c. Berbagai alternatif untuk memecahkan masalah tersebut diteliti secara saksama.
 - d. Akibat-akibat (biaya dan manfaat) yang ditimbulkan oleh setiap alternatif yang di pilih akan diteliti.
 - e. Setiap alternatif dan masing-masing akibat yang menyertainya, dapat diperbandingkan dengan alternatif-alternatif lainnya.
 - f. Pembuat keputusan akan memilih alternatif dan akibat-akibatnya yang dapat memaksimalkan tercapainya tujuan, nilai atau Sasaran yang telah digariskan.
- Teori Inkremental dalam pengambilan keputusan mencerminkan suatu teori pengambilan keputusan yang menghindari banyak masalah yang harus dipertimbangkan. Pokok-pokok teori inkremental ini dapat diuraikan sebagai berikut :
 - a. Pemilihan tujuan atau sasaran dan analisis tindakan empiris yang diperlukan untuk mencapainya dipandang sebagai sesuatu hal yang saling terkait daripada sebagai sesuatu hal yang saling terpisah.
 - b. Pembuat keputusan dianggap hanya mempertimbangkan beberapa alternatif yang langsung berhubungan dengan pokok masalah.
 - c. Bagi tiap alternatif hanya sejumlah kecil akibat-akibat yang mendasar saja yang akan dievaluasi.
 - d. Masalah yang dihadapi oleh pembuat keputusan akan didefinisikan secara terurut. Pandangan inkrementalisme memberikan kemungkinan untuk

mempertimbangkan dan menyesuaikan tujuan dan sarana serta sarana dan tujuan sehingga menjadikan dampak dari masalah itu lebih dapat ditanggulangi.

- e. Bahwa tidak ada keputusan atau cara pemecahan yang tepat bagi tiap masalah..
- f. Pembuatan keputusan yang inkremental pada hakikatnya bersifat perbaikan-perbaikan kecil dan hal ini lebih diarahkan untuk memperbaiki ketidaksempunaan.

2.3.2 Dasar- Dasar Pengambilan Keputusan

Terry,2006 menyebutkan lima dasar (basis) dalam pengambilan keputusan, yaitu:

- a. Intuisi: Pengambilan keputusan berdasarkan intuisi adalah pengambilan keputusan yang berdasarkan perasaan yang sifatnya subyektif. Dalam pengambilan keputusan berdasarkan intusi ini, meski waktu yang digunakan untuk mengambil keputusan relatif pendek, tetapi keputusan yang dihasilkan seringkali relatif kurang baik karena seringkali mengabaikan dasar-dasar pertimbangan lainnya.
- b. Pengalaman: Pengambilan keputusan berdasarkan pengalaman memiliki manfaat bagi pengetahuan praktis, karena dengan pengalaman yang dimiliki seseorang, maka dapat memperkirakan keadaan sesuatu, dapat memperhitungkan untung-ruginya dan baik-buruknya keputusan yang akan dihasilkan.
- c. Wewenang: Pengambilan keputusan berdasarkan wewenang biasanya dilakukan oleh pimpinan terhadap bawahannya, atau oleh orang yang lebih tinggi kedudukannya kepada orang yang lebih rendah kedudukannya. Hasil keputusannya dapat bertahan dalam jangka waktu yang cukup lama dan memiliki otentisitas (otentik), tetapi dapat menimbulkan sifat rutinitas, mengasosiasikan dengan praktek diktatorial dan sering melewati permasalahan yang seharusnya dipecahkan sehingga dapat menimbulkan kekaburan
- d. Fakta: Pengambilan keputusan berdasarkan data dan fakta empiris dapat memberikan keputusan yang sehat, solid dan baik. Dengan fakta, tingkat kepercayaan terhadap pengambil keputusan dapat lebih tinggi, sehingga orang dapat menerima keputusan

yang dibuat itu dengan rela dan lapang dada.

e. Rasional: Pada pengambilan keputusan yang berdasarkan rasio, keputusan yang dihasilkan bersifat objektif, logis, lebih transparan dan konsisten untuk memaksimalkan hasil atau nilai dalam batas kendala tertentu, sehingga dapat dikatakan mendekati kebenaran atau sesuai dengan apa yang diinginkan. Pengambilan keputusan secara rasional ini berlaku sepenuhnya dalam keadaan yang ideal. Pada pengambilan keputusan secara rasional terdapat beberapa hal sebagai berikut:

- Kejelasan masalah: tidak ada keraguan dan keaburan masalah.
- Pengetahuan alternatif: seluruh alternatif diketahui jenisnya dan konsekuensinya.
- Preferensi yang jelas: alternatif bisa diurutkan sesuai kriteria.
- Hasil maksimal: pemilihan alternatif terbaik berdasarkan atas hasil ekonomis yang maksimal.

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Dalam melakukan penelitian, salah satu tahap yang penting adalah membuat desain penelitian. Desain penelitian dapat dianalogikan sebagai sebuah peta jalan bagi peneliti yang menuntun serta menentukan arah berlangsungnya proses penelitian secara benar dan tepat, sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Desain penelitian merupakan rancangan kerja atau *blue print* untuk menjalankan suatu penelitian (Malhotra, 2007). Desain penelitian akan membantu peneliti dalam mengalokasikan sumberdaya yang terbatas dengan menempatkan pilihan-pilihan penting dalam metodologi (Cooper dan Schindler 2006). Tanpa desain yang benar, seseorang tidak akan dapat melakukan penelitian dengan baik, karena yang bersangkutan tidak memiliki arah atau pedoman yang jelas. Desain penelitian ini menjelaskan prosedur penelitian yang diperlukan secara spesifik dan mendalam. Desain penelitian akan memastikan bahwa proyek penelitian yang akan dilaksanakan berjalan dengan efektif dan efisien. Secara umum, desain penelitian diklasifikasikan menjadi dua, yaitu penelitian eksploratif (*exploratory*) dan konklusif (*conclusive*).

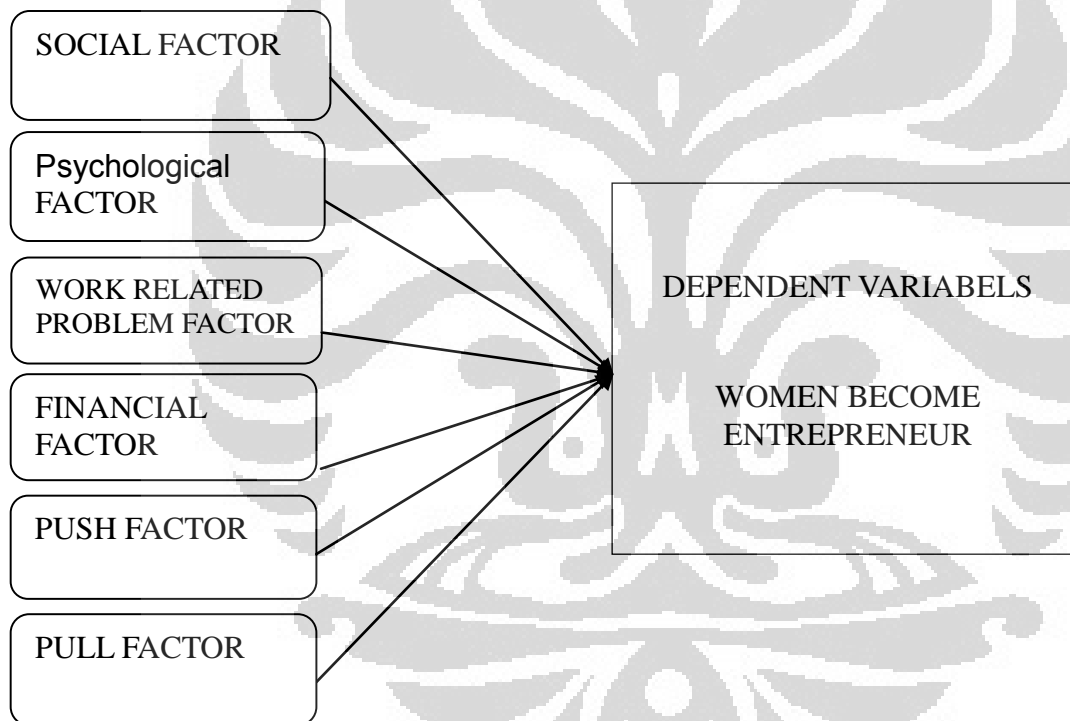
Penelitian eksploratif merupakan penelitian yang memiliki tujuan utama untuk memberikan pemahaman dan pendalaman atas situasi permasalahan yang dihadapi dalam penelitian (Malhotra, 2007). Dalam penelitian ini, penelitian eksploratif dilakukan dengan cara mengumpulkan informasi dari data-data sekunder. Dari hasil penelitian eksploratif ini, dapat dikembangkan hipotesis-hipotesis yang memungkinkan.

Penelitian konklusif merupakan langkah lanjut dari penelitian eksploratif. Penelitian konklusif biasanya lebih formal dan terstruktur dibandingkan penelitian eksploratif, di mana data didapat dari sejumlah besar responden dan dianalisis secara kuantitatif (Malhotra, 2007). Penelitian konklusif terbagi lagi menjadi penelitian deskriptif (*descriptive*) dan kausal (*causal*). Namun yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif dilakukan dengan formulasi sejumlah hipotesis spesifik dengan suatu rancangan yang terstruktur. Pada penelitian ini, penelitian deskriptif dilakukan untuk mengetahui dan menganalisa

pengaruh faktor motivasi terhadap keputusan wanita menjadi wirausaha, Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan sebuah penelitian (Malhotra; 2007)

3.2 Model Penelitian

Ide utama penelitian ini mengacu pada penelitian yang terdapat pada suatu jurnal karangan Jeevan Jyoti. (2011), yang berjudul *Factors affecting orientation and satisfaction of women wirausahas in rural India* Pada model dalam jurnal tersebut, para peneliti memaparkan bahwa banyak faktor yang memotivasi seseorang untuk menjadi seorang wirausaha di India. Adapun model penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 3.1 kerangka penelitian

Sumber : Jeevan Jyoti dalam *Annals of Innovation & Wirausahaship*

Dari model diatas dapat dilihat variable dari faktor dependent yaitu keputusan wanita untuk menjadi wirausaha dipengaruhi oleh faktor-faktor independent, baik dari faktor sosial (*social factor*) , faktor psikologi (*pysichological factor*), faktor keuangan (*finance factor*), faktor terkait permasalahan kerja (*work related problem factor*), faktor pendorong (*push factor*) dan

penarik (*pull factor*) yang ikut mempengaruhi keputusan seseorang untuk menjadi wirausaha. Peneliti ingin melakukan penelitian di Indonesia dengan spesifikasi daerah pada wilayah Depok.

3.3 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan model penelitian yang terdapat pada gambar (3.1). Maka hipotesis dalam penelitian ini dapat diturunkan menjadi:

H-1 Faktor Sosial memiliki pengaruh terhadap motivasi wanita menjadi wirausaha.

H-2 Faktor psikologi memiliki pengaruh terhadap memotivasi wanita menjadi wirausaha.

H-3 Faktor Keuangan memiliki pengaruh terhadap motivasi wanita menjadi wirausaha.

H-4 Faktor terkait permasalahan kerja memiliki pengaruh terhadap motivasi wanita menjadi wirausaha

H-5 Faktor Pendorong memiliki pengaruh terhadap motivasi wanita menjadi wirausaha

H-6 Faktor Penarik memiliki pengaruh terhadap motivasi wanita menjadi wirausaha

3.4 Operasionalisasi Variabel

Disain kuisisioner mengikuti jurnal utama sebagai acuan membuat pertanyaan penelitian untuk setiap variabel-variabel yang ada menggunakan skala likert dengan ukuran lima atribut, sesuai dengan sumber Jeevan Jyoti dalam *Annals of Innovation & Wirausahaship*. Berikut ini adalah deskripsi dan pertanyaan untuk setiap variabel terkait dalam peneliti.

Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel

Variable	Pengertian	Indicator
Faktor social	Faktor-faktor yang memberi motivasi dan dukungan moral dari keluarga dan lingkungan social	-Terciptanya kesejahteraan keluarga -Adanya dukungan dari keluarga -Adanya motivasi dari keluarga
Faktor Psikologi	Faktor-faktor yang menjadiv karakteristik pada diri seseorang.	-adanya tingkat kepuasan dengan berwirausaha -hilangnya rasa takut dan putus asa untuk berwirausaha - meningkatnya harga diri - adanya peningkatan pengetahuan tentang wirausaha
Faktor keuangan	Faktor-faktor yang memberi	-adanya bantuan dari pemerintah

	motivasi dalam hal keuangan dan pengelolaan keuangan	-adanya kemudahan mendapat kredit dari pebankan dan lembaga kredit -adanya pengetahuan dalam pengelolaan keuangan
Faktor terkait permasalahan kerja	Faktor-faktor yang berkaitan dengan lingkungan kerja yang dapat menentukan penyesuaian kebutuhan dan penyelesaian masalah	-adanya kemudahan untuk mendapatkan material-material bahan baku yang dibutuhkan -adanya ketersediaan infrastruktur - tersedianya tenaga kerja yang terampil
Factor pendorong	Faktor-faktor yang disebabkan karena ketidaksesuaiannya yang didapat dengan keinginan seseorang, sehingga mendorongnya untuk mencari kehidupan yang lebih baik dari sebelumnya	-adanya kehidupan yang lebih baik -adanya peningkatan pendapatan
Factor penarik	faktor-faktor yang menyebabkan seseorang berkeinginan untuk menjadi wirausaha .	-adanya kebebasan untuk mengungkapkan ide -adanya kepuasan dalam bekerja
Faktor Y Pengambilan keputusan menjadi wirausaha	Faktor-factor yang memotivasi seseorang untuk menjadi wirausaha	- Adanya ketertarikan untuk menjadi wirausaha - Adanya kesenangan yang tercipta setelah menjadi wirausaha - adanya keinginan untuk mengembangkan usaha

Sumber : Jeevan Jyoti dalam *Annals of Innovation & Wirausahaship*

3.5 Metode Pengumpulan data

Metode Pengumpulan data yang dimaksud dalam penelitian ini adalah prosedur untuk mendapatkan data primer dan data sekunder yang akan digunakan dalam penelitian. Data Primer adalah data yang dikumpulkan, diproses dan dihasilkan sendiri oleh peneliti untuk tujuan tertentu dalam menjawab pertanyaan, sedangkan data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan sebelumnya untuk berbagai tujuan lain.

3.5.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang dihasilkan sendiri oleh peneliti untuk tujuan tertentu yang mengarah pada masalah penelitian (Malhotra,2007). Data Primer pada penelitian ini diperoleh melalui metode kuantitatif,dimana riset kuantitatif digunakan untuk mengukur data dan biasanya menggunakan beberapa bentuk analisis statistik (Malhotra, 2007). Banyak metode yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data primer. Beberapa metode tersebut diantaranya adalah:

- a. Observasi lapangan
- b. Wawancara pribadi
- c. Survei
- d. Interaksi eksperimen lapangan

Dari metode yang telah dijelaskan tersebut, metode survei adalah metode yang akan digunakan dalam penelitian kali ini. Survei adalah salah satu metode yang paling mudah untuk dilakukan dan dapat digunakan untuk mendapatkan sampel yang relatif besar, hasil riset yang diperoleh melalui survei juga akan membuat hasil riset menjadi lebih baik.

Berdasarkan beberapa pertimbangan tersebut maka peneliti memutuskan untuk memilih metode survei dalam pengumpulan data. Dalam penelitian ini metode survei dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang terstruktur.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder digunakan untuk membantu peneliti dalam mengidentifikasi dan mendefinisikan permasalahan, mengembangkan pendekatan terhadap permasalahan, merumuskan desain riset yang tepat, menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis tertentu, dan menginterpretasikan data primer lebih tepat. Pengumpulan data sekunder dilakukan melalui studi pustaka untuk membangun landasan teori yang sesuai dengan permasalahan sehingga dapat menunjang pembahasan masalah yang sedang diteliti. Studi pustaka dilakukan dengan membaca jurnal-jurnal ilmiah internasional, buku referensi dan artikel terkait dengan penelitian kali ini

3.5.3 Desain Kuesioner

Kuesioner merupakan suatu teknik terstruktur dalam pengumpulan data yang terdiri atas sekumpulan pertanyaan, baik lisan maupun tulisan yang dijawab oleh responden (Malhotra, 2007). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian kali ini diisi sendiri oleh para responden. Kelemahan kuesioner yang diisi sendiri oleh responden adalah terletak pada sifat pengisiannya yang satu arah. Pengisian kuesioner kemungkinan akan salah dipahami, atau tidak selesai dan tidak lengkap dalam pengisiannya. Untuk meminimalisir kemungkinan tersebut, peneliti akan menyertakan

paragraf bagian pendahuluan dalam kuesioner untuk menjelaskan maksud dan tujuan dilakukannya survey tersebut.

