

**ANALYSIS FACTORS OF CONSTRAINING HOUSEWIVES TO BECAME ENTREPRENEURS
(Study in Air Jernih Village, Indragiri Hulu District)**

Dewi Hartika¹, Deci Ririen², Kurnia Dewi³
^{1,2, &3} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indragiri (STIE-I) Rengat
Email: deciririen@stieindragiri.ac.id

ABSTRACT

Housewives have the potential to become entrepreneurs, but there are not many studies on entrepreneurial housewives. The purpose of this study was to determine the factors that become obstacles for housewives to do entrepreneurship and what factors are the most dominant constraints for housewives to do entrepreneurship. The data from the questionnaire were analyzed using factor analysis, with the validity and reliability tests of the instrument as a preliminary analysis. The results showed that six factors formed become obstacles for housewives, especially in Air Jernih Village, to become entrepreneurs. Factor 1 is constraints on personal values, factor 2 is the community environment, factor 3 is the family environment, factor 4 is promotion, factor 5 is the level of knowledge, factor 6 is the network. The most dominant factor that becomes an obstacle for housewives to become entrepreneurs is the personal values factor with an eigenvalue of 5.689. The factor or sub-variable member that has the greatest factor loading is not having high creativity to open or develop a business.

Keywords: *Entrepreneurship; promotion; family environment; education level*

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KENDALA IBU RUMAH TANGGA UNTUK BERWIRAUSAHA
(Studi di Desa Air Jenih Kabupaten Indragiri Hulu)**

ABSTRAK

Ibu rumah tangga memiliki potensi menjadi wirausaha, namun belum banyak kajian tentang ibu rumah tangga yang berwirausaha. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui faktor-faktor yang menjadi kendala ibu rumah tangga untuk berwirausaha dan faktor apa yang paling dominan menjadi kendala ibu rumah tangga untuk berwirausaha. Data hasil kuesioner dianalisis menggunakan analisis faktor, dengan uji validitas dan uji reliabilitas instrumen sebagai analisis pendahuluan. Hasil penelitian menunjukkan enam faktor yang terbentuk menjadi kendala ibu rumah tangga khususnya di Desa Air jernih untuk berwirausaha. Faktor 1 adalah kendala nilai-nilai personal, faktor 2 adalah lingkungan masyarakat, faktor 3 adalah lingkungan keluarga, faktor 4 adalah promosi, faktor 5 adalah tingkat pengetahuan, faktor 6 adalah jaringan. Faktor paling dominan yang menjadi kendala ibu-ibu rumah tangga untuk berwirausaha yaitu faktor nilai-nilai personal dengan eigenvalue sebesar 5,689. Anggota faktor atau sub-variabel yang memiliki loading faktor paling besar adalah tidak memiliki kreatifitas yang tinggi untuk membuka atau mengembangkan suatu usaha.

Kata Kunci: Wirausaha; promosi; lingkungan keluarga; tingkat pendidikan

PENDAHULUAN

Kemajuan suatu negara dapat dilihat dari jumlah wirausaha. Wirausaha juga sebagai pendorong meningkatnya perekonomian bangsa. Menurut Bank Dunia, syarat suatu negara memiliki perekonomian yang baik dan maju adalah minimal 4% warganya yang berusia produktif menjadi wirausaha, sedangkan di Indonesia jumlah wirausaha baru mencapai 3% dari total penduduk usia kerja, masih lebih rendah dibandingkan negara tetangga ASEAN seperti Malaysia dengan angka 5% dan Singapura 7%. (Kompas, Jumat 23 Maret 2018).

Jumlah wirausaha Indonesia dapat ditingkatkan dengan mendongkrak minat ibu rumah tangga untuk berwirausaha. Ibu rumah tangga merupakan kategori usia produktif dan sumber daya yang jarang diperhatikan oleh pemerintah, baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Padahal jumlah wanita sebagai ibu rumah tangga di Indonesia cukup besar dilihat dari data BPS (2018) yakni mencapai 36,01 juta jiwa, di Riau jumlahnya sebesar 1.102.000 jiwa (BPS, 2019) sedangkan angka 68.107 jiwa untuk kabupaten Indragiri Hulu (BPS, 2017). Desa Air Jernih yang merupakan salah satu Desa di Kabupaten Indragiri Hulu memiliki 161 jiwa ibu rumah tangga. Data ibu rumah tangga tiga tahun terakhir disajikan pada Tabel 1. Berikut:

Tabel 1. Jumlah Ibu Rumah Tangga di Desa Air Jernih

Tahun	Jumlah KK	Jumlah Wanita Menikah Usia 15 – 64	Jumlah Wanita Menikah Usia 15 - 64 yang bekerja	Jumlah Wanita Menikah Usia 15 - 64 yang tidak bekerja
2017	235	221	66	155
2018	241	225	67	158
2019	246	230	66	164

Sumber: Data Desa Air Jernih (2019)

Data Desa Air Jernih Tahun 2019 menunjukkan jumlah wanita yang sudah menikah dan menjadi ibu rumah tangga angkanya lebih besar daripada wanita yang bekerja dan setiap tahunnya terus meningkat. Berdasarkan wawancara dan observasi awal peneliti di Desa Air Jernih, fenomena ini terjadi karena sebagian besar wanita yang sudah menikah beranggapan tugas mereka hanya mengurus keluarga. Banyak faktor yang mempengaruhi rendahnya partisipasi ibu rumah tangga dalam berwirausaha seperti yang diungkapkan Ketua Umum Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) (Bisnis.com, 2017) salah satunya belum adanya iklim sosial yang mendukung, yaitu masih adanya anggapan bahwa wanita hanya pantas sebagai ibu rumah tangga yang perannya hanya mengurus rumah. Faktor internal penghambat wanita berwirausaha adalah tugas-tugas sebagai ibu rumah tangga, masa kehamilan dan menjaga anak, selain itu kualitas wanita itu sendiri, dimana tingkat pendidikan, pengetahuan, keterampilan serta keahlian yang dimiliki wanita terutama yang tinggal di pedesaan masih rendah (Rahmidani, 2014). Kondisi ini terbentuk dan tersosialisasi sebagai suatu hal yang wajar dalam lingkungan sosial ekonomi kita bahkan oleh kaum ibu itu sendiri, ini menempatkan ibu rumah tangga menjadi warga kelas dua, jauh dari akses informasi, akses sumber daya dan kesempatan berkembang terutama bidang ekonomi.

