

Positioning Women Entrepreneurs in Small And Medium Enterprises In Indonesia – Food & Beverage Sector

Menempatkan Peran Wirausaha Wanita Dalam Usaha Kecil Dan Menengah Di Indonesia – Sektor Makanan & Minuman

Wina Diana Sari¹, Ratna Nurani²

Universitas Islam Riau¹

UIN Suska Riau²

winadianasari@psy.uir.ac.id¹, Ratna.nurani@uin-suska.ac.id²

ABSTRACT

Food and beverage are some of the important business sectors in Indonesia. Indonesian women are known to dominate in SMEs at this sector. There are enormous reasons behind the dramatic increase in women entrepreneurs in Indonesia. Unfortunately, lack of success factors and sustainability become the current problems for a culinary business. The objectives of this research are to determine the current nature of women entrepreneurs and analyze the gap between the surge of women entrepreneurs and business sustainability. To substantiate the problem of statement, research questions play foremost role in determining the purpose of study. The researcher proposes 4 research questions and it is followed by 4 hypotheses. This study tries to evaluate the research work based on qualitative methodology. Surveys and interviews, which are conducted by the researcher, aim to 108 women entrepreneurs. The results show the main reasons, the failure factors, the success factors, and the obstacles of doing business at food and beverage sector that can influence business sustainability.

Keywords: Women Entrepreneurs, SMEs, Food & Beverage.

ABSTRAK

Makanan dan minuman merupakan salah satu sektor bisnis yang penting di Indonesia. Perempuan Indonesia diketahui mendominasi UKM di sektor ini. Ada alasan besar di balik peningkatan dramatis pengusaha perempuan di Indonesia. Sayangnya, kurangnya faktor keberhasilan dan keberlanjutan menjadi kendala saat ini bagi sebuah bisnis kuliner. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sifat perempuan pengusaha saat ini dan menganalisis kesenjangan antara gelombang pengusaha perempuan dan keberlanjutan bisnis. Untuk memperkuat masalah pernyataan, pertanyaan penelitian memainkan peran utama dalam menentukan tujuan penelitian. Peneliti mengajukan 4 pertanyaan penelitian dan diikuti dengan 4 hipotesis. Studi ini mencoba mengevaluasi pekerjaan penelitian berdasarkan metodologi kualitatif. Survei dan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap 108 perempuan pengusaha. Hasil penelitian menunjukkan alasan utama, faktor kegagalan, faktor keberhasilan, dan hambatan dalam menjalankan usaha di bidang makanan dan minuman yang dapat mempengaruhi keberlangsungan usaha.

Kata kunci: Pengusaha Wanita, UKM, Makanan & Minuman.

1. Pendahuluan

Indonesia berada pada peringkat keempat negara berpenduduk besar di dunia pada tahun 2014 (Worldometers, 2014). Indonesia adalah negara dengan sekitar 17.000 pulau dan mahir dalam banyak budaya dan tradisi dengan caranya sendiri. Menurut laporan indeks kependudukan tahun 2013, penduduk Indonesia yang termasuk dalam kelompok umur 15 tahun ke atas berjumlah sekitar 179.967.361, dan 6,17% diantaranya adalah pengangguran (Central Bureau of Statistic, 2012). Statistik pengangguran ini mengalami penurunan jika dibandingkan dengan angka dari tahun-tahun sebelumnya menjadi 10%. Pemerintah Indonesia sangat terlibat dalam menurunkan persentase pengangguran di Indonesia, khususnya dengan memberdayakan perempuan untuk menciptakan usaha sendiri sehingga mampu memenuhi

kebutuhan hidupnya. Berlawanan dengan tren tradisional, laju evolusi pengusaha perempuan menjanjikan beberapa tahun terakhir yang dianggap sebagai peta jalan untuk mengurangi kemiskinan dan meningkatkan perekonomian negara secara keseluruhan. Banyaknya pengangguran di Indonesia membuat perekonomian di Indonesia menjadi lemah bahkan semakin parah. Dalam hal pengangguran, sebagian besar adalah perempuan. Fenomena ini disebabkan bukan hanya karena latar belakang pendidikan perempuan, tetapi juga karena adanya diskriminasi terhadap perempuan pekerja