Diharapkan melalui paragraf pendahuluan tersebut responden dapat merasa terlibat dalam penelitian, sehingga mereka mau dan dapat menjawab pertanyaan dengan jujur dan benar. Item pertanyaan pada kuesioner dirancang untuk dijawab secara tertutup sehingga para responden hanya dapat memilih jawaban yang terdapat pada pilihan jawaban (*close ended questions*). Kuesioner pada penelitian ini juga menggunakan *scaled response questions*, yaitu suatu bentuk pertanyaan yang menggunakan skala dalam mengukur dan mengetahui sikap responden terhadap pertanyaan-pertanyaan di kuesioner.

3.5.3.1 Screening

Bagian pertama pertanyaan dalam kuesioner adalah *screening*. Pertanyaan *screening* bertujuan untuk mengidentifikasi dan mendapatkan responden yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian. Pertanyaan pada bagian pertama ini terdiri atas tiga pertanyaan yaitu, apakah responden berjenis kelamin seorang wanita, apakah responden bertempat tinggal di depok, dan yang terakhir apakah responden seorang wirausaha.

3.5.3.2 Data Demografis

Bagian terakhir dari kuesioner adalah mengenai profil dari responden. Pertanyaan-pertanyaan dalam bagian ini terdiri atas jenis kelamin, usia, dan pendidikan terakhir, pekerjaan terakhir, dan penghasilan dari responden

3.6 Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel merupakan metode dalam menentukan responden yang akan mengisi kuisisioner penelitian. Adapun metode tersebut sebagai berikut :

3.6.1 Target Populasi

Kuisisioner penelitian akan disebarkan kepada wirausaha di wilayah Depok

3.6.2 Sampling Frame

Sampling frame merupakan batasan utama yang ditetapkan untuk menentukan responden yang akan diberikan kuisioner. Adapun sampling frame dalam penelitian kali ini sebagai berikut :

- a. Posisi responden : Responden yang dimaksud merupakan seseorang yang berwirausaha di daerah depok
- b. Golongan usaha : Usaha yang dimiliki atau dijalankan oleh responden merupakan usaha kecil dan menengah UKM yang sesuai dengan criteria didalam UU nomer 20 tahun 2008, dimana kriteria UKM adalah usaha yang memiliki omset dan aset yang telah jelas batasannya.
- c. Domisili atau wilayah usaha : Usaha yang dijalankan responden berlokasi di Depok

3.7 Skala Pengukuran

Pengukuran atau *measurement* adalah pemberian nomer atau simbol lain pada karakteristik dari suatu objek berdasarkan aturan yang telah ditentukan sedangkan scaling atau pen-skalaan adalah pembuatan suatu rangkaian kesatuan dimana objek yang diukur pada lokasinya (Malhotra, 2007). Adapun jenis skala yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

3.7.1 Nominal

Skala pengukuran nominal digunakan untuk mengklasifikasi obyek, individual atau kelompok; sebagai contoh mengklasifikasi jenis kelamin, agama, pekerjaan, dan area geografis. Dalam mengidentifikasi hal-hal di atas digunakan angka-angka sebagai symbol. Apabila kita menggunakan skala pengukuran nominal, maka statistik non-parametrik digunakan untuk menganalisis datanya. Hasil analisis dipresentasikan dalam bentuk persentase. Sebagai contoh kita mengklasifikasi variabel jenis kelamin menjadi sebagai berikut: laki-laki kita beri simbol angka 1 dan wanita angka 2. Kita tidak dapat melakukan operasi arimatika dengan angka-angka tersebut, karena angka-angka tersebut hanya menunjukkan keberadaan atau ketidakadanya karaktersitik tertentu.

3.7.2 Ordinal

Skala pengukuran ordinal memberikan informasi tentang jumlah relatif karakteristik berbeda yang dimiliki oleh obyek atau individu tertentu. Tingkat pengukuran ini mempunyai informasi skala nominal ditambah dengan sarana peringkat relatif tertentu yang memberikan informasi apakah suatu obyek memiliki karakteristik yang lebih atau kurang tetapi bukan berapa banyak kekurangan dan kelebihannya.

3.7.3 Interval

Skala interval mempunyai karakteristik seperti yang dimiliki oleh skala nominal dan ordinal dengan ditambah karakteristik lain, yaitu berupa adanya interval yang tetap. Dengan demikian peneliti dapat melihat besarnya perbedaan karakteristik antara satu individu atau obyek dengan lainnya. Skala pengukuran interval benar-benar merupakan angka. Angka-angka yang digunakan dapat dipergunakan dapat dilakukan operasi aritmatika, misalnya dijumlahkan atau dikalikan. Untuk melakukan analisis, skala pengukuran ini menggunakan statistik parametric.

3.7.4 Ratio

Skala pengukuran ratio mempunyai semua karakteristik yang dipunyai oleh skala nominal, ordinal dan interval dengan kelebihan skala ini mempunyai nilai 0 (nol) empiris absolut. Nilai absolut nol tersebut terjadi pada saat ketidakhadirannya suatu karakteristik yang sedang diukur. Pengukuran ratio biasanya dalam bentuk perbandingan antara satu individu atau obyek tertentu dengan lainnya.

3.8 Pre-testing dan Penyempurnaan Kuesioner

Sebelum penyebaran kuesioner penelitian dalam skala sebenarnya sesuai jumlah yang dibutuhkan dalam pengolahan data penelitian, akan dilakukan *pre-testing* terlebih dahulu untuk mengetahui kelayakan dari kuesioner yang akan disebar. Kelayakan tersebut dapat dilihat dari uji *reliability* dari data yang didapat dari hasil *pre-testing* yang dilakukan.

Pre-testing merupakan uji kuesioner pada sekelompok kecil responden yang bertujuan untuk memperbaiki dan mengembangkan kuesioner dengan mengidentifikasi dan menghilangkan masalah-masalah potensial (Malhotra, 2007). *Pre-testing* ini dilakukan agar masalah yang mungkin dapat terjadi ketika penyebaran kuesioner dalam skala sebenarnya dapat dihindari.

Ukuran sampel yang dibutuhkan untuk *pre-testing* berjumlah kecil, yaitu antara 15 hingga 30 responden, tergantung pada tingkat heterogenitas pada populasi yang ditargetkan (Malhotra, 2007).

Jumlah responden untuk *pre-testing* penelitian ini sendiri berjumlah tepat 30 responden. Langkah selanjutnya setelah dilakukan *pre-testing* adalah mengidentifikasi kekeliruan yang mungkin terjadi dalam kuesioner. Mengidentifikasi ketidaksempurnaan kuesioner dilakukan dengan uji reliabilitas. Apabila hasil uji reliabilitas tidak menunjukkan hasil yang memuaskan maka perlu dilakukan perbaikan dan penyempurnaan kuesioner tersebut, sehingga mencapai tingkat reliabilitas dan validitas yang dikehendaki. Tingkat reliabilitas (*reliability*) dapat didefinisikan sebagai tingkat dimana suatu skala menghasilkan hasil yang konsisten jika pengukuran dilakukan berulang kali (Malhotra, 2007). Pengukuran *reliability* menggunakan tingkat *coefficient alpha* atau *cronbach's alpha*. *Coefficient alpha* bernilai 0.6 atau kurang mengindikasikan konsistensi *reliability* yang kurang memuaskan (Malhotra, 2007). Dengan melihat batas nilai *alpha cronbach's* sebesar 0.6 maka pertanyaan dalam kuesioner dianggap sudah *reliable*, konsisten dan relevan terhadap variabel atau faktor dalam penelitian.

Bila terbukti skala dalam kuesioner ini dapat diandalkan maka hal ini akan meningkatkan kepercayaan terhadap kehandalan hasil penelitian ini (Hair et al., 2006). Perhitungan *Cronbach's Alpha* dalam penelitian ini menggunakan bantuan *software* SPSS. Ketika hasil *pre-testing* sudah *reliable*, maka penelitian dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya dengan ukuran aktual sampel yang lebih besar.

3.9 Metode Analisis Data

Ada beberapa teknik statistic yang dapat digunakan untuk menganalisis data. Tujuan dari analisis data adalah untuk mendapatkan informasi yang relevan yang terkandung di dalam data tersebut dan menggunakan hasil analisis tersebut untuk memecahkan suatu masalah.

3.9.1 Analisis Kuesioner

Pemeriksaan kuesioner merupakan langkah awal pada bagian pengolahan data untuk penelitian kuantitatif. Sebelum melakukan pengolahan data, peneliti terlebih dahulu

melakukan pemeriksaan kuesioner untuk menentukan kuesioner yang layak untuk diproses lebih lanjut. Menurut Malhotra (2007), terdapat beberapa hal yang menyebabkan suatu kuesioner tidak dapat diolah, yaitu:

- a. Jumlah halaman yang diterima responden tidak lengkap
- b. Jumlah halaman yang dikembalikan responden tidak lengkap
- c. Pola jawaban mengindikasikan bahwa responden tidak memahami pertanyaan atau instruksi dalam kuesioner dengan baik
- d. Jawaban responden tidak bervariasi dan cenderung menunjukkan *central tendency* dan memiliki kecenderungan pada satu jawaban saja, Contohnya responden cenderung memilih angka tiga pada pertanyaan yang memiliki skala lima.
- e. Tidak semua pertanyaan diisi oleh responden.
- f. Kuesioner dikembalikan melebihi batas waktu yang ditentukan.

3.9.2 Analisis SPSS

Metode yang akan digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini adalah teknik SPSS (*structural program for social science*) adalah program aplikasi computer untuk menganalisis data statistik. Dengan SPSS kita dapat memakai hamper seluruh tipe file data dan menggunakannya untuk membuat laporan tabulasi, chart, plot dari berbagai distribusi, statistic deskriptif dan analisis statistic yang kompleks

3.9.2.1 Jenis analisis SPSS

- Correlate yang mempunyai submenu:

1. Bivaariate

a. Koefisien korelasi bivariate/product moment Pearson Mengukur keeratan hubungan di antara hasil-hasil pengamatan dari populasi yang mempunyai dua varian (bivariate). Perhitungan ini mensyaratkan bahwa populasi asal sampel mempunyai dua varian dan berdistribusi normal. Korelasi Pearson banyak digunakan untuk mengukur korelasi data interval atau rasio.

b. Korelasi peringkat Spearman (Rank-Spearman) dan Kendall

Lebih mengukur keeratan hubungan antara peringkat-peringkat dibandingkan hasil pengamatan itu sendiri (seperti pada korelasi Pearson).

Perhitungan korelasi ini dapat digunakan untuk menghitung koefisien korelasi pada data ordinal dan penggunaan asosiasi pada statistik non parametrik.

2. Korelasi Parsial (Partial Correlation)

Pembahasan korelasi parsial berhubungan dengan perlunya mempertimbangkan pengaruh atau efek dari variabel lain dalam menghitung korelasi antara dua variabel. Oleh karena itu, dapat dikatakan korelasi parsial mengukur korelasi antar dua variabel dengan mengeluarkan pengaruh dari satu atau beberapa variabel (disebut variabel kontrol).

-Regresi memiliki sub menu:

a. Regresi Sederhana

Analisis regresi digunakan untuk tujuan peramalan, dimana dalam model tersebut ada sebuah variabel dependen (tergantung) dan variabel independen (bebas).

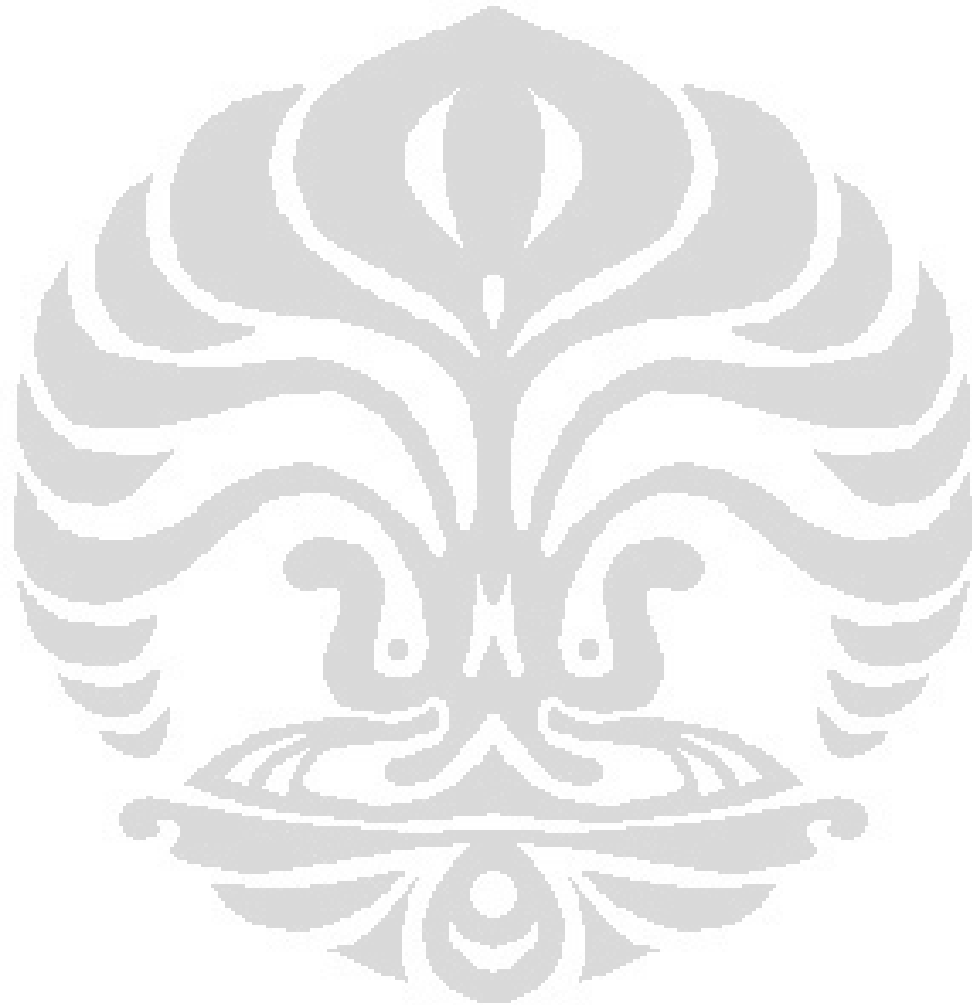
b. Regresi Berganda

Jika pada regresi sederhana hanya ada satu variabel dependen (Y) dan satu variabel independen (X), maka pada kasus regresi berganda, terdapat satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen. Dalam praktek bisnis, regresi berganda justru lebih banyak digunakan, selain karena banyaknya variabel dalam bisnis yang perlu dianalisis bersama, juga pada banyak kasus regresi berganda lebih relevan digunakan. Dalam banyak kasus yang menggunakan regresi berganda, pada umumnya jumlah variabel dependen berkisar dua sampai empat variabel. Walaupun secara teoritis dapat digunakan banyak variabel bebas, namun penggunaan lebih dari tujuh variabel independen dianggap akan tidak efektif.

3.10 Analisis Hasil Pengujian Hipotesis

Setelah pengolahan data dilakukan, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis apakah hipotesis yang telah dibuat sebelumnya didukung oleh data yang telah diperoleh. Data dikatakan mendukung hipotesis apabila nilai-t yang didapat dari hasil pengolahan data ≥ 1.96 karena peneliti menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5%. Karena dalam

penelitian ini terdapat hubungan tidak langsung atau mediasi, maka untuk untuk menguji hipotesisnya dengan melihat angka *indirect effect* yang dimiliki. Berikutnya pembahasan mengenai analisa hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini akan dijelaskan lebih lanjut pada bab empat.



BAB 4

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisoner terhadap sampel yang disesuaikan dengan karakteristik sampelnya. Kuisoner yang digunakan bersifat *close ended question* (pertanyaan tertutup) dimana reponden dapat memilih pilihan yang disediakan pada setiap pertanyaan. Penyebaran dilakukan sebanyak 30 kuisoner digunakan sebagai pre-test dan selanjutnya digunakan sebagai data primer penelitian. Peneliti menyebarkan sekitar 150 kuisoner karena berbagai kendala dan keterbatasan waktu, diantara kuisoner tersebut yang dapat digunakan hanya sebanyak 107 kuisoner, ini dikarenakan adanya

ketidaklolosan proses screening question, adanya pertanyaan variabel yang tidak dijawab, dan tidak lengkapnya jawaban yang diberikan responden. 107 kuisoner yang dianggap valid ini kemudian akan di proses, dianalisa lebih lanjut dan dibahas pada bab ini.