Ibu rumah tangga merupakan potensi yang baik untuk dijadikan sasaran pengenalan terhadap wirausaha karena tingginya tuntutan hidup menjadi salah satu alasan ibu rumah tangga menambah perannya sebagai penambah penghasilan keluarga. Potensi ibu rumah tangga dengan jumlah yang besar dapat dimanfaatkan untuk mendukung ekonomi keluarga (Masithoh, 2016). Seorang istri dapat berperan membantu suami menjadi pencari nafkah tambahan di dalam keluarga. Ibu rumah tangga tidak harus pergi keluar rumah untuk bekerja, bisa tetap bekerja dirumah dengan cara membuka usaha yang diminati sesuai dengan kemampuan, misalnya kemampuan memasak yang dimiliki para ibu rumah tangga. Sebenarnya banyak peluang usaha yang bisa dilakukan oleh ibu rumah tangga untuk dapat membantu perekonomian keluarga, namun sedikit sekali yang mau dan mampu melaksanakannya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dilakukan penelitian dengan judul faktor-faktor kendala ibu rumah tangga untuk berwirausaha di Desa Air Jernih Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau. Penelitian yang telah dilakukan oleh Rahmidani (2014) Tentang Faktor penghambat wanita berwirausaha pada pengrajin sulaman, menunjukkan bahwa faktor internal penghambat wanita berwirausaha adalah tugas-tugas sebagai ibu rumah tangga sedangkan faktor eksternal meliputi faktor sosial budaya, administrasi dan kependidikan. Nurpeni (2010) melakukan penelitian mengenai analisis kendala ibu rumah tangga enggan berwirausaha, mendapatkan bahwa ibu rumah tangga banyak yang memiliki bakat tetapi kendala yang paling utama adalah modal sedangkan responden yang tidak memiliki bakat tidak mau mencoba berwirausaha. Armiami (2013) meneliti *woman entrepreneur* serta faktor-faktor yang mempengaruhinya, mendapatkan kesimpulan faktor penghalang wanita pengrajin berwirausaha adalah faktor feminim, sedangkan faktor internal pendorong wanita pengrajin berwirausaha adalah nilai-nilai yang terdapat dalam dirinya, untuk faktor eksternal yang mendukung adalah faktor keluarga. Penelitian tentang analisis faktor-faktor yang memotivasi wanita berwirausaha (Segarahati, 2015) menyimpulkan variabel kemandirian, emosional, modal dan pendidikan secara simultan berpengaruh terhadap motivasi wanita memilih berwirausaha. Faktor emosional secara parsial tidak berpengaruh terhadap motivasi berwirausaha, sedangkan faktor yang paling dominan berpengaruh adalah faktor kemandirian. Beberapa peneliti berfokus pada wanita yang sudah berwirausaha, hanya

sedikit yang meneliti kendala ibu rumah tangga untuk berwirausaha yang hanya terbatas pada beberapa faktor saja. Oleh karena itu penelitian ini menganalisa variabel-variabel kendala ibu rumah tangga untuk berwirausaha yang saling ketergantungan, dengan tujuan agar variabel-variabel yang diteliti menjadi sejumlah faktor yang lebih sederhana.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi kendala ibu rumah tangga untuk berwirausaha di desa Air Jernih. (2) mengetahui faktor apa yang paling dominan menjadi kendala ibu rumah tangga untuk berwirausaha di desa Air Jernih.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Wirausaha

Menurut Zimmerer dalam Suryana (2013) wirausahawan adalah orang yang mendapat keuntungan dengan memanfaatkan sumber daya, melihat peluang, berani mengambil resiko dan mampu menciptakan bisnis baru. Dapat disimpulkan wirausaha adalah seseorang yang memiliki dorongan yang kuat untuk menghasilkan keuntungan dan memiliki kemampuan untuk mengolah potensi yang ada dalam dirinya ataupun lingkungan sekitarnya.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kewirausahaan

Faktor-faktor yang mempengaruhi kewirausahaan dapat dibagi menjadi dua yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal merupakan faktor dari dalam individu itu sendiri sedangkan faktor eksternal merupakan hasil interaksi individu dengan lingkungannya (Suryana, 2013). Faktor internal, meliputi: Kebutuhan berprestasi (*need for achievement*), *internal locus of control* mempercayai bahwa kegagalan dan kesuksesan yang dialami ditentukan dari usaha yang dilakukan, kebutuhan akan kebebasan (*need for independence*), nilai-nilai pribadi serta pengalaman. Sedangkan Faktor eksternal, meliputi: *role model*; dukungan keluarga dan teman, pendidikan; pendidikan formal berperan penting dalam kewirausahaan karena memberi bekal pengetahuan yang dibutuhkan dalam mengelola usaha terutama ketika menghadapi suatu permasalahan. Bygrave dalam Alma (2014) menyatakan beberapa faktor kritis untuk memulai usaha baru adalah (1) *Personal*, yang berkaitan dengan kepribadian seseorang, (2) *Sociological*, berkaitan dengan hubungan keluarga, (3) *Environmental*, berkaitan dengan lingkungan.

Faktor-Faktor Penghambat Kewirausahaan Wanita

Ada beberapa faktor yang dikemukakan oleh Alma (2014) yang menghambat wanita untuk menjadi wirausahawan antara lain: (1) Faktor kewanitaan; seorang ibu rumah tangga mempunyai masa hamil dan menyusui sehingga mengganggu jalannya bisnis. (2) Faktor sosial budaya; wanita yang sudah menikah mendapat stigma dari masyarakat bahwa kewajibannya hanya mengurus keluarga dan mencari nafkah hanya urusan suami. (3) Faktor emosional; faktor emosional yang dimiliki wanita dalam pengambilan keputusan membuat keputusan yang diambil sering kehilangan rasionalitasnya. (4) Faktor administrasi; administrasi yang berbelit merupakan salah satu faktor yang sangat menghambat wanita dalam memulai membuka usaha. (5) Faktor Pendidikan; merupakan salah satu faktor penghambat wanita berwirausaha. Berdasarkan gabungan pendapat para ahli, maka disusun variabel kendala ibu rumah tangga untuk berwirausaha dalam penelitian ini adalah lingkungan keluarga, lingkungan masyarakat, nilai-nilai personal, modal, promosi, lokasi dan pendidikan.