Peneliti melakukan *pre-test* untuk mengetahui apakah petunjuk pengisian, konstruk pertanyaan, dan bagian-bagian penting lainnya dari kuesioner dapat dipahami dan memang secara tepat dapat mewakili tiap variabel yang diuji. *Pre-test* juga digunakan untuk mengurangi potensi masalah yang ditimbulkan dari data awal yang terkumpul. *Pre-test* dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *software* SPSS 17.0, yang hasilnya akan digunakan untuk mengevaluasi kuesioner penelitian untuk selanjutnya disebarkan kembali di lapangan.

4.2 Uji Reliabilitas *Pre-test*

Pada uji reliabilitas ini, peneliti menyebarkan kuesioner *pre-test* kepada 30 orang responden, Hasil *pre-test* ini selanjutnya digunakan untuk uji reliabilitas terhadap variabel-variabel yang ditanyakan untuk mengukur konsistensi internal reliabilitas serta keakuratan dari konstruk pertanyaan pada kuesioner penelitian. Tingkat reliabilitas dari sebuah variabel diukur berdasarkan koefisien *cronbach's alpha* yang dihasilkan, apabila koefisien *alpha* yang dihasilkan berada di atas 0,6 maka pertanyaan di dalam kuesioner dapat dikatakan *reliable* (Malhotra, 2007).

4.3 Uji Reliabilitas

Analisis reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi internal reliabelnya dengan skala pengukuran setiap variabel didalam kuisiонер. Perhitungan uji reliabilitas diambil dari data pre-test diperoleh yakni sebanyak 30 responden. Berikut ini adalah tabel *Alpha Cronbach* pada analisa reliabilitasnya.

Tabel 4.1 Ukuran Reliabilitas Variabel Penelitian Variabel Item Pertanyaan Alpha

Variabel	Item pertanyaan	Alpha Cronbach
Faktor social	3	0.767
Faktor psikologis	4	0.882
Faktor keuangan	3	0.645
Faktor terkait dengan masalah pekerjaan	3	0.884
Faktor pendorong	2	0.844
Faktor penarik	3	0.904
Keputusan Menadi wirausaha	3	0.801

Cronbach

Sumber : Hasil pengolahan data oleh peneliti

Hasil uji reliabilitas diatas menunjukkan nilai yang lebih besar dibandingkan standar yang diberikan oleh Malhotra yakni 0.6, maka dari tabel diatas mempunyai nilai reliabilitas yang tinggi yaitu diatas 0.6 semua, dimana variabel pull factor memiliki nilai skor tertinggi (0.904) dan variabel financial factor memiliki skor terendah (0.645). Hal ini menunjukkan bahwa semua pertanyaan kuisiонер telah memiliki standar konsistensi (*reliable*) yang tinggi sehingga dapat dinyatakan baik untuk melanjutkan penelitian.

4.4 Analisis Data Responden Penelitian

Dari sekitar 150 kuisiонер yang disebarkan, kuisiонер yang kembali sebanyak 120, dan yang dikatakan valid (lengkap pengisian, jelas, sesuai) dan dapat diolah hanya sekitar 107 kuisiонер. Hasil

kuisisioner yang disebarakan diklasifikasikan sebagai berikut :

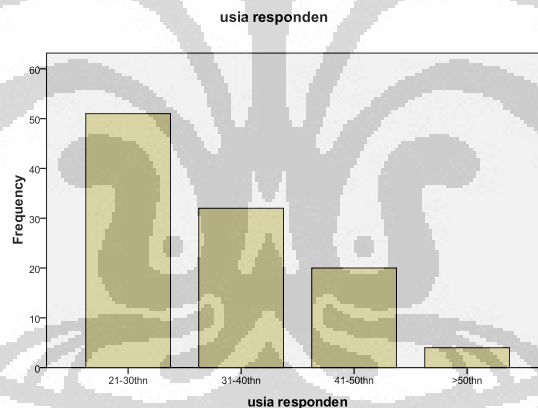
4.4.1. Rentang Usia Responden

Tabel 4.2 Rentang Usia Responden
Rentang Usia Frekuensi Persentase

Rentang Usia	Frekuensi	Persentase
<15 tahun	0	0
15-20 tahun	0	0
21-30 tahun	51	47,7
31- 40 tahun	32	29,9
41- 50 tahun	20	18,7
>50 tahun	4	3,7
Jumlah	107	100

Sumber : Olahan Peneliti

Dari data usia responden diatas dapat digambarkan dalam grafik seperti yang terlihat pada grafik dibawah ini



Gambar 4.1.: Grafik Usia Responden

Sumber : Olahan Peneliti

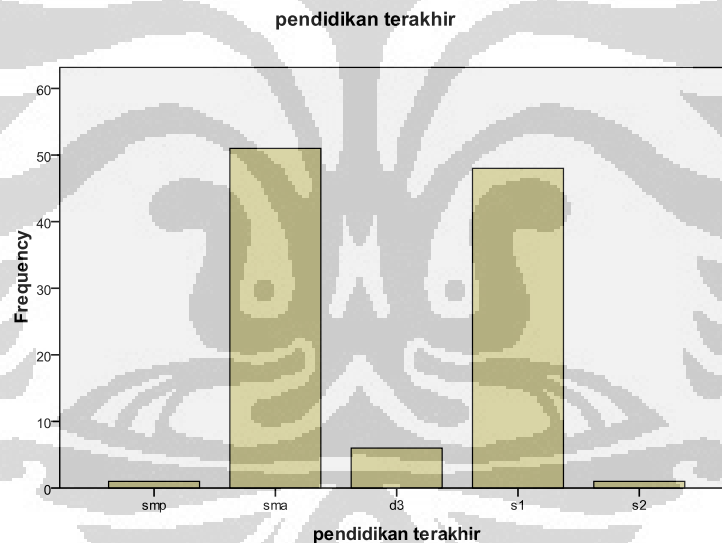
Dari tabel 4.2 diatas dapat kita lihat rentang usia nasabah di dominasi antara usia 21-30 tahun sebanyak 51 responden dengan tingkat persentase sebesar 47.7%, sedangkan pada rentang usia 31-40 sebanyak 32 responden atau sekitar 29.9%, rentang usia 41-50 sebanyak 20 responden sekitar 18.7% dan untuk diatas 50 tahun sebanyak 4 responden atau 3.7%. Hal ini mungkin disebabkan oleh generasi muda yang suka akan kebebasan dalam hal waktu maupun penyampaian ide yang dimiliki .

4.4.2. Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3 Pendidikan Akhir Responden

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SD	0	0
SMP	1	0,9
SMA	51	47,7
D3	32	29,9
S1	20	18,7
S2	4	3,7
S3	0	0
Jumlah	107	100

Sumber : Olahan Peneliti



Gambar 4.2 Grafik Pendidikan Responden

Sumber : Olahan Peneliti

Dari table 4.3 diatas dapat terlihat pendidikan terakhir responden didominasi dengan pendidikan terakhir SMA sebanyak 51 responden dengan tingkat persentase sebanyak 47,7, diikuti tingkat pendidikan S1 sebanyak 20 responden atau 18,7%, sedangkan SMP dan S2 masing-masing 1 responden atau 0,9%, untuk pendidikan D3 sebanyak 32 responden atau 29,9%. Hal ini mungkin disebabkan karena lapangan pekerjaan yang tersedia tidak sebanding dengan jumlah angkatan kerja,

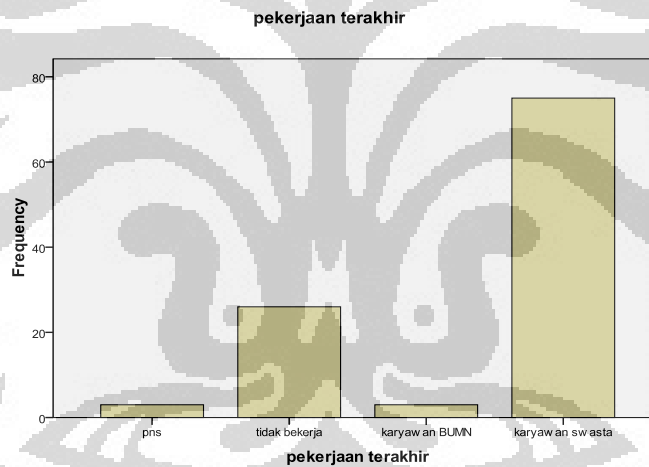
sehingga banyak lulusan SMA dan S1 untuk membuat lapangan pekerjaan dengan cara berwirausaha.

4.4.3. Pekerjaan Terakhir Sebelum Menjadi Wirausaha

Tabel 4.4 Pekerjaan Akhir Responden

Pekerjaan terakhir	Frekuensi	Persentase
PNS	3	2,8
TIDAK BEKERJA	27	25,23
KARYAWANN BUMN	3	2,8
TNI	0	0
KARYAWAN SWASTA	76	71,02
JUMLAH	107	100

Sumber : Olahan Peneliti



Tabel 4.3 Grafik Pekerjaan Terakhir

Sumber : Olahan Peneliti

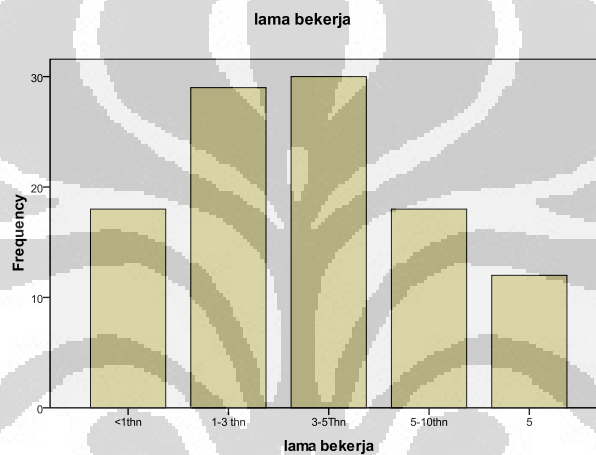
Dari tabel 4.4 diatas dapat kita lihat pekerjaan responden terakhir didominasi oleh karyawan swasta 76 respopnden atau 71.02%, diikuti tidak bekerja sebanyak 27 responden dengan persentase 25.23 dan yang terkecil pekerjaan pns dan BUMN masing-masing 3 responden atau sekitar 2.8% . Hal ini kemungkinan disebabkan keinginan para responden untuk mencari kehidupan yang lebih baik dan kebebasan baik dalam hal waktu dan kebebasan untuk menjalankan ide yang dimiliki

4.4.4 Lama bekerja

Tabel 4.5 Lama Bekerja / Memiliki Usaha

Lama Bekerja/Memiliki Usaha	Frekuensi	Persentase
<1 tahun	18	16,82
1-3 tahun	28	26,17
3-5 tahun	30	28,04
5-10 tahun	19	17,76
>10 tahun	12	11,21
JUMLAH	107	100

Sumber : Olahan Peneliti



Tabel 4.4 Grafik Lama Bekerja

Sumber : Olahan Peneliti

Dalam table 4.5 Responden yang didapat telah bekerja didalam perusahaan skala UKM, atau telah memiliki usaha tersebut (pemilik) selama kurang dari satu tahun sebanyak 18 orang atau 16.82%, 1-3 tahun sebanyak 28 responden atau 26.17% , 3-5 tahun sebanyak 30 respopnden dengan tingkat persentase 28.4 dan untuk 5-10tahun sebanyak 19 respopnden atau 17.76% dan untuk diatas 10 tahun sebanyak 12 responden atau 11.21%.

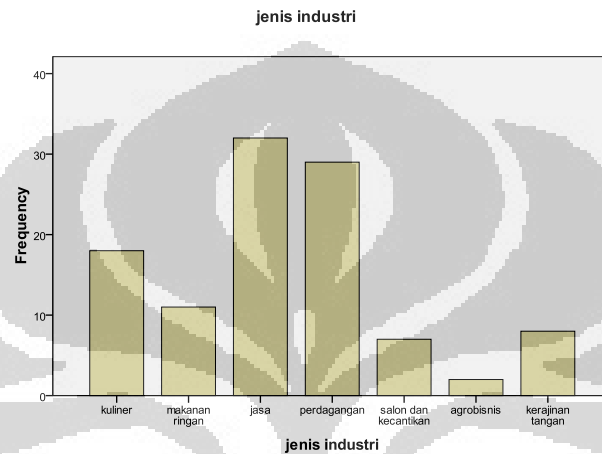
4.4.5 Jenis Usaha yang Dijalankan

Tabel 4.6 Jenis Industri Responden

JENIS INDUSTRI	Frekuensi	Persentase
Kuliner/restoran	18	16,82
Makanan ringan	11	10,32
Jasa	32	30

Perdagangan	29	27,1
Salon dan kecantikan	7	6,54
Agrobisnis	2	1,86
Kerajinan tangan	8	7,47
JUMLAH	107	100

Sumber : Olahan Peneliti



Gambar 4.5 Grafik Jenis Industry Responden

Sumber : Olahan Peneliti

Dari data pada table 4.6 diatas dapat terlihat jenis industri yang dilakukan oleh responden didominasi bergerak dalam industri jasa sebesar 32 responden atau 30%, diikuti industri perdagangan sebanyak 29 orang atau 27.1%, untuk industri kuliner atau makanan 18 responden atau 16.82%, untuk industri makanan ringan 11 responden atau sebesar 10.3%, kerajinan tangan 8 responden atau 7,47%, salon dan kecantikan 7 responden dengan tingkat persentase sedangkan reponden terkecil bergerak dibidang agrobisnis sebanyak 2 responden sebesar 1.86%

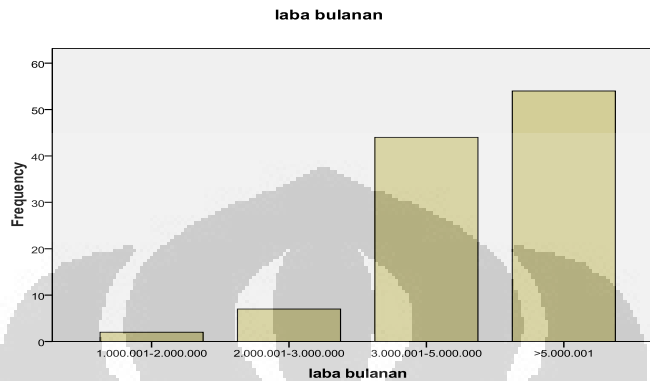
4.4.6. Perkiraan Laba bulanan

Tabel 4.7 Perkiraan Laba bulanan

RENTANG Laba	Frekuensi	Persentase
< Rp. 500.000	0	0
Rp. 500.001-Rp. 1.000.000	0	0
Rp. 1.000.001-Rp. 2.000.000	2	1,9
Rp. 2.000.001-Rp. 3.000.000	7	6,5
Rp. 3000.001-Rp. 5.000.000	44	41,1
>Rp. 5.000.001	54	50,5

JUMLAH	107	100
--------	-----	-----

Sumber : Olahan Peneliti



Gambar 4.6 Grafik Laba Bulanan

Sumber : Olahan Peneliti

Dari tabel 4.7 diatas dapat terlihat laba bulanan yang didapat oleh responden terbanyak berada diatas 5.000.000 perbulannya sebanyak 54 responden atau 50.5%, diikuti range laba antara 3.000.001-5.000.000 sebanyak 44 responden atau 41.1%, 2000.001-3000.000 sebanyak 7responden atau 6.5%, 1000.001-2000.000 sebanyak 2 responden, dan tidak ada responden yang mendapat laba dibawah 1.000.000.

4.5 Uji Validitas

4.5.1 KMO and Bartlett's Test

Tabel 4.8 KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,809
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	394,645
	df	21
	Sig.	,000

Sumber: Olahan Peneliti

Dari hasil analisis diperoleh nilai Kaiser-Meyer-Olkin Measure of sampling adequacy pada kotak KMO dan Bartlett's Test adalah sebesar 0,809. Hasil ini memperlihatkan bahwa instrument ini valid karena nilai KMO telah melebihi dari 0,5. Dilihat dari Bartlett's Test menunjukkan 394,645 dengan nilai signifikansi 0,000 sehingga dapat disimpulkan bahwa

instrument ini telah memenuhi syarat valid.