Lingkungan Keluarga

Lingkungan keluarga adalah lingkungan yang paling dekat dan awal dari seseorang dalam membentuk kepribadian dalam bidang wirausaha. Menurut Alma (2014) indikator lingkungan keluarga adalah (1) masalah kewanitaan (2) faktor suami.

Lingkungan Masyarakat

Lingkungan masyarakat adalah lingkungan yang berada disekitar tempat tinggal atau lingkungan pergaulan daerah tertentu yang mempengaruhi minat berwirausaha. Indikator lingkungan masyarakat menurut Alma (2014) adalah faktor sosial budaya.

Nilai-Nilai Personal

Menurut Bygrave dalam Alma (2014) nilai-nilai personal adalah nilai-nilai yang terkandung dalam diri seseorang. Indikator nilai-nilai personal wirausaha menurut McClelland adalah (1) tingkat ide dan motivasi (2) tingkat percaya diri (3) keinginan berprestasi (4) berani mengambil resiko.

Modal

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2016) modal usaha adalah sejumlah uang atau harta benda yang dapat digunakan untuk menghasilkan atau menambah kekayaan. Indikator modal usaha (1) Struktur modal; modal sendiri atau modal pinjaman (2) hambatan dan mengakses modal (Putri, 2014).

Promosi

Promosi adalah strategi yang akan digunakan untuk mengenalkan produk dengan tujuan agar orang-orang menggunakan produknya. Indikator promosi menurut Kotler dan Keller (2009) antara lain: (1) media promosi penjualan (2) ketepatan sasaran untuk mencapai target.

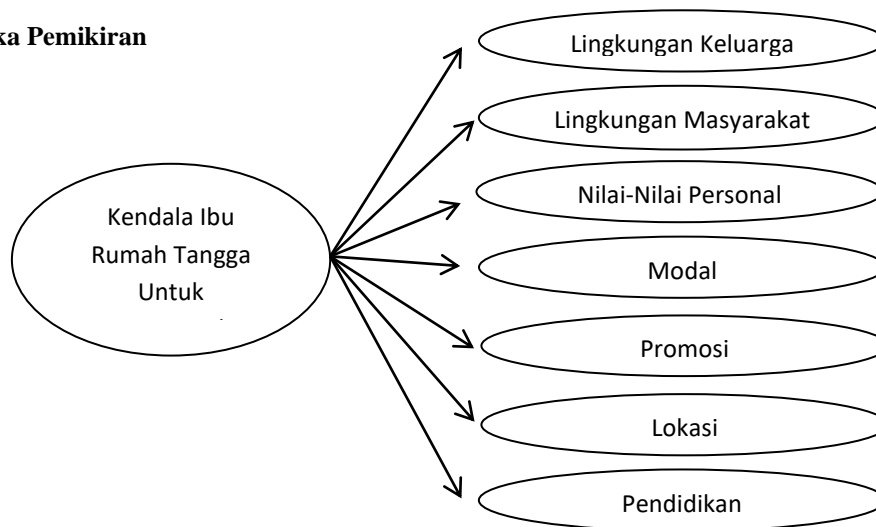
Lokasi

Lokasi usaha adalah keberadaan tempat usaha sebagai aktivitas pemasaran untuk menyalurkan barang dan jasa (Tdiptono, 2013). Indikator lokasi usaha menurut Hendra Fure (2013) antara lain; (1) akses wilayah (2) keterjangkauan

Pendidikan

Pendidikan wirausaha adalah pengetahuan dan pengalaman yang diberikan untuk memulai suatu usaha serta mengembangkan daya pikir dan merubah paradigma mengenai kewirausahaan (Hendro, dasar-dasar kewirausahaan). Indikator pendidikan wirausaha antara lain : (1) Tingkat pendidikan (2) Pelatihan/Kursus (3) sumber informasi.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1: Kerangka Pemikiran

Sumber: Dikembangkan Peneliti dalam Penelitian ini

Hipotesis

Berdasarkan tinjauan pustaka dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan diatas, maka hipotesis yang diajukan adalah: (1) Variabel-variabel yang dijabarkan merupakan variabel-variabel kendala ibu rumah tangga untuk berwirausaha. (2) diantara variabel yang telah berkelompok, variabel yang paling dominan menjadi kendala ibu rumah tangga untuk berwirausaha adalah faktor nilai-nilai personal.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Air Jernih Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu. Penelitian dimulai bulan September 2019 s/d Februari 2020.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh ibu rumah tangga usia produktif 15 – 64 tahun yang berjumlah 161 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *random sampling* yang setiap ibu rumah tangga sesuai kriteria memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel. Sampel yang akan diteliti diambil menggunakan rumus *Slovin* dengan taraf kesalahan 10% atau tingkat kepercayaan 90%.

Adapun perhitungan sampel dengan menggunakan rumus *Slovin* adalah sebagai berikut (Husein, 2011)

$$n = \frac{161}{1 + 161 \times 0,1^2} = 61,7 \approx 62 \text{ orang}$$

Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah angket untuk mengetahui faktor-faktor kendala ibu rumah tangga enggan berwirausaha. Jenis angket yang dipakai berupa angket tertutup, yang sudah disediakan

jawabannya sehingga responden tinggal memilih poin yang sesuai dengan karakter mereka, selain itu wawancara juga dilakukan untuk mendapatkan jawaban responden yang lebih terperinci dan mendalam.