Table 4.9 Anti Image Matrices

		satisfaction factor	financial factor	work related problem	pull factor	psikology factor	push factor	y
Anti-image Covariance	satisfaction factor	,393	-,186	,064	-,034	-,175	-,033	-,003
	financial factor	-,186	,359	-,204	-,001	-,041	,045	-,023
	work related problem	,064	-,204	,473	,029	-,071	-,166	,009
	pull factor	-,034	-,001	,029	,383	-,045	-,136	-,196
	psikology factor	-,175	-,041	-,071	-,045	,496	,018	-,034
	push factor	-,033	,045	-,166	-,136	,018	,434	-,111
	y	-,003	-,023	,009	-,196	-,034	-,111	,408
Anti-image Correlation	satisfaction factor	,792 ^a	-,494	,149	-,087	-,396	-,080	-,007
	financial factor	-,494	,768 ^a	-,495	-,003	-,096	,113	-,060
	work related problem	,149	-,495	,765 ^a	,069	-,148	-,366	,019
	pull factor	-,087	-,003	,069	,814 ^a	-,103	-,334	-,497
	psikology factor	-,396	-,096	-,148	-,103	,883 ^a	,039	-,076
	push factor	-,080	,113	-,366	-,334	,039	,825 ^a	-,265
	y	-,007	-,060	,019	-,497	-,076	-,265	,832 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Sumber :Olahan Peneliti

Dari table di atas dapat terlihat korelasi dari masing-masing faktor tersebut juga tergolong tinggi (>0,5). Hasil pengujian analisis diketahui bahwa nilai korelasi masing-masing faktor yaitu : faktor kepuasan sebesar 0,792, faktor keuangan sebesar 0,768, faktor psikologis sebesar 0,883, faktor yang berhubungan dengan masalah kerja 0,765, faktor pendorong sebesar 0,825, faktor penarik 0,814. Sehingga berdasarkan hasil pengujian validitas faktor dapat

disimpulkan bahwa semua faktor adalah valid sebagai pembentuk variabel kepemimpinan transformasional

4.5.2 Cross tab

Table 4.10 cross tab antara pendidikan terakhir responden dan jenis industri

		Jenis Industry							Total
		Kuliner	Makanan Ringan	Jasa	Perdagangan	Salon dan Kecantikan	Agrobisnis	Kerajinan tangan	
Pendiidikan Terakhir	SMP	0	0	0	1	0	0	0	1
	SMA	7	6	10	18	4	2	4	51
	D3	1	0	3	1	0	0	1	6
	S1	10	5	19	8	3	0	3	48
	S2	0	0	0	1	0	0	0	1
Total		18	11	32	29	7	2	8	107

Dari table 4.10 diatas dapat terlihat wirausaha yang memiliki pendidikan terakhir pada jenjang SMA, memiliki usaha terbanyak pada bidang perdagangan, diikuti usaha dalam bidang jasa, wirausaha yang berpendidikan terakhir pada jenjang D3 memiliki usaha terbanyak pada bidang jasa untuk S1 memiliki usaha terbanyak pada bidang jasa dan diikuti pada bidang kuliner, dari hasil perhitungan ini dapat diketahui jika para responden dengan jenjang pendidikan yang lebih tinggi lebih banyak yang memilih berwirausaha dalam bidang jasa hal ini mungkin dikarenakan mereka dapat sekaligus mengaplikasikan ilmu yang diterima dalam dunia usaha.

Table 4.11 Cross Tab Antara Lama Usaha Responden Dan Jenis Industri

Lama bekerja * jenis industri Crosstabulation

Count

		Jenis Industry							Total
		Kuliner	Makanan Ringan	Jasa	Perdagangan	Salon dan Kecantikan	Agrobisnis	Kerajinan tangan	
Lama bekerja	<1 thn	18	0	0	0	0	0	0	18
	1-3 thn	0	11	18	0	0	0	0	29
	3-5 thn	0	0	14	16	0	0	0	30
	5-10 thn	0	0	0	13	5	0	0	18
	5 thn	0	0	0	0	2	2	8	12
Total		18	11	32	29	7	2	8	107

Sumber: Olahan Peneliti

Dari table 4.11 di atas dapat terlihat lama usaha kurang dari setahun memiliki usaha di bidang makanan, sedangkan 1-3 tahun memiliki usaha terbanyak dalam bidang jasa, untuk usaha 3-5 tahun memiliki usaha di bidang perdagangan, begitupula 5-10 tahun juga memiliki nilai tertinggi pada bidang perdagangan, sedangkan usaha di atas 10 tahun memiliki usaha terbanyak pada bidang kerajinan tangan.

4.6 Korelasi

Table 4.12 Korelasi pearson

		Sf	Pf	Ff	push	Pull	Wrp	Y
Sf	Pearson Correlation	1	,661**	,700**	,403**	,450**	,439**	,424**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	107	107	107	107	107	107	107
Pf	Pearson Correlation	,661**	1	,584**	,391**	,450**	,472**	,434**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	107	107	107	107	107	107	107
Ff	Pearson Correlation	,700**	,584**	1	,384**	,385**	,646**	,393**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	107	107	107	107	107	107	107
Push	Pearson Correlation	,403**	,391**	,384**	1	,659**	,526**	,640**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	107	107	107	107	107	107	107
Pull	Pearson Correlation	,450**	,450**	,385**	,659**	1	,369**	,734**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	107	107	107	107	107	107	107
Wrp	Pearson Correlation	,439**	,472**	,646**	,526**	,369**	1	,383**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	107	107	107	107	107	107	107
Y	Pearson Correlation	,424**	,434**	,393**	,640**	,734**	,383**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	107	107	107	107	107	107	107

** Corellation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

Sumber: Olahan Peneliti

Dari table 4.12 diatas dapat tergambarakan hubungan antara social factor dengan Psychological factors sebesar 0,661 yang artinya memiliki korelasi yang kuat , hubungan antara social factor dengan financial factors sebesar 0,7 yang artinya memiliki korelasi yang kuat , hubungan antara social factor dengan push factors sebesar 0,403 yang artinya memiliki korelasi yang cukup, hubungan antara social factor dengan pull factors sebesar 0,45 yang artinya memiliki korelasi yang cukup, hubungan antara social factor dengan work related problem factors sebesar 0,439 yang artinya memiliki korelasi yang cukup sedangkan hubungan social factor dengan keputusan menjadi wirausaha memiliki hubungan korelasi sebesar 0,424 yang artinya memiliki korelasi yang cukup

Dari table 4.12 di atas dapat tergambarakan hubungan antara Psychological factors dengan financial factors sebesar 0,584 yang artinya memiliki korelasi yang kuat , hubungan antara Psychological dengan push factors sebesar 0,392 yang artinya memiliki korelasi yang cukup, hubungan antara Psychological factor dengan pull factors sebesar 0,45 yang artinya memiliki korelasi yang cukup, hubungan antara social factor dengan work related problem

factors sebesar 0,472 yang artinya memiliki korelasi yang cukup sedangkan hubungan psychological factor dengan keputusan menjadi wirausaha memiliki hubungan korelasi sebesar 0,434 yang artinya memiliki korelasi yang cukup

Dari table 4.12 di atas dapat tergambar hubungan antara financial factors dengan push factors sebesar 0,384 yang artinya memiliki korelasi yang cukup, hubungan antara financial factor dengan pull factors sebesar 0,385 yang artinya memiliki korelasi yang cukup, hubungan antara financial factor dengan work related problem factors sebesar 0,646 yang artinya memiliki korelasi yang kuat sedangkan hubungan financial factor dengan keputusan menjadi wirausaha memiliki hubungan korelasi sebesar 0,393 yang artinya memiliki korelasi yang cukup

Dari tabel 4.12 di atas dapat kita lihat hubungan antara push factor dengan pull factors sebesar 0,659 yang artinya memiliki korelasi yang kuat, hubungan antara push factor dengan work related problem factors sebesar 0,526 yang artinya memiliki korelasi yang kuat, hubungan antara sedangkannya hubungan push factor dengan keputusan menjadi wirausaha memiliki hubungan korelasi sebesar 0,646 yang artinya memiliki korelasi yang kuat

Dari table 4.12 diatas pun dapat terlihat hubungan antara pull factor dan work related problem sebesar 0,369 yang artinya memiliki hubungan yang cukup kuat, dan hubungan yang sangat kuat adalah pull factor dengan keputusan menjadi wirausaha yang memiliki korelasi 0,734 sedangkan hubungan antara keputusan menjadi wirausaha dengan work related problem hanya sebesar 0,383 yang memiliki arti korelasi yang terjadi cukup

Dari table 4.12 dapat terlihat nilai signifikan yang dimiliki masing-masing variable sebesar 0,00, dimana jika angka signifikansi hasil riset $<0,05$ maka hubungan antar variable signifikan yang artinya hubungan antar variable yang di teliti saling signifikan antara satu sama lain.

4.7 Regresi Berganda

Table 4.13 Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,769 ^a	,592	,567	,27575

a. Predictors : (Constant), push factor, financial factor, psychology factor, pull factor, work related problem, satisfaction factor

b. Dependent Variable: y

Sumber : Olahan Peneliti

Korelasi antara hubungan variable independen dengan variable dependen memiliki nilai korelasi yang kuat sebesar 0,769 sedangkan Koefisien determinasi yang berfungsi untuk mengetahui besarnya persentase variable tergantung yang dapat diprediksi dengan menggunakan variable bebas, pada table di atas besarnya koefisien determinasi pada motivasi factor sebesar 0,59 atau sama dengan 59%, angka tersebut berarti pengaruh factor independent terhadap keputusan menjadi wirausaha sebesar 59% sedangkan sisanya 41% dipengaruhi oleh factor lain diluar model regresi ini.

Dari table diatas dapat terlihat R square yang dihasilkan sebesar 0,592 yang artinya hubungan antara variable independent dan dependent memiliki hubungan yang kuat dan besarnya standar error of the estimate (SEE) adalah 0,27575 jika angka tersebut dibandingkan dengan standar deviasi(SD) sebesar 0,4maka menunjukkan SEE lebih kecil dari SD yang artinya dapat dijadikan angka predictor

Table 4.14 Uji ANOVA Factor-Faktor Yang Memotivasi Menjadi Wirausaha
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1.	Regression	11,002	6	1,837	24,159	,000 ^a
	Residual	7,604	100	,076		
	Total	18,625	106			

a. Predictors : (Constant), push factor, financial factor, psikology factor, pull factor, work related.

b. Dependen Variabel Y F

Sumber: Olahan Peneliti

Uji ANOVA menghasilkan nilai F sebesar 24,159 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,00 karena angka probabilitas $0,00 < 0,005$, maka model ini sudah layak untuk digunakan dalam memprediksi variable dependent dan independent problem, satisfaction.

Tabel 4.15 Koefisien Factor-Factor Yang Memotivasi Menjadi Entrepreneur

Coefficient^a

Model	Unstandardized Coefficients		Unstandardized Coefficients		Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta	t		Lower Bound	Upper Bound
1. (Constant)	,551	,383		1,438	,154	-,209	1,311
Satisfaction factor	,007	,102	,007	,067	,947	-,196	,210
Financial factor	,084	,139	,064	,601	,549	-,193	,360
Work related problem	-,020	,104	-,018	-,194	,846	-,227	,187
Pull factor	,486	,085	,513	5,722	,000	,318	,655
Psikology factor	,070	,092	,069	,763	,447	-,113	,254
Push factor	,247	,090	,257	2,745	,007	,068	,425

Sumber : Olahan Peneliti

Dari table 4.15 dapat digambarkan persamaan regresi untuk mengetahui angka konstan, dan uji hipotesis signifikansi koefisien regresi:

$$Y = a + b x$$

a= angka konstan dari unstandardized coefficient, dimana dalam penelitian ini sebesar 0,551 yang berarti setiap penambahan satu orang untuk menjadi wirausaha maka terjadi penambahan motivasi sebesar 0,551

b= angka koefisien regresi, yang memiliki arti setiap penambahan seseorang memutuskan menjadi wirausaha maka terjadi penambahan yang berbeda-beda pada tiap faktor

Oleh karena itu persamaan sosial faktor menjadi

$$Y = 0,551 + 0,007X$$

Dimana dengan penambahan satu orang memutuskan untuk menjadi wirausaha terjadi penambahan 0,007 dari motivasi sosial faktor

Persamaan faktor keuangan menjadi

$$Y = 0,551 + 0,084X$$

Dimana dengan penambahan satu orang memutuskan untuk menjadi wirausaha terjadi penambahan 0,084 dari motivasi factor keuangan

Persamaan faktor psikologi menjadi

$$Y = 0,551 + 0,486X$$

Dimana dengan penambahan satu orang memutuskan untuk menjadi wirausaha terjadi penambahan 0,486 dari motivasi factor psikologis

Persamaan faktor terkait masalah pekerjaan menjadi

$$Y=0,551+(-0,2)X$$

Dimana dengan penambahan satu orang memutuskan untuk menjadi wirausaha terjadi penurunan -0,2 dari motivasi factor yang terkait masalah pekerjaan

Persamaan faktor penarik menjadi

$$Y=0,551+0,84X$$

Dimana dengan penambahan satu orang memutuskan untuk menjadi wirausaha terjadi penambahan 0,84 dari motivasi faktor penarik

Persamaan faktor pendorong menjadi

$$Y=0,551+0,247X$$

Dimana dengan penambahan satu orang memutuskan untuk menjadi wirausaha terjadi penambahan 0,247 dari motivasi factor pendorong

Selain itu dari table diatas digunakan untuk melakukan uji T yang digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dan variable- variable independent, jika t hitung>t table maka ini berarti koefisien regresi signifikan. Pada data tersebut t table=1,98397(hasil dari table)

Dari table dapat terlihat nilai variable yang signifikan karena memiliki nilai lebih besar dari t table yaitu pull factor dan push factor sebesar 5,722 dan 2,745 sedangkan variable lainnya memiliki nilai t lebih rendah.

4.8 Deskripsi Faktor Penarik

4.16. Tabel Deskripsi Faktor-Faktor Penarik

		Statistics		
		Pull 1	Pull 2	Pull 3
N	Valid	107	107	107
	Missing	0	0	0
Mean		4,30	4,329	4,30
Median		4,00	4,00	4,00
Std. Deviation		,480	,476	,518
Percentiles	25	4,00	4,00	4,00
	50	4,00	4,00	4,00
	75	5,00	5,00	5,00

Sumber : Olahan Peneliti

Pada variable pull 1 dimana Motivasi wanita untuk menjadi wirausaha karena memiliki kebebasan baik dalam hal waktu dan mengungkapkan ide-ide dan motivasi pull 3 karena merasa tertantang dengan usahanya, memiliki persentase yang sama besar dalam mendominasi signifikansi variable penarik terhadap keputusan wanita untuk menjadi wirausaha, diikuti oleh motivasi karena mendapatkan kepuasan.

Faktor pull1 dan pull3 lebih mendominasi dikarenakan sebagian besar responden adalah karyawan perkantoran yang memiliki jadwal kerja yang terikat sehingga sulit mengatur waktu untuk keluarga sehingga wanita memilih untuk beralih profesi dimana wanita tersebut memiliki kebebasan waktu dan lebih dapat mengungkapkan ide-ide selain faktor kebebasan wanita juga lebih termotivasi karena merasa tertantang untuk menjalankan usahanya kearah yang lebih maju.

Sedangkan indikator yang ke 2 tidak terlalu mendominasi karena mendapatkan kepuasan baru dapat dirasakan setelah menjalani usaha tersebut apakah mendapatkan kepuasan atau tidak jadi jika seseorang yang belum menjadi wirausaha lalu tertarik untuk menjadi wirausaha lebih dimotivasi oleh kisah-kisah kepuasan para wirausaha.

4.9 Deskripsi faktor Pendorong

Tabel 4.17 Tabel Deskripsi Fakor-Faktor Motivasi Pendorong
Statistics

		Pull 1	Pull 2
N	Valid	107	107
	Missing	0	0
Mean		4,23	4,26
Median		4,00	4,00
Std. Deviation		,487	,462
Percentiles	25	4,00	4,00
	50	4,00	4,00
	75	5,00	5,00

Sumber : Olahan Peneliti

Dari table diatas dapat terlihat indikator yang mendominasi signifikansi faktor pendorong adalah push2 dimana wanita lebih dimotivasi menjadi wirausaha karena keinginan mencari kehidupan yang lebih baik diikuti oleh motivasi untuk memiliki penghasilan yang lebih tinggi.

Penyebab wanita lebih termotivasi keinginan mencari kehidupan yang lebih baik dibandingkan penghasilan yang lebih tinggi. Hal ini dikarenakan responden yang diteliti 25,23% adalah wanita yang sebelumnya tidak bekerja dan termotivasi untuk mencari penghasilan agar mendapat kehidupan yang lebih baik dari pada hanya di rumah saja. Selain mendapat penghasilan tambahan dengan berwirausaha seorang wanita tetap dapat mengurus keluarga mereka.

4.10 Pembahasan

Dari data temuan diatas , dapat dijelaskan bahwa wanita yang memutuskan menjadi wirausaha di Depok lebih signifikan dimotivasi oleh faktor pendorong dan faktor penarik.

Dilihat dari hasil observasi pada faktor penarik yang memiliki tingkat signifikan sebesar 0,000 dimana dari beberapa indikator faktor penarik yang ada yang berperan lebih besar sebagai motivasi wanita untuk menjadi wirausaha adalah responden lebih memiliki kebebasan dalam hal ini kebebasan baik dari waktu yang dimiliki maupun kebebasan dalam menuangkan segala ide yang dimiliki, hal ini terjadi karena 71,02 % responden sebelumnya bekerja sebagai karyawan perusahaan yang memiliki jadwal kerja yang terikat sehingga sulit untuk mengatur waktu yang dimilikinya, terlebih setelah mereka telah berkeluarga maka wanita tersebut tidak hanya membutuhkan waktu untuk dirinya dan pekerjaannya saja tetapi waktu untuk keluarga juga menjadi hal yang penting.

Untuk itu responden yang diteliti memilih untuk beralih profesi menjadi wirausaha yang memiliki kebebasan waktu untuk tetap mengurus keluarga dan juga usahanya sehingga wanita tersebut tetap memiliki penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Selain karena termotivasi oleh kebebasan waktu, mereka juga merasa lebih tertantang untuk menjalankan usahanya sendiri untuk sehingga mereka juga termotivasi untuk mendapatkan kepuasan dari kegiatan wirausaha yang dilakukan.

Faktor pendorong juga merupakan faktor yang ikut memotivasi wanita di Depok untuk menjadi wirausaha dengan tingkat signifikan sebesar 0,007

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan wanita lebih termotivasi untuk menjadi wirausaha untuk mendapatkan kehidupan yang lebih baik. hal ini karena 25,23% responden yang diteliti sebelumnya belum pernah bekerja. Dengan demikian maka para responden tersebut belum memiliki pengalaman dan 47,7% adalah lulusan SMA tentu akan menyulitkan para wanita

yang belum memiliki pengalaman dan berijazah SMA untuk mendapatkan pekerjaan, karena perusahaan akan selektif mungkin merekrut karyawannya.

Ketidakmampuan para responden untuk bersaing dalam pasar tenaga kerja tetapi kebutuhan keluarga terus meningkat maka akan timbul dorongan untuk memiliki kehidupan yang lebih baik, sehingga mereka memilih untuk berprofesi sebagai wirausaha. Dari hasil penelitian yang dilakukan pada responden 18 dari 51 responden dengan pendidikan terakhir SMA memiliki usaha dalam bidang perdagangan.

Tidak semua responden yang termotivasi oleh pendorong adalah wanita yang tidak bekerja, adapula wanita yang telah bekerja di kantor tetapi merasa penghasilan yang didapatkan tidak sebanding dengan pengorbanan yang telah dilakukan, sehingga mereka memilih untuk beralih profesi sebagai wirausaha yang dapat memberikan penghasilan yang lebih baik dari penghasilan sebelumnya atau minimal penghasilan yang didapatnya sebanding dengan pengorbanan yang telah dilakukan.

Selain dari hasil penelitian, hal ini sesuai dengan pendapat dari Gilad dan Levine (1986) yang telah disinggung pada landasan teori di atas dimana individu didorong ke dalam kepengusahaan oleh dorongan negative dari luar dan tertarik pada aktifitas yang berkaitan dengan pengusaha untuk mencari kebebasan, pemenuhan diri sendiri, kesejahteraan, dan hasil – hasil lain yang diinginkan.

Dari hasil penelitian bahwa variable factor kepuasan, tidak signifikan untuk memotivasi responden untuk menjadi wirausaha hal ini dapat terlihat dari jawaban kuesioner responden bahwa mereka kurang mendapatkan dukungan dan motivasi dari keluarga, mungkin hal ini dikarenakan masyarakat yang masih memiliki pemikiran wirausaha bukan suatu pekerjaan yang membanggakan.

Sama halnya dengan faktor sosial, faktor keuangan pun tidak signifikan untuk memotivasi responden untuk menjadi wirausaha, hal ini dapat terlihat dari jawaban kuesioner bahwa mereka tidak mendapat bantuan dari pemerintah karena syarat pengajuan kredit sulit bagi wirausaha kecil.

Faktor psikologis juga tidak memiliki signifikansi dalam memotivasi responden untuk menjadi wirausaha, hal ini mungkin dikarenakan secara psikologis masih ada rasa khawatir kalau usaha yang dijalankan tidak dapat berjalan.

Faktor yang terkait masalah pekerjaan juga tidak signifikan untuk memotivasi wanita

yang berada di Depok hal ini mungkin dikarenakan di Depok para wanita masih merasa bahan baku masih sulit untuk didapatkan dan infrastruktur untuk menunjang usaha juga belum dapat optimal.

Dari faktor-faktor yang tidak signifikan diatas wanita di Depok menjalankan UKM mungkin dikarenakan hanya untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan kerja baik secara biologis maupun fisikis untuk mempertahankan hidupnya seperti teori yang di ungkapkan oleh maslow sehingga tidak memotivasi wanita tersebut untuk menjadi wirausaha dan mengembangkan usaha yang dijalankannya

Selain itu dari hasil wawancara langsung kepada para responden mereka lebih dimotivasi oleh kondisi pekerjaan sebelum menjadi wirausaha dimana tidak adanya kebebasan dari segi waktu yang menyilitkan mereka untuk membagi waktu dengan keluarga sehingga mereka memilih untuk mencari alternative pekerjaan lain. Selain dari factor individunya ada juga factor dari perusahaan tempat dimana mereka akan lebih memilih untuk mempekerjakan wanita yang belum berkeluarga sehingga wanita yang tidak memiliki pekerjaan harus memilih untuk beralih menjadi wirausaha untuk membantu kehidupan financial keluarga.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data yang telah dibahas dalam bab sebelumnya, peneliti mendapatkan hasil berupa kesimpulan untuk menjawab permasalahan penelitian. Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah:

1. Faktor Pendorong berpengaruh positif untuk memotivasi wanita untuk menjadi wirausaha. Hal yang menyebabkan faktor pendorong berpengaruh positif untuk memotivasi seseorang menjadi wirausaha dikarenakan individu didorong ke dalam wirausaha oleh dorongan negatif dari luar, seperti ketidakpuasan dalam bekerja, kesulitan dalam menemukan pekerjaan, dan gaji yang tidak memuaskan.
2. Faktor penarik berpengaruh positif untuk memotivasi wanita untuk menjadi wirausaha. Hal yang menyebabkan faktor penarik berpengaruh positif untuk memotivasi seseorang menjadi wirausaha dikarenakan individu ditarik kedalam aktifitas yang berkaitan dengan pengusaha dalam pencarian kebebasan, pemenuhan diri sendiri, kesejahteraan, dan hasil – hasil lain yang diinginkan.

5.2 Implikasi Managerial

Dari hasil yang didapatkan didalam penelitian, peneliti menemukan bahwa faktor penarik dan faktor pendorong memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap keputusan wanita untuk menjadi wirausaha.

5.2.1 Saran managerial untuk para wirausaha

Untuk menjaga semangat berwirausaha, para wirausaha di sarankan untuk mengikuti komunitas-komunitas wirausaha, selain menambah semangat wirausaha dengan mengikuti acara ini diharapkan para pengusaha dapat

membangun koneksi selain mendapat banyak informasi dapat juga menjadi tempat untuk promosi antar sesama anggota

Melakukan penularan motivasi kepada para bawahan agar ikut terinspirasi menjadi wirausaha selain dapat memperluas usaha yang dimiliki dapat juga bawahan-bawahannya membuat inovasi dan ide-ide kreatif

5.2.2 Saran untuk Pemerintah

Dukungan dari pemerintah ikut berperan dalam peningkatan wirausaha. Maka pihak pemerintah khususnya pemerintah kota Depok seharusnya menentukan kebijakan untuk mendukung pengembangan wirausaha dengan program pemberdayaan wanita, sebaiknya memperhatikan hal-hal berikut:

a. Pelatihan

Pertumbuhan wirausaha yang lambat di Indonesia karena kurang dapat bersaingnya barang-barang UKM terhadap barang luar negeri maka pemerintah perlu meningkatkan pelatihan bagi UKM baik dalam aspek kewiraswastaan, manajemen, administrasi dan pengetahuan serta keterampilannya dalam pengembangan usahanya selain itu dapat memberikan gambaran dan manfaat menjadi wirausaha.

b. Seminar

Kurangnya minat masyarakat menjadi wirausaha disebabkan kurangnya pemahaman masyarakat tentang wirausaha, oleh karena itu pemerintah perlu mengadakan seminar yang dapat menginformasikan kepada masyarakat tentang keuntungan menjadi wirausaha missal tentang kebebasan baik dalam hal waktu, ide, lebih menantang, dan penghasilan yang di dapat juga lebih besar.

5.2.3 Saran untuk penelitian selanjutnya

Dalam penelitian ini ke empat faktor tidak memiliki signifikansi terhadap keputusan wanita menjadi wirausaha, oleh karena itu peneliti menyarankan untuk:

- a. Menambah jumlah responden penelitian, agar mendapat keterwakilan data yang lebih baik
- b. Mengganti objek penelitian untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan di wilayah lain.

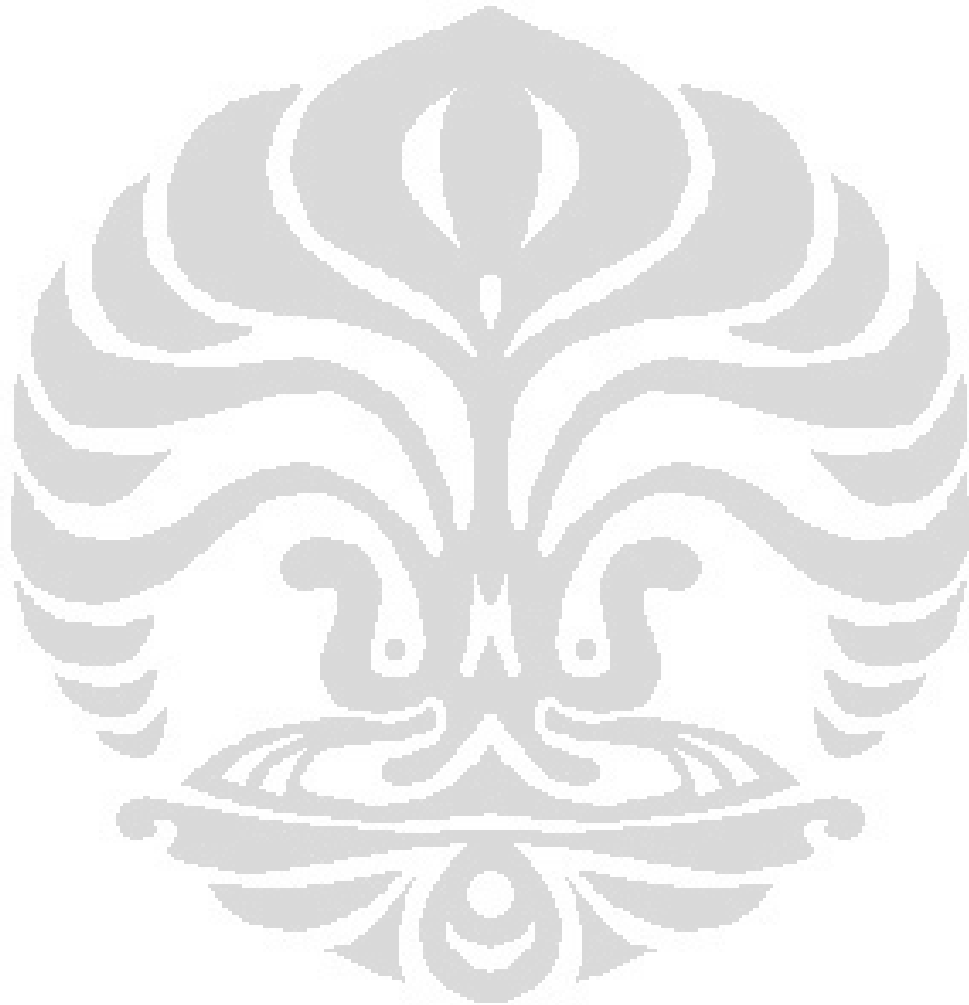
5.3 Keterbatasan Penelitian

Jumlah responden penelitian yang relatif kecil dan hanya mampu memenuhi batas minimum responden. Selain itu karena keterbatasan waktu penelitian maka kurang beragamnya jenis usaha responden, sehingga kurang dapat mewakili semua jenis usaha responden

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. A., & Bakar, M. I. H. (2000). *Small and medium enterprises in Asian Pacific countries*. Huntington, NY: Nova Science.
- Adi Tama, Angka. 2010. *Analisis Faktor – Faktor Yang Memotivasi Mahasiswa Berkeinginan Menjadi Entrepreneur di Strata 1 Fakultas Ekonomi UNDIP*. Semarang: Skripsi Fakultas Ekonomi UNDIP.
- As'ad, Moh, 1998. *Psikologi Industri*. Yogyakarta: Liberty.
- Buchari, Alma. 2003. *Kewirausahaan*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Davis K, Newstrom , J W. 1996. *Perilaku Dalam Organisasi*, Edisi Ketujuh. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Donald F. Kuratko, Richard M. Hodgetts. 2004. *Entrepreneurship: Theory, Process, and Practice*. Edisi ke 6, penerbit清华大学出版社.
- Gilad, B. and P. Levine. 1986, *A behavioral model of entrepreneurial supply*, Journal of Small Business Management 4, 45-53.
- Hagedoorn, John. 1996. *Innovation and entrepreneurship Schumpeter revisited*. Oxford university press
- <http://janetniez.blogspot.com/2009/12/faktor-faktor-yang-mempengaruhi.html>
- <http://astaqauliyah.com/2005/04/teori-teori-pengambilan-keputusan/>
- <http://mahmuddin.wordpress.com/2010/12/15/faktor-faktor-pendorong-kewirausahawan>
- <http://www.scribd.com/doc/51236845/pengambilan-keputusan>
- <http://selalucintaindonesia.wordpress.com/2012/04/11/jenis-pengambilan-keputusan>
- <http://kikoksky.wordpress.com/2012/03/29/proses-pengambilan-keputusan-contoh-kasus>
- Kewirausahaan. (2012, Mei 11). *Wikipedia, Ensiklopedia Bebas*. Diakses pada 22:23, Juni 29, 2012, dari <http://id.wikipedia.org/w/index.php?title=Kewirausahaan&oldid=5494601>
- Kirzner, Israel. 1979. *Perception, Opportunity, and Profit*. Chicago: University of Chicago Press.
- Lupiyoadi , Rambat. (2007). *Entrepreneurship from mindset to strategy*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Malhotra, N.K. (2007). *Marketing research : An applied orientation*. Jakarta: Indeks kelompok gramedia
- McClelland, D. C. 1965. *Toward a theory of motive acquisition*. American Psychologist, 20, 321–333.
- Scott Shane, 2003 *Entrepreneurial motivation*. USA: School of Industrial and Labor Relations Cornell University
- Singih D, Gunarsa. 2003. *psikologi perkembangan anak dan remaja*. Jakarta: gunung mulia
- Suprihanto John, dkk. 2003. *Perilaku Keorganisasianonal*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- Susanto, Adi. 2000. *Kewirausahaan*. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Soemanto, Wasty, 1987. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT Bina Aksara.
- Terry, George R. 2006. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Bumi Aksara

Winardi, J. 2002. *Motivasi dan pemotivasian dalam manajemen*. Jakarta: PT. Raja Grafindo persada.



Factors affecting orientation and satisfaction of women entrepreneurs in rural India

Jeevan Jyoti, Assistant Professor*, Jyoti Sharma, PhD
Research Scholar and Anita Kumari, Research Scholar

Department of Commerce, University of Jammu, Jammu, Jammu and Kashmir, India

In the present era, the women-owned businesses in the form of women entrepreneurs are one of the fastest growing entrepreneurial populations in the India. The objective of the paper is to study the factors that affect women entrepreneurial orientation and their satisfaction. In this regard, the paper explores the affecting variables and their impact on orientation and satisfaction. The proposed model and hypotheses were tested by using the data collected from boutiques, beauty parlors, carpet making units, and general stores in Jammu and Kashmir (India). Univariate, bi-variate, and multi-variate techniques were used for data analysis. In SEM, 13 paths were created for evaluating the cause and effect relationship between different factors viz., social, psychological, financial, push, pull factors, problems, and entrepreneurial orientation and satisfaction. Out of 13 paths eight relationships are significant while five relationships are insignificant in this structural equation. The key finding of the paper is that all factors affect orientation highly as compared to satisfaction. The implications of research findings for researchers and practitioners are discussed and the suggestions have also been provided.