Metode Analisis Data

Data dianalisis menggunakan metode kuantitatif. Uji validitas dan Reliabilitas dilakukan sebagai uji pendahuluan untuk memastikan angket sebagai alat ukur penelitian sah dan andal. Dilanjutkan dengan pengujian hipotesis dengan analisis faktor untuk menentukan faktor kendala ibu rumah tangga enggan berwirausaha di desa Air Jernih yang terbentuk dari jawaban angket yang diberikan peneliti. Proses analisis faktor antara lain: (1) Analisis *Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) and Bartlett's Test* adalah indeks perbandingan jarak antara koefisien korelasi dengan koefisien korelasi parsialnya. (2) *Communality* menunjukkan bahwa nilai initial mencerminkan peranan atau sumbangan apabila variabel penyusun faktor secara individual membentuk faktor tersebut. (3) *Total Variance Explained Test* menunjukkan nilai masing-masing variabel yang dianalisis. (4) *Component Matrix* menentukan seberapa besar sebuah variabel berkorelasi dengan faktor yang akan dibentuk (5) *Component Score Coefficient Matrix* menunjukkan bahwa nilai skor faktor untuk setiap sub-variabel skor faktor (SF) mulai dari pembentukan faktor 1 sampai dengan faktor n.

Defenisi Operasional Variabel

Tabel 2. Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala
Lingkungan keluarga	lingkungan yang paling dekat dan awal dari seseorang dalam membentuk kepribadian dalam bidang wirausaha.	1. Masalah kewanitaan 2. Faktor suami. (Alma, 2014)	Interval
Lingkungan Masyarakat	lingkungan yang berada disekitar tempat tinggal atau lingkungan pergaulan daerah tertentu yang mempengaruhi minat berwirausaha	Sosial budaya (Alma, 2014)	Interval
Nilai-Nilai Personal	nilai-nilai personal adalah nilai-nilai yang terkandung dalam diri seseorang. (Bygrave dalam alma, 2014).	1. Tingkat ide dan motivasi 2. Tingkat percaya diri 3. Keinginan berprestasi 4. berani mengambil resiko.	Interval
Modal	sejumlah uang atau harta benda yang dapat digunakan untuk menghasilkan atau menambah kekayaan. Indikator modal (KBBI, 2019)	1. Struktur modal; modal sendiri atau modal pinjaman 2. Hambatan dalam mengakses modal (Putri, 2014)	Interval
Promosi	Strategi yang akan digunakan untuk mengenalkan produk dengan tujuan agar orang-orang menggunakan produknya.	1. Media promosi penjualan 2. Ketepatan sasaran untuk mencapai target. (Kotler dan Keller, 2009)	Interval
Lokasi	keberadaan tempat usaha sebagai aktivitas pemasaran untuk menyalurkan barang dan jasa (Tciptono, 2013).	1. Akses wilayah 2. Keterjangkauan (Fure, 2013)	Interval
Pendidikan	Pengetahuan dan pengalaman yang diberikan untuk memulai suatu usaha serta mengembangkan daya pikir dan merubah paradigma mengenai kewirausahaan (Hendro, dasar-dasar kewirausahaan).	1. Tingkat pendidikan 2. Pelatihan/Kursus 3. Sumber informasi.	Interval

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Data dalam penelitian ini merupakan data primer, yang diperoleh secara langsung dalam bentuk kuesioner. Dalam penelitian ini, jumlah responden sebanyak 62 orang, yakni Ibu-ibu yang hanya mengurus rumah tangga di Desa Air Jernih Kecamatan Rengat Barat. Adapun karakteristik responden ditentukan menurut umur responden, tingkat pendidikan terakhir dan jumlah anak yang dimiliki. Peneliti telah merangkum karakteristik responden yang ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3: Karakteristik Responden

No	Interval Umur	Frekuensi	Frekuensi
Umur Responden	20 – 29	21	34%
	30 – 39	20	32%
	40 – 49	9	15%
	50 – 59	12	19%
Tingkat Pendidikan	Tidak Tamat SD	4	6%
	Tamat SD	25	40%
	Tamat SMP	18	29%
	Tamat SMA	14	23%
	Tamat Perguruan Tinggi	1	2%
Jumlah Anak	0 orang	2	3%
	1 orang	14	23%
	2 orang	20	32%
	3 orang	19	31%
	4 orang	5	8%
	5 orang	2	3%

Sumber: Data Olahan (2020)

Uji Validitas

Uji validitas instrumen dilakukan pada sampel anggota dari populasi penelitian. Tabel 3. Menunjukkan hasil validitas instrumen untuk setiap pernyataan.

Tabel 3. Hasil Validitas Instrumen

Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Ket	Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Ket
X1	0,432		Valid	X14	0,628		Valid
X2	0,388		Valid	X15	0,394		Valid
X3	0,340		Valid	X15	0,292		Valid
X4	0,341		Valid	X17	0,463		Valid
X5	0,256		Valid	X18	0,461		Valid
X6	0,444		Valid	X19	0,515		Valid
X7	0,423	0,250	Valid	X20	0,524	0,250	Valid
X8	0,420		Valid	X21	0,337		Valid
X9	0,659		Valid	X22	0,554		Valid
X10	0,280		Valid	X23	0,511		Valid
X11	0,553		Valid	X24	0,350		Valid
X12	0,678		Valid	X25	0,555		Valid
X13	0,598		Valid	X26	0,664		Valid

Sumber: Data Olahan 2020

Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat kepercayaan suatu instrumen. Tabel 4. menunjukkan hasil uji reliabilitas angket.

Tabel 4. Hasil Reliabilitas Instrumen

<i>Reliability Statistics</i>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.852	26

Sumber: Data Olahan 2020

Berdasarkan Tabel 4 di atas, dapat dilihat nilai reliabilitas dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, bahwa nilai r_{hitung} (**0,825**) > r_{table} (**0,250**), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator pertanyaan pada kuesioner dinyatakan sangat reliabel sebagai alat untuk mengumpulkan data dan dapat digunakan kedalam analisis lebih lanjut.

ANALISIS FAKTOR

Analisis Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) and Bartlett's Test.

Dengan hasil dari analisis kelayakan faktor dapat terlihat pada Tabel 5. di bawah ini:

Tabel 5. KMO and Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.689
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	874.142
	Df	210
	Sig.	.000

Sumber: Data Olahan 2020

Tabel 5. di atas menunjukkan bahwa nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* sebesar $0,689 > 0,5$ dengan nilai *Bartlett test of Sphericity Sig.* adalah $0,000 < 0,05$ maka analisa faktor dalam penelitian ini dapat dilanjutkan.