Keywords: *women entrepreneurship; entrepreneurial orientation; satisfaction; rural India; psychological factors*

Received: 25 February 2011; Revised: 4 May 2011; Accepted: 27 May 2011; Published: 12 July 2011

Rurality is viewed as a dynamic entrepreneurial resource that shapes both opportunities and constraints. Location, natural resources, and the landscape, social capital, rural governance, business and social networks, as well as information and communication technologies, exert dynamic and complex influences on entrepreneurial activity in rural areas (Stathopoulou, Demetrios, & Dimitris, 2004). Rural entrepreneurship is a key to economic development in many countries across the globe (OECD, 1998, 2003; UN 2004). It is one of the newest areas of research in the entrepreneurship field and has become one of the significant supportive factors for rural economic development and agribusiness.

The status of women in India has long been paradoxical. They have had access to professions such as medicine, teaching, and politics and have the right to own property. Among some social classes, women are extremely powerful. Women have been taking increasing interest in recent years in income generating activities, self-employment, and entrepreneurship. This is seen in respect of all kinds of women both in urban and rural areas

(Rajani, 2008). Women are taking up both traditional activities (knitting, pickle making, toy making, jam and jelly), and also non-traditional activities (like computer training, catering services, beauty parlor, gym. etc.).

The economic, social, religious, cultural, and psychological factors affect origination and success of women entrepreneurs (Habib, Roni, & Haque, 2005). The reasons and motivations for starting business or economic activities by the rural women are enormous. The important reasons are earning money or attractive source of income, enjoying better life, availability of loans, favorable government policy, influence of success stories, personal satisfaction, desire to utilize own skill and talents, unfavorable present working environment, self-employment and employment of others, assurance of career and family security, fulfillment of creative urge of the borrowers' experience in family business, self-confidence, non-ability to find suitable job or work, encouragement and advice of the family members, economic necessity, and so on (Afrin, Islam, & Ahmed 2008).

The paper is organized into different sections: the next section provides a review of past research on factors

affecting entrepreneurial orientation and sets out the hypotheses of the study. The third section entails the research design and methodology. Section four pertains to the results including measurement and the last section is about conclusion, discussion, and strategic implications.

Past research on factors affecting entrepreneurial orientation (EO) and hypotheses building

Entrepreneurial orientation is viewed as an entrepreneurial characteristic that makes the entrepreneurs innovative and growth oriented. It refers to the processes, practices, and decisions that tackle or accept the existing and forthcoming opportunities in a better way. The construct of entrepreneurial orientation consists of three dimensions viz; innovation, risk taking, and pro-activity, which are helpful and contribute positively towards firm performances and makes the entrepreneurs satisfied with overall performance (Covin & Slevin, 1989).

While investigations into the reasons, why women start businesses have been sparse, over the past 20 years a number of studies have examined the reasons as to why men initiate ventures (Birley, Moss, & Saunders, 1987; Cooper, 1981; Dubini, 1988; Scheinberg & MacMillan, 1988; Shane, Kolvereid, & Westhead, 1991; Shapero, 1975). In general, researchers have found that men start their businesses primarily as a result of such ‘pull’ factors as the opportunity to work independently, to have greater control over one’s work, and to earn more money (Shane et al., 1991; Shapero, 1975). There is a lesser influence from such ‘push’ factors as limited advancement opportunities, job frustration, and avoiding an unreasonable boss or unsafe working conditions (Routamaa, Hautala, & Rissanen, 2004). With one exception, in none of these studies were women entrepreneurs addressed separately nor did they constitute more than 10% of the sample. The exception, Shane et al. (1991), studied non-US entrepreneurs, including women, and reported that the male entrepreneurs were most motivated by the need to improve their positions in society for themselves and their families, while the female entrepreneurs were most motivated by the need for achievement. However, the authors cautioned that cultural differences across samples precluded generalizing findings to US entrepreneurs. Larwood and Gattiker’s (1989) study of career paths of men and women provides evidence that women’s careers cannot be well understood by studying the patterns of men.

Hisrich and Brush (1985) researched to find the reasons for starting the business by women entrepreneurs. Most frequently cited were ‘push’ factors of frustration and boredom in their previous jobs, followed by interest in the business, with ‘pull’ factors such as autonomy a distant third. The research by Sullivan, Halbrendt, Wang, & Scannell (1997) found that women see work environments

in large organizations as significantly more hostile and this perception was related to women’s turnover intentions. Thus, ‘push’ factors may be a more important influence for women than for men. Recently, the ‘glass ceiling’– the seemingly impenetrable barrier that prevents female mid-managers from moving up to the executive suite has become the focus of attention for the researchers (Greene, Gatewood, & Carter, 2001). Consistent with the research of Hisrich and Brush (1985), these experienced women who leave the large organization to be become entrepreneurs may be leaving their corporate positions due to the glass ceiling, in effect an organizational push motivator. Some of these key motivational factors are presented in the Table below:

Key motivational factors	
<i>Pull factors</i>	<i>Push factors</i>
Autonomy and independence	Dissatisfaction in the labor market
Personal satisfaction and achievement	Need for greater income redundancy
Dream of being an entrepreneur	Unemployment
Gap in the market	Last resort
Looking for a challenge	
Rejecting stereotypical feminine identities	

Source: <http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1852738>

On the basis of above literature it is hypothesized that

Hyp. 1 Push factors affect entrepreneurial orientation of the women more than the pull factors.

Hyp. 2 Both push and pull factors affect satisfaction of the women entrepreneurs.

Women who try to enter an industry, either in a managerial or entrepreneurial role, are generally exposed to various environmental constraints. Starting and operating business involves considerable risk and effort on the part of the entrepreneur, particularly in the light of highest failure rate. Perhaps, this rate is even higher in the case of women entrepreneurs who have to face not only the usual business problems but also their family problems. This not only limits the scope of their contribution to the industrialization process, but also undermines the productive utilization of an available human resource, that is most needed in our country (Rajani, 2008).

The development of rural entrepreneurship depends on socioeconomic development of the people. Experts opined that the essentials to develop rural entrepreneurship are the development of capabilities of the borrowers.

Once the rural women are self-sufficient, they will be able to initiate their own projects and consequently it will help them to stand on their own feet (Afrin et al., 2008). Much of the research conducted in the 1980s identified business challenges specific to women entrepreneurs and some of the difficulties reported included: obtaining start-up funds, financial management, and development of effective marketing and advertising (Pellegrino & Reece, 1982). The root causes of limited financial success were often attributed to early management practices. A pair of studies examining women's access to capital employed an experimental design methodology to determine whether women faced obstacles in obtaining bank loans. This research found that lending institutions perceived women business owners to be less successful than men (Buttner & Rosen, 1988). Buttner & Rosen (1992) concluded that women were more likely to attribute the denial of a bank loan to gender bias than were men, but there was evidence that some of the differences were based on the gender stereotypes held by the capital providers. Women business owners were also significantly more likely to perceive disrespectful treatment by lending officers (Fabowale, Orser, & Riding, 1995). Institutional arrangements frame not only how many women perceive opportunities and make strategic choices, but also how these women and others view their businesses. Particularly pertinent is how the 'gatekeepers' of resources as well as the power holders, be it in the household and community or at the wider societal levels, have an impact, often subtle or hidden, on the entrepreneurial activity of women (Brush, Bruin, & Welter, 2009). Though women are adept at turning social resources into human and economic resources (Inman, 2000) but only few of them enter into the business arena (Brush et al., 2002). Specifically, Brush and her colleagues (2002) found that a lack of social capital and networks were key reasons why female entrepreneurs had less access to venture capital funding in high-growth industries, thus the next two hypotheses are:

Hyp. 3 Financial factors significantly affect orientation and satisfaction level of the women entrepreneurs.

Hyp. 4 Women entrepreneurs have difficulty in procuring loans.

Entrepreneurs are driven by unique attitudes, needs, and values. These characteristics are thought to drive the entrepreneur to behave in a certain fashion. Several psychological components include the various needs (McClelland, 1961), propensity of risk taking behavior, and personal values (Ferguson & Streib, 1996). According to McClelland's theory, the need for self-achievement is associated with entrepreneurial motivation. A longitudinal study assessed the relationship between psychological characteristics and business organizing activities, using

measures of achievement motivation, locus of control, risk perception, and creativity. The most significant difference between men and women entrepreneurs was found in scores on innovation and achievement/activity (Shaver, Gartner, Gatewood, & Vos, 1996). A surprising finding emerged through an adaptation of Miner's model that allowed for the consideration of attribution styles. These results showed female entrepreneurs and managers were more likely to take risks than their male counterparts. The authors suggested that women may be more willing to accept entrepreneurial risk because they face a more hostile and prejudicial work environment (Bellu, 1993). Based on these and other supporting arguments we hypothesize that:

Hyp. 5 Psychological characteristics influence the orientation and satisfaction of women entrepreneurs.

Hyp. 6 Women entrepreneurs are willing to take business risks.

How a society thinks about entrepreneurship may influence the pool of potential entrepreneurs. The pull between family and work and the multiple other social roles that women play can be seen in how role conflict is experienced – regardless of family structure or time spent at work. This conflict was found to be more prevalent in owners with lower self-esteem or self-worth (Stoner, Hartman, & Arora, 1990). One study found the relationship between time commitment to work and time commitment to family mediated the effect of role demands (Parasuraman, Purohit, Godshalk, & Beutell, 1996). As part of the consideration of these roles, the contribution of both expressive and instrumental support from the spouses was often provided anecdotally (Greene, 1993). In a study of 48 attendees at an entrepreneurship education program, Birley et al. (1987) found that men received support from their spouses in their business enterprises more often than did women. Biggart's (1988) *Charismatic Capitalism* includes many incidences of women involved in direct selling activities, who were required to work around their spouses, rather than receiving support from them. For women entrepreneurs, motherhood or family embeddings will directly influence how the entrepreneurial process unfolds. Family role will influence information networks used to identify the market opportunity. Hence, women with high commitment to family will be less likely to interact in market/financial/industry networks, possibly affecting the growth prospects or even novelty of the venture (Brush et al., 2009). On the basis of above discussion the next hypothesis is:

Hyp. 7 Social support affects the EO and satisfaction of the women entrepreneurs.

Women entrepreneurs have worker-related problems such as labor absenteeism, lack of skilled labor, difficulty in retaining workforce and low productivity of labor

(Ganesan, Kaur, & Maheswari, 2002; Nigam & Sharma 1997). Lack of financial assistance creates problems for purchase raw material and other infrastructural facilities to start their ventures (Starcher, 1996). Thus the next hypothesis is

Hyp. 8 The women entrepreneurs have work-related problems.

The concept of EO refers to the processes, practices, and decision activities leading to new entry or opportunity for an individual/firm (Covin & Slevin, 1989). In the entrepreneurship domain, especially in the case of women entrepreneur, the construct of entrepreneurial orientation was operationalized by Miller (1983) and Covin and Slevin (1989). The individuals with strong entrepreneurial orientations are willing to take on high-risk projects in exchange for potentially high returns and satisfaction at individual level. The firms with weak entrepreneurial orientations are highly risk-averse, non-innovative, and reactive and less satisfied (Miller, 1983). Thus it is hypothesized that:

Hyp. 9 The higher the level of entrepreneurial orientation, the higher is the satisfaction level of the women entrepreneurs.

Research design and methodology

The study is exploratory cum evaluative in nature and following steps were taken to make it accurate and reliable:

Sample selection

This study was conducted in J&K (India). Enterprises taken up for the study were boutiques, beauty parlors, carpet making units, and general stores. The total population arrived at 1,556. To determine the sample size, a pilot survey of 50 respondents, selected conveniently, was conducted to work out the mean and standard deviation in the population with the help of following formula (Mukhopadhyay, 1998, pp. 21–32):

$$1.96 * SD \sqrt{N} - n / n * N = 0.05 * \text{mean.}$$

Where SD = Standard Deviation, N = total population, n = sample population, and mean = sample mean.

Data collection form and generation of scale items

The data collection form was developed as per the guidelines of literature and extensive discussions with experts. The statements of the self-designed schedules were finalized after reviewing the existing literature viz. Nair and Pandey (2006), Mitchell (2004), Ntseane (2004), Mohanty (2004), Ganesan et al. (2002), Kalyani and Chandralekha (2002), Bennett and Dann (2000), Carter (2000), Charumati (1997), Nigam and Sharma (1997), Mukherjee (2006). Likert's 5-point scale (5–1) has been used for measuring attitudes, where 1 stands for strongly disagree, 2 for disagree, 3 for indifferent, 4 for agree, and

5 for strongly disagree. The negative items were reversed during data feeding process. Besides, the demographic profile items, the self-designed schedule comprised of 78 statements under five sections; namely, social factor (10 statements), psychological factor (12 statements), financial and economic factor (14 statements), problems or barriers (21 statements), satisfaction of women entrepreneurs (8 statements), entrepreneurial orientation (20 statements), and entrepreneurial motivation (12 statements).

Results

After determining the mean and standard deviation in the population, the sample size was worked out at 274. However, the figure was rounded to 300 for the purpose of easy calculation. Hence, out of 1,556 women entrepreneurs 300 respondents have been selected for data collection. The selection of entrepreneurs was done on basis of Chit method. Before analyzing the data it has been duly purified and validated with the help of exploratory and confirmatory factor analysis, the result of which are discussed next.

Data purification-exploratory factor analysis

Data collected has been subjected to factor analysis to bring out the important factors affecting women entrepreneurs. The data has been summarized by application of Principal Component Analysis along with Varimax rotation. The reduction of data began from anti-image correlation matrix and statements with values less than 0.50 on the diagonal axis were deleted first. Then communalities were checked and variables with extracted communalities less than 0.5 were deleted. In the last stage, rotated component matrix were inspected and variables with values less than 0.5 and double loading were deleted. The statements with factor loading less than 0.5 and Eigen value less than 1.0 were ignored for the subsequent analysis. Data purification was performed on all six constructs. Ten statements of social factors were reduced to four after three rounds of factor analysis, which converged under one factor explaining about 56% of the total variation (Table 1). Application of factor analysis on psychological factors reduced 12 statements to 4 under one factor with acceptable factor loading values and communalities. About 65% variance is being explained by this construct (Table 1). Financial factor was reduced to four items under one factor, explaining 64% of the total variation. All items have average to good factor loadings and communalities are also above 0.5. The problem construct resulted into six items under one factor with good factor loading values and 72% of the total variation is being explained by this construct. The satisfaction construct was reduced to four items after factor analysis, which explained 67% of the variation. Twenty items of entrepreneurial orientation construct

Table 1. Summary of exploratory factor analysis

Factors	M	SD	FL	Comm	Eigen value	V.E (%)	KMO Value	Alpha value
Social Factor	3.70				2.22	55.5	0.668	0.751
Family welfare	3.74	0.912	0.816	0.667				
Family motivation	3.54	0.813	0.809	0.657				
Moral support of family	3.53	0.747	0.759	0.556				
Society takes my work in good spirit	3.99	0.936	0.549	0.577				
Psychological Factors	3.94				2.58	64.457	0.546	0.832
Urge for learning	3.96	0.596	0.504	0.521				
Not afraid of failures and business risk	3.75	0.983	0.781	0.611				
Do not get discouraged easily	3.95	0.852	0.835	0.697				
High self-esteem	4.10	0.661	0.528	0.535				
Financial Factors	2.57				2.56	64	0.762	0.743
Government support	3.28	1.213	0.737	0.525				
Support of financial agencies/difficulty in procuring loan	2.12	0.910	0.625	0.516				
Financial motivation to start the unit	2.19	0.857	0.515	0.502				
Awareness about loan scheme	2.70	1.189	0.724	0.544				
Work-Related Problems	3.00				4.332	72.2	0.511	0.791
Availability of raw material	3.15	0.872	0.572	0.512				
Demand for the product	3.26	0.765	0.781	0.813				
Infrastructure	3.10	0.732	0.835	0.815				
Warehousing facilities	3.15	0.714	0.894	0.848				
Power supply	2.33	0.899	0.677	0.661				
Skilled workforce	2.69	0.931	0.672	0.633				
Satisfaction	4.04				2.685	67.13	0.609	0.741
Business satisfaction	4.23	0.690	0.773	0.615				
Satisfaction with business earning	4.01	0.744	0.79	0.638				
Satisfied with family support	4.14	0.590	0.665	0.543				
Satisfied with workers	3.79	0.632	0.968	0.939				
Entrepreneurial Orientation	3.72				5.66	78.2	0.611	0.873
Want to achieve status in the society	3.82	0.730	0.789	0.642				
Want to control the events around me	3.45	0.936	0.782	0.631				
Financial independence	4.57	0.528	0.863	0.803				
Self-confidence	3.95	0.601	0.763	0.599				
Determination	3.97	0.781	0.513	0.575				
Independence in decision making	3.80	0.706	0.613	0.513				
Innovative instincts	2.10	1.05	0.523	0.73				
Profitability of business	4.12	0.632	0.836	0.762				
Pull Factors	4.07				3.25	30.61	0.683	0.771
Feel proud to be entrepreneur	4.45	0.670	0.674	0.565				
It gives me satisfaction	3.92	0.590	0.79	0.625				
Freedom to adopt my own approach	4.09	0.623	0.521	0.523				
Confident about my skills and knowledge	3.83	0.533	0.747	0.585				
Push Factors	3.31				2.71	30.11	0.525	0.732
Desire for good life	3.92	0.797	0.713	0.509				
Financial help from government	1.98	1.19	0.756	0.581				
Motivated due to schemes for assistance	2.16	0.868	0.503	0.503				
Attracted by high profit margins	4.18	0.689	0.814	0.663				
Need for greater income	4.30	0.836	0.774	0.601				

were reduced to eight under one factor explaining 78% of the total variance. All items have good factor loadings and communalities (Table 1). Twelve items of entrepreneurial motivation were reduced to nine, which converged under two factors namely, push and pull factors with average to good factor loadings and communalities. About 61% variance is being explained by this construct.