Communalilty

Menunjukkan nilai variabel yang diteliti apakah mampu untuk menjelaskan faktor-faktor. Dapat terlihat pada Tabel 6 di bawah ini:

Tabel 6. Table of Communalilty

	Communalities	
	Initial	Extraction
X2	1.000	.811
X4	1.000	.707
X6	1.000	.796
X7	1.000	.810
X8	1.000	.754
X9	1.000	.640
X10	1.000	.802
X11	1.000	.853
X12	1.000	.931
X13	1.000	.869
X14	1.000	.867
X16	1.000	.711
X17	1.000	.608
X18	1.000	.660
X19	1.000	.837
X20	1.000	.745
X22	1.000	.596
X23	1.000	.675
X24	1.000	.740
X25	1.000	.705
X26	1.000	.735

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Data Olahan 2020

Tabel 6. di atas menunjukan bahwa nilai *initial* mencerminkan peranan atau sumbangan apabila variabel penyusun faktor secara individual membentuk faktor tersebut, sedangkan *extraction* menjelaskan persentase peranan atau sumbangan masing-masing sub-variabel penyusun faktor secara individual terhadap vektor. Terlihat peranan sub-variabel terbesar adalah sub-variabel X12 Nilai personal (kekurangan ide untuk mendirikan suatu usaha) sebesar 0,931 atau 93,1% dan yang terkecil adalah sub-variabel X22 akses wilayah sebesar 0,596 atau 59,6%. Dan dapat disimpulkan bahwa dapat diketahui nilai *extraction* untuk semua variabel adalah $> 0,5$, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel dapat digunakan untuk menjelaskan faktor.

Total Variance Explained Test

Total Variance Explained Test menunjukkan nilai masing-masing variabel yang dianalisis, Jumlah faktor bersama yang terbentuk adalah sebanyak variabel penyusunnya dapat terlihat pada Tabel 7. di bawah ini:

Tabel 7. Total Variance Explained Test

Component	Total Variance Explained								
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5.689	27.088	27.088	5.689	27.088	27.088	4.373	20.823	20.823
2	3.780	18.001	45.090	3.780	18.001	45.090	3.035	14.454	35.276
3	2.603	12.397	57.487	2.603	12.397	57.487	2.493	11.869	47.146
4	1.422	6.772	64.259	1.422	6.772	64.259	2.280	10.859	58.005
5	1.307	6.225	70.484	1.307	6.225	70.484	2.176	10.361	68.366
6	1.049	4.997	75.481	1.049	4.997	75.481	1.494	7.115	75.481
7	.826	3.931	79.412						
8	.758	3.609	83.021						
9	.678	3.226	86.247						
10	.526	2.505	88.753						
11	.425	2.025	90.777						
12	.393	1.871	92.648						
13	.324	1.542	94.190						
14	.282	1.341	95.531						
15	.223	1.064	96.595						
16	.203	.966	97.561						
17	.187	.891	98.452						
18	.152	.723	99.175						
19	.086	.410	99.585						
20	.055	.264	99.849						
21	.032	.151	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Data Olahan 2020

Tabel 7. di atas menunjukkan bahwa dari dua puluh satu variabel pengukuran terbentuk 6 faktor bersama yaitu faktor bersama satu (F1) dengan persentase variansnya adalah 27,088%, faktor bersama dua (F2) dengan persentase variansnya 18,001%, faktor bersama tiga (F3) dengan persentase variansnya 12,397%, faktor bersama empat (F4) dengan persentase variansnya 6,772%, faktor bersama lima (F5) dengan persentase variansnya 6,225%, faktor bersama enam (F6) dengan persentase variansnya 4,997% serta kumulatif persentase varians yang terbentuk dari keenam faktor bersama adalah sebesar 75,481% dan sisanya 24,519% terdiri atas lima belas faktor bersama yang masing-masing nilainya dapat terlihat di tabel.11 Dengan demikian, karena nilai *Eigenvalues* yang ditetapkan 1, maka nilai total yang akan diambil adalah yang > 1 yaitu component 1, 2, 3, 4, 5 dan 6. Sehingga semua komponen yang terbentuk ada 6 faktor baru yang dapat mewakili semua variabel yang dianalisis.

Rotated Component Matrix

Untuk memastikan suatu variabel masuk dalam kelompok faktor mana, maka dapat ditentukan dengan melihat nilai korelasi terbesar antara variabel dengan faktor (*component*) yang terbentuk.

Dari hasil tabel 8 *Rotated Component Matrix* terlihat X2 masuk kedalam faktor 3 karena nilainya paling besar berada di faktor 3 yaitu 0,581. Variabel X4 juga masuk ke dalam faktor 3 karena nilai terbesar berada pada faktor 3 yaitu 0,692 dan begitu seterusnya sampai variabel 26.

Tabel 8. Rotated Component Matrix

	Rotated Component Matrix ^a					
	Component					
	1	2	3	4	5	6
X2	-.072	.538	.581	-.133	-.111	.386
X4	.393	-.208	.692	-.096	-.080	.123
X6	-.060	.849	.155	.188	.067	-.083
X7	-.168	.850	.075	.225	.063	-.002
X8	.199	.194	.779	-.006	.205	-.168
X9	.448	.560	.224	.166	.205	-.073
X10	-.156	.357	.779	.181	-.076	.073
X11	.878	-.135	.100	.159	.144	-.089
X12	.930	.009	.056	.164	.189	-.014
X13	.917	-.050	.096	.053	.020	.116
X14	.898	-.019	.003	-.013	.097	.224
X16	.362	-.080	-.521	.028	.200	.511
X17	.259	.045	-.186	.322	.633	-.002
X18	.033	-.002	.100	.660	.433	.158
X19	.096	.005	.037	.473	.089	.771
X20	.085	.296	.099	.779	.177	-.038
X22	.590	.437	-.190	-.113	.039	.081
X23	.111	.258	-.164	.713	-.073	.236
X24	.041	.080	-.007	.082	.850	-.059
X25	.193	.156	.135	.009	.680	.404
X26	.137	.571	.025	.390	.366	.320

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

Sumber: Data Olahan 2020

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat diuraikan faktor kendala ibu rumah tangga berwirausaha dalam tabel berikut:

Tabel 9: Faktor Kendala Ibu Rumah Tangga Berwirausaha

Faktor	Eigenvalues	Anggota	Faktor Loading
1. Nilai-nilai personal	5,689	X11 (Keterbatasan ide)	0,878
		X12 (Rendahnya kreativitas)	0,930
		X13 (Kurangnya rasa keyakinan)	0,917
		X14 (Kesulitan mengambil keputusan)	0,898
		X22 (Akses wilayah sulit)	0,590
2. Lingkungan Masyarakat	3,780	X6 (Jarang wirausahawan di lingkungan masyarakat)	0,849
		X7 (Tidak ada wirausahawan di lingkungan teman dekat)	0,850
		X9 (Anggapan masyarakat terhadap keterbatasan wanita)	0,560
		X26 (Rendahnya informasi wirausaha)	0,571
3. Lingkungan Keluarga	2,603	X2 (Pendapatan suami sudah cukup)	0,581
		X4 (Pekerjaan Mengurus Rumah Tangga)	0,692
		X8 (Anggapan Masyarakat Terhadap Nafkah)	0,779
		X10 (Tidak butuh tambahan pendapatan)	0,779
4. Promosi	1,422	X18 (Rendahnya jaringan promosi)	0,660
		X20 (Pengetahuan target pasar)	0,779
		X23 (Pendidikan rendah)	0,713
5. Tingkat Pengetahuan	1,307	X17 (Pengetahuan proposal usaha)	0,633
		X24 (Tidak pernah pelatihan)	0,850
		X25 (Pengalaman rendah)	0,680
6. Jaringan	1,049	X16 (Pengetahuan pinjaman modal)	0,511
		X19 (Keterbatasan penggunaan media sosial)	0,771

Sumber: Data Olahan 2020

PEMBAHASAN

H₁: Variabel-variabel yang dijabarkan merupakan variabel-variabel kendala ibu rumah tangga untuk berwirausaha.

Berdasarkan nilai KMO pada Tabel 5. sebesar $0,689 > 0,5$ dengan nilai *Bartlett test of Sphericity* Sig. adalah $0,000 < 0,05$ maka H₁ diterima yang artinya, variabel-variabel yang dijabarkan dalam penelitian ini merupakan variabel-variabel yang menjadi kendala ibu rumah tangga untuk berwirausaha. Semua variabel-variabel dalam penelitian ini berkaitan erat dengan hambatan yang dikemukakan Alma (2014) yaitu yang menghambat wanita untuk menjadi wirausahawan antara lain: (1) Faktor kewanitaan; (2) Faktor sosial budaya. (3) Faktor emosional. (4) Faktor administrasi (5) Faktor Pendidikan. Penelitian Rahmidani (2014) juga menemukan bahwa faktor penghambat wanita untuk berwirausaha adalah faktor internal, yang berasal dari dalam diri wanita dan faktor eksternal yang berasal dari luar diri wanita seperti faktor sosial budaya.

H₂: Faktor nilai-nilai personal adalah faktor yang paling dominan menjadi kendala ibu rumah tangga untuk berwirausaha diantara variabel yang telah berkelompok.

Berdasarkan Tabel 9. di atas ntuk menentukan sub-variabel atau faktor mana yang paling dominan menjadi kendala ibu rumah tangga untuk berwirausaha, maka digunakan parameter koefisien *varimax rotation* dari sub-variabel yang paling mendekati +1 atau mendekati -1. Nilai yang mendekati 1 diawali oleh nilai 0,5 sedangkan nilai yang mendekati -1 diawali oleh -0,5. Apabila dilihat pada tabel di atas terdapat 6 faktor yang menjadi kendala Ibu rumah tangga untuk berwirausaha, yaitu sebagai berikut:

Faktor 1

Faktor 1 adalah nilai-nilai personal dimana pada faktor 1 ini yang paling berpengaruh adalah variabel 12 (X₁₂) yaitu tidak memiliki kreativitas yang tinggi untuk membuka atau mengembangkan suatu usaha. Menurut para pakar kewirausahaan seperti David McClelland dalam Suryana (2013) nilai-nilai kepribadian menjadi faktor yang kuat dalam menentukan kemampuan wirausaha, karena hakikat dasar dari kewirausahaan adalah kreativitas dan inovasi. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Armiami (2013) yaitu faktor internal yang paling mendorong wirausaha adalah faktor yang berasal dari dalam diri. Jika dilihat dari karakteristik tingkat pendidikan responden sebagian besar responden (40%) tamatan SD dan hanya 2% dari jumlah responden yang menyelesaikan perguruan tinggi. Jika dilihat variabel lain dalam faktor nilai-nilai personal selain tidak memiliki kreativitas yang tinggi, diikuti dengan kurangnya rasa keyakinan, kesulitan dalam mengambil keputusan dan keterbatasan ide. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden di desa Air Jernih, sebagian besar dari mereka memang mengeluhkan bahwa mereka tidak memiliki daya kreativitas untuk menciptakan suatu usaha baru serta mereka beranggapan tidak berbakat untuk menjadi seorang wirausaha. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurpeni (2010) dimana faktor kendala berwirausaha ibu rumah tangga adalah tidak adanya bakat untuk menjalankan suatu usaha.

Faktor 2

Faktor 2 adalah lingkungan masyarakat dimana pada faktor 2 ini yang paling berpengaruh adalah variabel 7 (X₇) yaitu lingkungan teman dekat saya tidak ada yang berwirausaha serta variabel (X₆) yaitu lingkungan masyarakat sekitar saya tidak ada yang berwirausaha sehingga saya tidak berwirausaha. Sejalan dengan hasil penelitian Artanova (2018) bahwa adanya pengaruh positif teman sebaya terhadap minat berwirausaha. Adanya teman ataupun masyarakat yang sudah memulai suatu usaha dapat mendorong seseorang untuk melakukan hal yang sama. Variabel yang memiliki nilai *faktor loading* yang paling kecil adalah anggapan masyarakat terhadap keterbatasan wanita sebesar 0,560 dimana berdasarkan wawancara dengan responden bahwa saat ini kesetaraan gender sudah mulai diterapkan oleh masyarakat, sehingga tidak ada lagi diskriminasi terhadap wanita baik dari segi pendidikan maupun dunia usaha dengan tidak melupakan kodratnya sebagai seorang wanita.