Construct reliability and validity—confirmatory factor analysis

The factors that emerged after exploratory factor analysis were validated through confirmatory factor analysis with the help of AMOS soft ware (16th version). The variables that emerged after exploratory factor analysis (EFA) were used as manifest variables of the respective latent construct. The results revealed that all variables are highly related with their respective latent constructs (Table 2). The variables with standardized regression weight less than 0.5 were deleted (Hair, Anderson, Tatham, & William, 2006). The goodness of fit statistics also gave excellent results as the value of GFI, AGFI, CFI, in all constructs is above nine and value of RMR is less than 0.05 and RMSEA is less 0.08 (Table 3).

Convergent validity assesses the degree to which two measures of the same concept are correlated. High correlations indicate that the scale is measuring its intended concept (Hair, Rolph, Tatham, & Black, 2005). A scale with Bentler-Bonnet coefficient values of 0.90 or above implies strong convergent validity (Bentler & Bonnet, 1980). The Bentler-Bonnet coefficient for all dimensions of scales used in this study are above 0.90 (Table 3), indicating strong convergent validity.

Discriminant validity describes the degree to which the operationalization is not similar to other operationalization. Fornell and Larcker (1981) highlighted the importance of evaluating the discriminant validity of the constructs used. A successful evaluation of discriminant validity shows that a test of a concept is not highly correlated with other tests designed to measure theoretically different concepts. This assessment was done in two ways. First, the diagonal elements of the correlation matrix shown in Table 4 show the square root of the average variance extracted. Each diagonal element of the matrix should be greater than all other entries in the corresponding row and column of which the diagonal element is a part if discriminant validity is sufficient. The results meet this requirement. Second, for good discriminant validity no item should load more highly on another construct than on the construct to which it is supposed to belong (Fey, Yakushev, Park, & Bjorkman, 2009) Since the data fulfill both of these requirements, it is proved that the discriminant validity of the constructs used in is more than adequate.

Reliability

To check the internal consistency in the data collected, the reliability tests viz. Cronbach's Alpha and split half value have been worked out. The split-half reliability of the data has been examined by dividing the respondents into two equal halves. The data collected from women entrepreneurs has proved reliable as mean values of both groups (Group I = 3.37; Group II = 3.46) are above average and there is no significant difference in the mean values of two groups ($F = 0.941, p > 0.05$). Further, Cronbach's alpha value has also proven reliable as value of Cronbach's alpha for all the constructs is above 0.7 (Table 1).

Measurement and analysis

The application of CFA resulted into validation of the constructs used in the study. The explanation of each construct is next.

Social factors (F1)

This factor comprised of four statements and the mean score came to 3.70 (Table 1). About 75% of women entrepreneurs opined that they work for the welfare of the society ($M = 3.99$) as well as they (70%) feel that their business enhanced welfare of their family ($M = 3.74$) also. About 63% of women reflect that they get motivation ($M = 3.54$) and moral support ($M = 3.53$) from their family to start the business. The intensive study of the factor reveals that women entrepreneurs get moral support and encouragement from their family, which acts as a motivator for them to start their business.

Psychological factors (F2)

The average score for satisfying factor has arrived at 3.94 (Table 1). The analysis revealed that 90% of respondents have high self-esteem ($M = 4.10$), as they (78%) have urge for learning ($M = 3.96$). In addition, 75% of women entrepreneurs revealed that they do not get discouraged easily ($M = 3.80$) because they are not afraid of failures ($M = 3.75$). An in-depth study of the factor reveals that women entrepreneurs are satisfied and they are not afraid of failures.

Financial factors (F3)

The factorial mean for financial factors has arrived at 2.57 (Table 1), which is below average on the scale used. About 62% of respondents revealed that there was a lack of financial facilities from government agencies ($M = 2.12$) as the assistance provided by the government and other agencies (53%) is largely on paper ($r = 0.50, \text{Sig.} < 0.01$). Further, 68% of respondents hardly feel motivated due to financial support provided by government ($M = 2.19$). They are also aware about the various loan schemes from time to time ($M = 2.70$). The overall analysis of this factor revealed a lack of support from government and

Table 2. Results of confirmatory factor analysis

Latent construct	Manifest variables	SRW	CR	R ²
Social factors	S2	0.601	7.705***	0.362
	S4	0.747	7.750***	0.558
	S5	0.696	Reference	0.484
	S9	0.523	2.120**	0.253
Psychological factors	P3	0.502	2.347**	0.153
	P5	0.512	Reference	0.252
	P6	0.920	2.988**	0.846
	P7	0.523	3.970**	0.352
Financial factors	f2	0.598	Reference	0.358
	f7	0.561	4.404***	0.213
	f9	0.546	3.779***	0.119
	f15	0.734	4.495***	0.285
Problems	PR1	0.624	5.158***	0.189
	PR2	0.569	2.118*	0.115
	PR3	0.750	Reference	0.530
	PR4	0.990	6.978***	0.980
	PR8	0.547	2.366*	0.120
	PR10	0.558	1.966*	0.192
Pull factors	PL1	0.521	Reference	0.271
	PL3	0.733	5.982***	0.537
	PL4	0.599	6.150***	0.359
	PL5	0.345	4.370***	0.119
Push factors	PL7	0.524	2.134*	0.252
	PL8	0.556	2.531*	0.542
	PL10	0.736	5.231***	0.846
	PL11	0.528	1.99*	0.183
	PL12	0.581	2.13*	0.213
Satisfaction	S1	0.635	Reference	0.403
	S2	0.700	4.474***	0.491
	S3	0.594	4.726***	0.163
	S4	0.501	1.992*	0.128
Entrepreneurial orientation	EO1	0.300	2.812**	0.190
	EO3	0.361	Reference	0.135
	EO4	0.218	2.758**	0.175
	EO8	0.267	2.713**	0.253
	EO11	0.303	2.927**	0.192
	EO12	0.503	3.573***	0.171
	EO18	0.418	3.407***	0.148
	EO19	-0.383	3.076**	0.130

Significance: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$.

non-government agencies to financially support the women entrepreneurs.

Work-related problems (F4)

Mean value of this factor is 3.00 (Table 1). About 78% of women entrepreneurs viewed that shortage of power supply affected their business ($M = 2.33$). About 48% of women entrepreneurs opined that lack of skilled labor is a major problem in running business ($M = 2.69$) followed

by lack of infrastructure facilities ($M = 3.10$) and availability of raw material, storing, and warehousing facility ($M = 3.15$). In addition to all these problems, they (43%) admitted that there is lack of demand for their products in the market ($M = 3.26$), which further adds to their sufferings. The analysis of this factor indicates that the shortage of electricity, skilled labor, scarcity of raw material, lack of infrastructural facilities, shortage of storage and warehousing facilities, and the low demand

Table 3. Summary of goodness of fit

Constructs	Chi square	DF	Chi square/DF	P level	RMR	GFI	AGFI	CFI	RMSEA	Bentler-Bonnet Coefficient
Social	3.762	2	1.881	0.152	0.017	0.994	0.969	0.990	0.054	0.980
Psychological	1.024	2	0.512	0.599	0.008	0.998	0.992	1.000	0.000	0.989
Financial	3.127	2	1.563	0.209	0.024	0.967	0.932	0.986	0.046	0.965
Problems	29.626	9	3.292	0.001	0.044	0.970	0.930	0.930	0.081	0.905
Pull	2.436	2	1.218	0.296	0.008	0.996	0.980	0.997	0.027	0.984
Push	4.923	3	1.641	0.177	0.023	0.993	0.967	0.965	0.046	0.925
Satisfaction	1.364	2	0.682	0.506	0.047	0.998	0.989	1.000	0.000	0.986
Entrepreneurial orientation	27.902	18	1.550	0.064	0.025	0.977	0.954	0.919	0.043	0.901

for their products in the market is an area of concern for women entrepreneurs.

Satisfaction (F5)

The mean value of this factor has arrived at 4.04 (Table 1). About 80% of women entrepreneurs were satisfied with their workers ($M=3.79$) and their earnings from business ($M=4.01$) that helps to enhance their satisfaction from business ($M=4.23$). They (48%) are very satisfied with support provided by their family for running the business ($M=4.14$). Thorough analysis of the factor shows that women entrepreneurs are satisfied with their business earnings and family support.

Entrepreneurial orientation (F6)

Mean value of this factor is 3.72 (Table 1). They are (58%) highly confident of their skills ($M=3.95$) and decision-making capability ($M=3.80$). Innovative ideas help them to run business efficiently, moreover they are also able to have control over the events surrounding the business ($M=3.45$). They feel that being an entrepreneur also gives them high status in the society. Further profitability attracted them toward the business as it gives them financial interdependence ($M=4.12$). The whole analysis of the factor reflect that women entrepreneurs are oriented toward their business success through their self-

confidence, financial interdependence, and determination, which are significant attributes for deciding their success in business.

Pull factors (F7)

It comprised of four statements related to the factors that pulls them to become an entrepreneur. Mean value of this factor is 4.07 (Table 1). About 68% of women entrepreneurs felt proud to be an entrepreneur ($M=4.45$) as it gives them satisfaction ($M=3.92$, $r=0.396$, Sig. <0.01). About 43% of women reflected that they are confident about their skills and knowledge ($M=3.83$) that's why they adopt their own approach to do the business without any intervention from others ($M=4.09$). The whole analysis confirms that being psychologically oriented towards the business makes them more confident and they use their own concepts for running the business.

Push factors (F8)

Factorial mean for push factor has arrived at 3.31 (Table 1). About 70% of respondents were least satisfied with the financial help from government to start the business ($M=1.98$). Besides financial help they get the least motivation from the various government schemes for assistance ($M=2.16$). In spite of these difficulties respondents revealed that they are attracted towards the

Table 4. Discriminant validity and correlation analysis

	Social	Psychological	Financial	Problems	Satisfaction	Entrepreneurial orientation	Pull	Push
Social	546							
Psychological	0.038	0.692						
Financial	0.024	0.049	0.552					
Problems	0.008	0.044	0.049	0.625				
Satisfaction	0.103	0.076	0.109	0.131	549			
Entrepreneurial	0.236	0.300	0.008	0.076	0.136	0.762		
Pull	0.158	0.162	0.059	0.041	0.230	0.473	0.594	
Push	0.000	0.001	0.132	0.101	0.033	0.195	0.047	0.535

*The values on diagonal axis represent Average Variance Extracted and values below diagonal axis are squared correlations.

business due to the high profit margin ($M = 4.18$) and the desire for a good life ($M = 3.92$). The whole aspect of push factors disclose the irresponsible attitude of government to provide financial and motivational assistance to women entrepreneurs; but in spite of that, women's entering into the field of entrepreneurship is due to the desire for good life.

Structural equation modeling (SEM)

Structural Equation Modeling (SEM) is a multivariate technique that seeks to explain the relationship among multiple variables. In the present study, factors affecting entrepreneurial orientation of women in rural India have been assessed by using the structural equation modeling (SEM) through AMOS 15. The results are discussed next.

Thirteen paths were created in the SEM for evaluating the cause and effect relationship between different factors viz., social, psychological, financial, push, pull factors, problems, and entrepreneurial orientation and satisfaction (Fig. 1). The relationships between social factors, psychological factors, financial factors, problems factor, satisfaction, Entrepreneurial orientation, pull factors, and push factors were analyzed using the summated scales (Hair et al., 2006; Jones & Taylor, 2007). All the variables were examined for outliers and other departures from non-normality. No significant outliers were detected. The obtained sample size appeared adequate to test a simultaneous structural model (Hair et al., 2005). Tables 2 and 3 present the standardized values of estimation and the goodness of fit indices. All indices indicated the robustness

of the overall model, with the GFI, CFI, NFI, and AGFI well exceeding 0.9, and the RAMSEA is close to 0.05. However, the statistically significant chi-square (p -value) was expected, due to its sensitivity to large sample size (Bagozzi, Yi, & Phillips 1991). Out of 13 paths, eight relationships are significant while five relationships are insignificant in this structural equation (Table 5).

Exploration of the factor-wise impact of all factors on women entrepreneurial orientation revealed that all factors are accounting for 30% variation. ($R^2 = .300$, Table 5). Pull factor is the most significant predictor ($SRW = 0.405$, Sig. < 0.001) of entrepreneurial orientation followed by psychological factors, social factors, and push factors (Table 5). Though both pull and push factors are affecting entrepreneurial orientation but the quantum of influence exerted by pull factors ($SRW = 0.405$, Sig. < 0.001) is more than that of push factors ($SRW = 0.178$, Sig. < 0.001), hence the first hypothesis stands rejected.

Further exploration of push and pull factors on satisfaction of women entrepreneurs also yielded significant relationship with pull factors ($SRW = 0.197$, Sig. < 0.001) and insignificant relationship with push factors. Hence the second hypothesis that push and pull factors affect entrepreneurial satisfaction is partially accepted.

Finance and related matters deem to exercise influence on orientation as well as satisfaction but the results are not completely in-line as the relationship entrepreneurial orientation is insignificant ($SRW = 0.011$, Sig. > 0.05) but they do affect the satisfaction level of the women

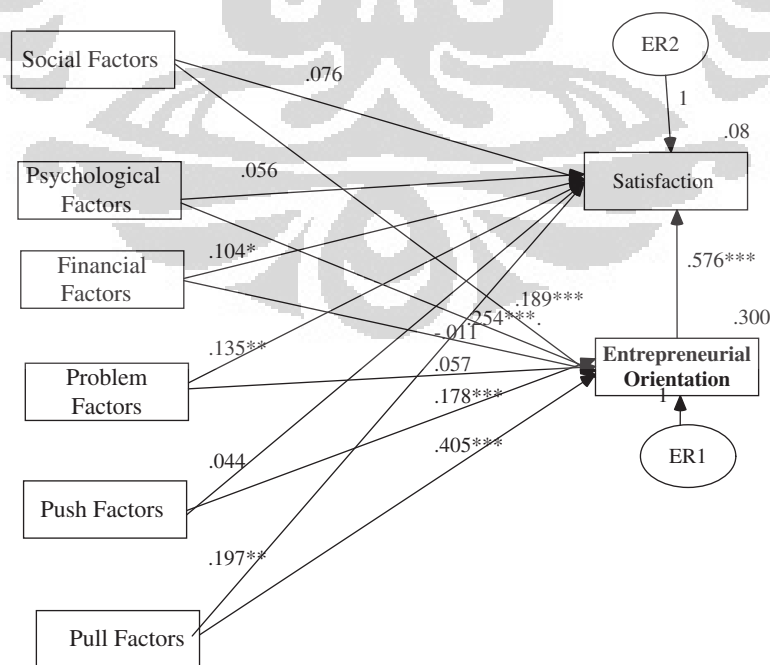


Fig. 1. Factors affecting entrepreneurial orientation and satisfaction. Key: ER 1 = errors of entrepreneurial orientation, ER 2 = error of entrepreneurial satisfaction. Significance: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$.

Table 5. Impact of independent variables on entrepreneurial satisfaction and orientation

Dependent variable	Independent variable	SRW	CR (Sig.)	R ²
Entrepreneurial orientation	Social	0.189	3.911***	0.300
	Psychological	0.254	5.254***	
	Finance	0.011	0.234	
	Problems	0.057	1.176	
	Push	0.178	3.675***	
	Pull	0.405	8.375***	
Entrepreneurial satisfaction	Social	0.076	1.345	0.080
	Psychological	0.056	0.962	
	Finance	0.104	1.99*	
	Problems	0.135	2.431**	
	Push	-0.044	-0.773	
	Pull	0.197	3.198*	

Significance: *sig. <0.05, **sig. <0.01, ***sig. <0.001.

entrepreneurs (SRW = 0.104, Sig. < 0.05). So the third hypothesis that financial factors significantly affect orientation and satisfaction level of the women entrepreneurs is partially accepted.