Faktor 3

Faktor 3 adalah lingkungan keluarga, faktor 3 ini yang paling berpengaruh adalah variabel 8 (X₈) dan 10 (X₁₀) yaitu anggapan masyarakat bahwa hanya suami yang bertanggung jawab mencari nafkah dan tidak perlu tambahan pendapatan dengan nilai *faktor loading* diatas 0,7. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Dewi (2019) yang menemukan bahwa lingkungan keluarga berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa Ibu rumah tangga di desa Air Jernih, sebagian mereka memiliki stigma bahwa yang harus bertanggung jawab sepenuhnya mencari nafkah adalah para suami, sehingga mencetuskan bahwa seorang ibu rumah tangga tidak perlu bekerja untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga. Namun menanggapi pernyataan ini memang ada segelintir Ibu rumah tangga yang menganggap bahwa seorang istri juga harus berperan serta membantu suami untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga mereka, minimal mereka membantu suami untuk mengurus kebun karet tanpa harus membuka usaha sendiri dikarenakan mayoritas mata pencaharian penduduk di Desa Air Jernih adalah petani karet. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmidani (2014) dimana seorang wanita dibatasi dalam berkarir karena masyarakat

menganggap laki-laki yang harus mencari nafkah merupakan kendala dari faktor sosial budaya dalam minat berwirausaha bagi ibu rumah tangga. Faktor hambatan selanjutnya adalah pekerjaan mengurus rumah tangga, faktor internal yang paling berpengaruh adalah faktor kewanitaan yaitu pekerjaan mengurus anak dan mengurus rumah tangga yang merupakan faktor kendala utama yang membuat wanita tidak mau bekerja/ berwirausaha. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa Ibu rumah tangga di desa Air Jernih saat masa kehamilan dan menyusui akan mengalami perubahan baik secara fisik maupun kondisi psikologis bagi seorang wanita. Hal ini cukup dapat dimaklumi karena ketika seorang wanita memilih untuk bekerja maka dia akan melaksanakan dua fungsi sekaligus, fungsi sebagai seorang pekerja dan sebagai ibu rumah tangga. Seorang wanita akan merasakan kesulitan menjalankan usahanya dengan alasan cepat kelelahan saat masa kehamilan dan merasa kerepotan jika harus sambil mengasuh anak.

Faktor 4

Faktor 4 adalah faktor promosi dimana faktor 4 ini yang paling berpengaruh adalah variabel 20 (X_{20}) yaitu ketidakmampuan menentukan target pasar. Membaca situasi merupakan suatu keahlian yang harus terus diasah bagi seorang wirausahawan. Bagaimanapun bagus usaha namun sasarannya atau pasarnya tidak sesuai target maka akan sulit bertahan dengan usaha itu. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden di desa Air Jernih, hampir seluruh responden mengaku tidak mempunyai jaringan yang luas seandainya membuka suatu usaha. Hal ini dikarenakan kebanyakan dari mereka tidak mempunyai jaringan pertemanan yang luas.

Faktor 5

Faktor 5 adalah faktor pengetahuan dimana faktor 5 ini yang paling berpengaruh adalah variabel 24 (X_{24}) yaitu tidak pernah mengikuti kursus/ pelatihan sehingga tidak berani membuka usaha baru. Pengetahuan merupakan dasar untuk melakukan sesuatu hal apalagi yang berkaitan dengan berwirausaha, jika kita tidak matang dalam menyusun perencanaan serta tidak paham dengan prinsip manajemen maka peluang untuk gagal dalam memulai usaha akan menjadi semakin besar. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden di desa Air Jernih, hampir seluruh responden mengaku tidak bisa membuat proposal usaha. Hal ini dikarenakan minimnya ilmu mereka tentang prosedur pembuatan proposal usaha dan menganggap merupakan suatu urusan administratif yang berbelit-belit. Walaupun begitu mereka tetap menyadari bahwa penyusunan rencana usaha ini penting agar jelas arah dan tujuan yang hendak dicapai. Sesuai dengan hasil penelitian Khadijah (2016) bahwa kemampuan literasi pada ibu rumah tangga tentang berwirausaha merupakan faktor yang sangat menentukan keberhasilan dalam membuka bisnis rumahan. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa Ibu rumah tangga di desa Air Jernih, hampir seluruh responden mengaku kurangnya literasi informasi serta tidak pernah mengikuti pelatihan/ kursus bidang keterampilan tertentu untuk mendukung menjadi seorang wirausaha. Pentingnya memiliki kemampuan/ *skill* pada bidang tertentu merupakan modal besar bagi seseorang untuk membentuk sebuah usaha. Keadaan ini disebabkan karena sangat jarang sekali diadakannya pelatihan-pelatihan terutama dari pemerintahan setempat di desa Air Jernih. Dari hasil penelitian ini, responden terbanyak hanyalah berpendidikan pada tingkat Sekolah Dasar sehingga penting sekali untuk memberikan pelatihan/ kursus bagi mereka terutama yang memiliki pendidikan rendah. Menurut Dianawati (2007) bahwa dilihat dari segi pendidikan, semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin percaya diri untuk melakukan usaha karena mereka telah memiliki kemampuan, kualitas dan intelektual.

Faktor 6

Faktor 6 adalah faktor jaringan dimana faktor 6 ini yang paling berpengaruh adalah variabel 19 (X_{19}) yaitu saya kurang paham menggunakan media sosial misalnya *facebook*, *whatsapp*, *instagram*, dan lainnya sebagai salah satu alat promosi. Tidak bisa dipungkiri era sekarang sudah sangat kental dengan internet dan sosial media. Ini bisa menjadi alat untuk mempermudah ataupun memperlancar suatu usaha karena tidak perlu menggunakan biaya besar untuk melakukan promosi usahanya. Berdasarkan hasil wawancara dengan responden, mayoritas dari mereka juga tidak bisa menggunakan media sosial yang akan sangat berguna untuk mempromosikan usaha mereka.

Berdasarkan penjabaran diatas maka H_2 diterima, dari keenam faktor di atas terdapat 1 faktor yang paling dominan yang menjadi kendala ibu rumah tangga dalam berwirausaha yaitu faktor nilai-nilai personal dengan *eigenvalue* sebesar 5,689 dimana faktor 1 terdiri dari ibu rumah tangga tidak memiliki kreativitas yang tinggi, kekurangan ide untuk mendirikan suatu usaha, tidak memiliki keyakinan usaha akan berjalan lancar, sulit mengambil keputusan karena terlalu banyak pertimbangan. Purwati et al (2019) mendapatkan hasil penelitian jika kepribadian berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha. Variabel lain yang masuk dalam faktor 1 adalah persepsi responden mengenai akses wilayah yang sulit dijangkau sehingga menjadi kendala ibu rumah tangga dalam berwirausaha. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa Ibu rumah tangga di desa Air Jernih, sebagian besar dari responden menganggap bahwa letak geografis desa Air Jernih jauh dari keramaian. Hal ini sejalan dengan pengamatan yang peneliti lihat selama melakukan penelitian di desa Air Jernih bahwa memang secara rata-rata letak pemukiman masyarakatnya relatif renggang dengan pemukiman masyarakat

lainnya, walaupun ada pemukiman tertentu yang rapat letak rumahnya. Hasil ini sejalan dengan pendapat Alma (2014) yang menyatakan faktor lokasi ini sangat besar perannya untuk menumbuhkan minat berwirausaha, sebagai contoh jika di suatu lokasi tersebut ramai oleh pengusaha-pengusaha, banyaknya yang menjual dan membeli barang, ketersediaan fasilitas pelayanan yang lengkap serta didukung oleh transportasi dan akses yang baik akan mampu untuk menumbuhkan minat berwirausaha.

PENUTUP

Berdasarkan uraian dan analisis yang dibahas pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan (1) Terdapat enam faktor yang menjadi kendala ibu rumah tangga khususnya di Desa Air jernih untuk berwirausaha. Faktor 1 adalah kendala nilai-nilai personal, faktor 2 adalah lingkungan masyarakat, faktor 3 adalah faktor lingkungan keluarga, faktor 4 adalah faktor promosi, faktor 5 adalah faktor tingkat pengetahuan dan faktor 6 adalah faktor jaringan. (2) Faktor paling dominan yang menjadi kendala ibu-ibu rumah tangga untuk berwirausaha yaitu faktor nilai personal dengan nilai *eigenvalue* sebesar 5,689, anggota faktor atau sub-variabel yang memiliki *loading faktor* paling besar adalah tidak memiliki kreativitas yang tinggi untuk membuka/ mengembangkan suatu usaha.

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut: (1) Pemerintah Desa maupun instansi pemerintah yang ingin memperkuat pertumbuhan ekonomi dengan cara berwirausaha dapat memperhatikan faktor-faktor utama yang menjadi kendala ibu rumah tangga untuk berwirausaha. (2) Penelitian ini hanya terbatas pada faktor-faktor yang menjadi kendala ibu rumah tangga di Desa Air Jernih untuk berwirausaha, bagi peneliti selanjutnya hendaknya melanjutkan analisis hubungan serta pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap minat berwirausaha ibu rumah tangga.

DAFTAR RUJUKAN

- Alma, Buchari. 2014. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Artanova. 2018. *Minat Berwirausaha Ditinjau dari Pergaulan Teman Sebaya dan Hasil Belajar Kewirausahaan Pada Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi T.A 2016/2017*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Armiati. 2013. *Women entrepreneurs serta faktor-faktor yang mempengaruhinya (kasus pada pengrajin sulaman wanita di jorong lundang kanagarian panampuang kab. Agam)*. Journal of Economic and Economic Education, 1(2), 162–174.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Tahun 2017, 2018, 2019.
- Bisnis.com. 2017. 4 Kendala Ibu Rumah Tangga Berwirausaha available at: <https://m.bisnis.com/amp/read/20170310/257/635611/i>. (akses 19 Januari 2020).
- Fure, Hendra. 2013. *Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Cilacap*. Jurnal EMIBA Vol. 1 No. 3 Hal 273-283.
- Dianawati, Adjen. 2007. *Peluang Usaha Rumahan*. Jakarta: Mediakita.
- Dewi, K. 2019. *Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indragiri (STIE-I)*. Jurnal Manajemen Dan Bisnis Kuliah Manajemen, 8(2), 278–291.
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi II*. Jakarta: PR Raja Grafindo Persada.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2016-2020. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesi.
- Khadijah, U. L. S. 2016. *Literasi Informasi Motivasi Berwirausaha Ibu Rumah Tangga Kelurahan Nagasari Kabupaten Karawang Barat*. Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan, 4(2), 149–160.
- Kompas, Jumat 23 Maret 2018. *Apa jadinya Indonesia Tanpa Wirausaha*. available at: <https://amp.kompas.com/bogor/read/2018/03/23/08450051/apa-jadinya-indonesia-tanpa-wirausaha-> (akses 4 Januari 2020)
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 13*. Jakarta : Erlangga.
- Masithoh, R. E. 2016. *Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga dalam Implementasi Teknologi Pengolahan Sumber Karbohidrat Nonberas dan Penganekaragaman Pangan Nonterigu untuk Mendukung Ketahanan Pangan*. Indonesian Journal of Community Engagement, 2(1), 89–100.
- Purwati, A et al. 2019. *Analisa Faktor-Faktor Pembentuk Minat Wirausaha Mahasiswa Perguruan Tinggi Di Kota Pekanbaru*. Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis Pelita Indonesia, 4(2), 200–213.
- Putri, Kartika. 2014. *Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan Peran Bussines Development Service Terhadap Pengembangan Usaha*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis.
- Rahmidani, R. 2014. *Analisis Faktor Penghambat Berwirausaha Pada Pengrajin Sulaman Wanita Di Jorong Lundang Kanagarian Panampuang Kabupaten Agam*. Jurnal Kajian Manajemen Bisnis, 3(1).
- Segarahati, E. 2015. *Analisis Faktor- Faktor Yang Memotivasi Wanita Berwirausaha (Studi Kasus Pada Pengusaha Salon Kecantikan Di Kecamatan Medan Kota)*. Pendidikan Berkualitas Ke Arah Pembentukan Nilai Dan Peningkatan Ekonomi Untuk Kesejahteraan Masyarakat Hal 1239-1264.