On the other hand the fourth hypothesis that women entrepreneurs have difficulty in procuring loan stands accepted ($t = 0.761$, Sig. > 0.05) as mean score from this item is also below average ($M = 2.12$).

Psychological characteristics are thought to drive an individual to become an entrepreneur, which stands accepted in this study also (SRW = 0.254, Sig. < 0.001) and women entrepreneurs are also willing to take risks ($t = 0.832$, Sig. > 0.05). Thus the fifth and sixth hypotheses stand to be accepted.

Social support from the family, relatives, and friends affects the orientation (SRW = 0.189, Sig. < 0.001) but its effect on the satisfaction of the women entrepreneurs is insignificant (SRW = 0.076, Sig. > 0.05), thus the seventh hypothesis that social support affects orientation and satisfaction of women entrepreneurs is partially accepted.

The work and work related problems can cause frustration among the entrepreneurs and this study revealed that these don't affect the orientation but certainly affect the satisfaction level of the women entrepreneurs (Table 5). Hence, hypothesis 8 that women entrepreneurs have worker-related problems is also rejected ($t = 2.363$, Sig. < 0.01) as they are moderately satisfied from this aspect of the business ($M = 3.00$).

Strong entrepreneurial orientations motivate an entrepreneur to take projects to gain high returns and personal satisfaction, which has also been proved through this research (SRW = 0.576, Sig. < 0.001). So the ninth hypothesis that higher the level of entrepreneurial orientation higher is the satisfaction level of women entrepreneurs stands accepted.

Conclusion and discussion

In the recent era, the Indian women entrepreneurs are eager to do the business. Women have been taking interest in income generating activities through entrepreneurship. This study examines different factors affecting women entrepreneurial orientation and satisfaction. The results revealed that women who are oriented towards their business have a high level of satisfaction (Covin & Slevin, 1989). The intensity of different factors (positive and negative) like social, psychological, financial, problem, pull, push are the deciding element for orientation and satisfaction of women entrepreneurs. The study further analyzed that the pull factors motivate women entrepreneurs to enter into business field and affect the orientation towards business (not in-line with earlier studies by Humbert & Drew, 1998) and thus they reflect higher satisfaction as compared to women entrepreneurs who are motivated through push factors (Mukherjee, 2006). The study results illustrate the importance of financial factors with regard to satisfaction level of women entrepreneurs. Financial help from the government as well as from their families to support the business affect their satisfaction level but it does not hold good in the case of their orientation because satisfaction is more reflected in the financial gains of the business, which can occur only when they have initial access to it, whether through financial institutions or through their families.

The study further proves the relationship between psychological factors and women entrepreneurs orientation as it plays an important role in the orientation of women entrepreneurs because need to achieve power and affiliation are all reflected through psychological characteristics (McClelland, 1996). If the women entrepreneurs are ready to learn the new techniques only then they can implement new innovations as they are seldom afraid

of failure. Psychologically they have the courage to face the failures and remain in the business, which is reflected in this study.

Further, the study revealed that social support affect orientation of women entrepreneurs that is consistent with the results of the study by Nair and Pandey (2006). Helpful spouse is a source of motivation for women entrepreneurs as positive moral support encourages them to face the world more boldly. Further, this phenomenon is strengthened if family and society also motivates and support them. Previous literature (Ganesan et al., 2002; Nigam & Sharma, 1997) hints at work and worker-related problems but does not hold true here. The study reflects that they are also willing to take a business risk, which reflects their level of orientation for their business. It is concluded that women entrepreneurs have come of the age and they know how to tackle the work-related problems. It further reflects their confidence in running the business.

Suggestions

The results of the study show that women entrepreneurs faced a number of problems. The following suggestions are recommended to overcome the problems:

1. Banks and financial institutions must come forward to support and motivate them to start the units.
2. Financial help should be provided to women entrepreneurs by government as well as non-government financial agencies as it removes their difficulty in procuring loans.
3. Sources of power supply should be raised for women entrepreneurs. The power supply should be regular in general for the ventures being run by women entrepreneurs in particular. The government should provide power at low rate and other facilities related with electricity to those units, which are started and operated by women entrepreneurs.
4. Besides fiscal effort the entrepreneurship development agencies should create awareness among them regarding various loan schemes launched by the government from time to time.
5. Respondents have also communicated several financial problems in relation to non-availability of finance and their release in time. The attention of government and non-government organizations need to be drawn in rectifying these problems by making liberal assistance and gearing up the various facilities for enhancement of the status of enterprises.
6. Women entrepreneurs should be provided with special training and development programs for developing their innovative instincts.

Strategic implications for fostering women entrepreneurship in rural India

India has traditionally been a society with low participation of women in the economy. But the fact remains that women represent nearly 50% of the total population, and it is crucial to encourage women's role in the economy at every level. After independence of our country, the Government of India found that on the one hand industrial development was confined to a few developed cities and on the other it was concentrated in the hands of a few top business houses. At present, women's entrepreneurial role is limited in the large-scale industries and technology-based businesses. But even in small-scale industries, the women's participation is very low. Thus the government decided to promote entrepreneurial activities among women through various incentives in industrially backward and rural areas. The following are the key strategies that can help to foster women entrepreneurship in rural India:

1. Spreading awareness about government policies and regulations regarding business and industry among women entrepreneurs in rural India.
2. Government should review the existing regulatory framework like the working of Entrepreneurship Development Institute of India (EDII) and make necessary modifications to incorporate steps for spreading women entrepreneurship in rural areas.
3. The administrative hurdles should be reduced especially for women entrepreneurs in rural areas.
4. There should be a provision for easy and subsidized financing for women's entrepreneurial projects from state level institutions like Small Industries Service Institute (SISI) and state finance corporations (SFC).
5. Government agencies should facilitate the entry of women entrepreneurs from rural areas into the projects where high growth is expected by providing them necessary assistance.
6. In order to encourage women entrepreneurship in rural areas, the J & K government should provide incentives under industrial policy.
7. The government should provide the right type of infrastructural facilities and other financial incentives in rural areas through cooperative banks, commercial banks, and regional rural banks operated under NABARD leading to the emergence of entrepreneurial class in rural areas that can lead to entrepreneurial growth in India.
8. Special incentives, tax rebates, duty cuts, interest subsidy, and subsidized land and machinery can be provided to encourage women in emerging sectors.
9. Special recognitions and awards can be instituted for women participating in such targeted industries.

10. Higher education incentives for women from rural regions and advanced training programs for development of management skills among women, and setting up of polytechnics and industrial institutes for women are the key thrust areas to strengthen the women's entrepreneurial talent through education and training. Counseling in entrepreneurship through women oriented NGOs, cheap micro-financing, and bank support for new business projects launched by women entrepreneurs, and privileged infrastructural support such as priority in land allotment and administrative approvals can also promote the cause of women entrepreneurs substantially.

Limitations of the study

All possible efforts were made to maintain objectivity, reliability, and validity of the study, yet certain limitations could not be ignored and are required to be kept in mind whenever its findings are considered for implementation. These are:

1. The sample was restricted only to the entrepreneurs of Jammu.
2. The study has measured the factors affecting entrepreneurial orientation on the basis of the perception of the women entrepreneurs that might have been guided by their likes and dislikes.

Conflict of interest and funding

The authors have not received any funding or benefits from industry or elsewhere to conduct this study.

References

Afrin, S., Islam, N., & Ahmed, S. U. (2008). A multivariate model of micro credit and rural women entrepreneurship development in Bangladesh. *International Journal of Business and Management*, 3(8), 169–185.

Bagozzi, R. P., Yi, Y., & Phillips, L. W. (1991). Assessing construct validity in organisation research. *Administrative Science Quarterly*, 36(3), 421–458.

Bellu, R. R. (1993). Task role motivation and attribution style as predictors of entrepreneurial performance: Female sample findings. *Entrepreneurship and Regional Development*, 5, 331–344.

Bennett, R., & Dann, S. (2000). *The changing experience of Australian female entrepreneurs*. Malden, MA: Blackwell Publishers Limited.

Bentler, P. M., & Bonnet, D. G. (1980). Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures. *Psychological Bulletin*, 88, 588–606.

Biggart, N. (1988). *Charismatic capitalism*. Chicago, IL: University of Chicago Press.

Birley, S., Moss, C., & Saunders, P. (1987). Do women entrepreneurs require different training? *American Journal of Small Business*, 12(1), 27–35.

Brush, C. G., Edelman, L. F., & Manolova, T. S. (2002). The impact of resources on small firm internationalisation. *Journal of Small Business Strategy*, 13(1), 1–17.

Brush, G. C., Bruin, A. D., & Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 8–24.

Buttner, E. H., & Rosen, B. (1988). Bank loan officers' perception of the characteristics of men, women and successful entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 3, 249–258.

Buttner, E. H., & Rosen, B. (1992). Rejection in the loan application process: male and female entrepreneurs' perceptions and subsequent intentions. *Journal of Small Business Management*, 30(1), 58–65.

Carter, S. (2000). Improving the numbers and performance of women owned business: Some implications for training and advisory services. *Education Training*, 42(4/5), 326–333.

Charumati, B. (1997). Women entrepreneur's challenges and prospects. *Indian Journal of Commerce*, 1(9), 286–294.

Cooper, A. C. (1981). Strategic management: New ventures and small business. *Long Range Planning*, 14(5), 39–46.

Covin, J., & Slevin, D. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75–87.

Dubini, P. (1988). Women on the verge of a breakthrough: Networking among entrepreneurs in the United States and Italy. *Entrepreneurship and Regional Development*, 1, 339–356.

Fabowale, L., Orser, B., & Riding, A. (1995). Gender, structural factors, and credit terms between Canadian small businesses and financial institutions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19(4), 41–65.

Ferguson, P., & Streib, M. (1996). Longitudinal outcome effects of non at risk and at risk transition first grade samples: A follow up study and further analysis. *Psychology in the Schools*, 33, 76–83.

Fey, C. F., Yakushev, S. M., Park, H. J., & Bjorkman, I. (2009). Opening the black box of the relationship between HRM practices and firm performance: A comparison of MNE subsidiaries in the USA, Finland and Russia. *Journal of International Business Studies*, 40, 690–712.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobserved variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39–50.

Ganesan, R., Kaur, D., & Maheswari, R. C. (2002). Women entrepreneurs: Problems and prospect. *Journal of Entrepreneurship*, 11(1), 75–93.

Greene, P. (1993). The role of ethnic sponsorship of female business activities in economic development. *Journal of Business Management*, 12(2), 43–54.

Greene, P. G., Gatewood, E. J., & Carter, N. M. (2001). Women entrepreneurs: Moving front and center: An overview of research and theory. *Women Entrepreneurs: Moving Front and Center*, 3, 1–47.

Habib, W. M., Roni, N. N., & Haque, T. (2005). Factors affecting women entrepreneurship in India: A multivariate analysis. *Journal of Business Studies*, 16(1), 249–258.

Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & William, C. B. (2006). *Multivariate data analysis* (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.

Hair, J. F., Rolph, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2005). *Multivariate data analysis*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Hisrich, R. D., & Brush, C. G. (1985). Women and minority entrepreneurs: A comparative analysis. In J. A. Hornaday, E. B. Shils, J. A. Timmons & K. H. Vesper (Eds.), *Frontiers of Entrepreneurial Research*, (pp. 566–87). Boston, MA: Babson College.

- Humbert, A., & Drew, E. (1998). Gender, entrepreneurship and motivational factors in an Irish context. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2(2), 1–30.
- Inman, K. (2000). Women's resources in business start-ups. A study of black and white women. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 30(1), 58–65.
- Jones, T., & Taylor, S. F. (2007). The conceptual domain of service loyalty – How many dimensions? *Journal of Services Marketing*, 21(1), 36–51.
- Kalyani, W., & Chandralekha, K. (2002). Association between socio-economic, demographic profile and involvement of women entrepreneurs in their enterprise management. *Journal of Entrepreneurship*, 11(2), 219–247.
- Larwood, D. W., & Gattiker's, G. T. (1989). Enhancing entrepreneurial orientation research: Operationalising and measuring a key strategic decision making process. *Journal of Management*, 26(5), 1055.
- McClelland, D. (1961). *The Achieving Society*. NY: The Free Press.
- McClelland, D. C. (1996). *The achieving society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29, 770–791.
- Mitchell, B. C. (2004). Motives of entrepreneurs: A case study of South Africa. *Journal of Entrepreneurship*, 13(2), 167–183.
- Mohanty, A. (2004). Women in management of micro-enterprises: Problems and prospects. *Journal of Social Science*, 8(3), 245–251.
- Mukherjee, S. (2006). What motivates women entrepreneurs: Factors influencing their motivation. *ICFAI Journal of Entrepreneurship*, 3(4), 7–20.
- Mukhopadhyay, P. (1998). *Theory and methods of survey sampling* (2nd ed). New Delhi: Prentice Hall of India.
- Nair, K. R. G., & Pandey, A. (2006). Characteristics of entrepreneurs: An empirical analysis. *Journal of Entrepreneurship*, 15(1), 47–61.
- Nigam, S., & Sharma, S. K. (1997). Problems and prospects of women entrepreneurs in Agra. *Indian Journal of Commerce*, 2(1), 243–248.
- Ntseane, P. (2004). Being female entrepreneurs in Botswana: Cultures, values, and strategies for success. *Gender and Development*, 22(2), 37–43.
- OECD. (1998). *Fostering entrepreneurship: A thematic review*. Paris: Author.
- OECD. (2003). *Entrepreneurship and local economic development: Program and policy recommendations*. Paris: Author.
- Parasuraman, S., Purohit, Y. S., Godshalk, V. M., & Beutell, N. J. (1996). Work and family variables, entrepreneurial career success, and psychological well-being. *Journal of Vocational Behavior*, 48, 275–300.
- Pellegrino, E. T., & Reece, B. L. (1982). Perceived formative and operational problems of rural entrepreneurship in Europe: A research framework and agenda. *Journal of Small Business Management*, 27(2), 25–32.
- Rajani, N. (2008). Management training needs of women entrepreneurs. *Anthropologist*, 10(4), 277–281.
- Routamaa, V., Hautala, T., & Rissanen, A. L. (2004). Hunting for female entrepreneurs: Entrepreneurial capacity and gender. University of Vaasa. Retrieved May 4, 2011 from <http://www.sbaer.uca.edu/research/icsb/2004/paper104>
- Scheinberg, S., & MacMillan, I. (1988). An eleven country study of the motivations to start a business. In B. Kirchoff, W. Long, W. McMullan, K. Vesper, & W. Wetzel (Eds.), *Frontiers of entrepreneurship research* (pp. 76–93). Wellesley, MA: Babson College.
- Shane, S., Kolvereid, L., & Westhead, P. (1991). An exploratory examination of the reasons leading to new firm formation across country and gender. *Journal of Business Venturing*, 6(6), 431–446.
- Shapiro, A. (1975). The social dimensions of entrepreneurship. In C. Kent, D. Sexton, & K. H. Vesper (Eds.), *The encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72–90). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Shaver, K. G., Gartner, W. B., Gatewood, E. J., & Vos, L. H. (1996). Psychological factors in success at getting into business. In P. Reynolds, S. Birley, J. E. Butler, W. D. Bygrave, P. Davidsson, W. B. Gartner, & P. P. McDougall (Eds.), *Frontiers of entrepreneurship research 1996*, (pp. 77–90). Babson Park, MA: Babson College.
- Starcher, D. C. (1996). *Women entrepreneurs: Catalysts for transformation*. Retrieved July 6, 2010, from <http://www.ebbf.org/woman.htm>
- Stathopoulou, S., Demetrios, P., & Dimitris, S. (2004). The female poverty trap. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 10(6), 404–425.
- Stoner, C. R., Hartman, R. I., & Arora, R. (1990). Work-home role conflict in female owners of small business: An exploratory study. *Journal of Small Business Management*, 28(1), 30–38.
- Sullivan, P., Halbrendt, C., Wang, Q., & Scannell, E. (1997). Exploring female entrepreneurship in rural Vermont and its implications for rural America. *Economic Development Review*, 4, 275–300.
- UN. (2004). *Unleashing entrepreneurship: Making business work for the poor*. Report of the Commission of the Private Sector and Development to the UN. Retrieved from <http://www.undp.org/cpsd/documents/report/english/fullreport.pdf>

***Jeevan Jyoti**
 Department of Commerce
 University of Jammu
 Jammu, Jammu and Kashmir
 India
 Email: jyotigupta64@rediffmail.com