Saat ini banyak wanita Indonesia yang mulai menjalankan bisnis sendiri dan beberapa diantaranya sudah mulai sukses dalam karir dan bisnisnya juga. Oleh karena itu, kewirausahaan perempuan dalam usaha kecil merupakan salah satu isu penting yang harus dibahas dalam perekonomian Indonesia. Di Indonesia, sama dengan negara berkembang lainnya, pengembangan wirausaha perempuan memiliki potensi yang sangat besar sebagai penopang utama pemberdayaan perempuan dan sebagai transformasi sosial yang akan berdampak positif pada penurunan angka pengangguran dan kemiskinan. Namun, tidak hanya di Indonesia tetapi juga di beberapa negara berkembang lainnya, terutama jika mereka memiliki masalah ekonomi yang tercermin dari pendapatan per kapita dan tingkat industrialisasi yang rendah, potensi perempuan masih belum sepenuhnya terwujud dan memiliki kondisi yang berbeda dengan negara maju. Di negara-negara berkembang di Asia, pertumbuhan kewirausahaan perempuan masih rendah dan dipengaruhi oleh beberapa faktor langsung dan tidak langsung. Faktor langsung dapat mencakup tekanan ekonomi dan latar belakang sosial. Faktor tidak langsung lainnya dapat berupa kebijakan pemerintah dan stabilitas ekonomi sosial. Keduanya saling terkait dalam mempengaruhi keputusan atau keinginan perempuan untuk berwirausaha (Purwati, dkk 2021).

Saat ini, sejak krisis keuangan Asia tahun 1997 hingga 1998, pemberdayaan perempuan menjadi salah satu tujuannya. Perhatian penuh pada kewirausahaan di Indonesia lebih sejak saat itu. Peningkatan tersebut tidak terlepas dari kesadaran bahwa penciptaan perempuan pengusaha akan sangat membantu pemerintah dalam memerangi kemiskinan, tetapi juga sangat penting sebagai salah satu penggerak pembangunan ekonomi dan kemajuan sosial. Kewirausahaan di luar tren sektor yang didominasi laki-laki baru-baru ini terlihat jatuh ke tangan perempuan. Kemunculan pengusaha perempuan di UKM sedang diperhatikan di berbagai pelosok tanah air, mulai dari restoran, pet shop, salon, supermarket, hingga real estate. Salah satu sektor penting dari jejak kewirausahaan perempuan adalah sektor makanan dan minuman. Saat ini, banyak usaha kecil dan menengah yang sangat diperhatikan di sektor Food & Beverage di Indonesia. Peningkatan dramatis pengusaha perempuan di Indonesia menjadi salah satu pasar berkembang dan bernilai tinggi di negara-negara Asia. Menyatakan fakta-fakta menarik tentang potensi pengusaha perempuan, kurangnya faktor keberhasilan dan keberlanjutan meninggalkan pertanyaan untuk proses pemikiran kami. Proses pemikiran ini mengarah pada rumusan masalah dari karya penelitian ini.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik perempuan wirausaha di Indonesia yang dapat dilihat dari beberapa aspek seperti, rentang usia, latar belakang pendidikan, dan panutan. Dengan demikian, pola wirausaha perempuan Indonesia akan lebih mudah digariskan. Selain itu, masalah di balik faktor dominasi bisnis jangka panjang sedang dianalisis oleh tesis ini untuk memahami perangkat sistem saat ini dan kurangnya dukungan dari faktor eksternal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang melatarbelakangi kurangnya keberlanjutan dalam menjalankan bisnis di sektor makanan dan minuman di Indonesia, sehingga membuka jalan untuk memposisikan pengusaha perempuan di sektor tersebut dengan metode yang diperlukan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami sifat saat ini dari semangat kewirausahaan perempuan di usaha kecil dan menengah – studi yang lebih fokus pada sektor makanan dan minuman; menganalisis kesenjangan antara lonjakan pengusaha perempuan dan keberlanjutan mereka di sektor makanan dan minuman; sehingga menjembatani kesenjangan

dengan model teoritis dan metodologi penelitian untuk memposisikan pengusaha perempuan di UKM khususnya di sektor makanan dan minuman.

Untuk mendukung argumen atau pernyataan masalah dari sebuah karya penelitian, pertanyaan penelitian memainkan peran utama dan vital dalam menentukan tujuan penelitian. Studi ini mengusulkan pertanyaan penelitian berikut:

1. Apa faktor eksternal utama yang mempengaruhi tingkat keberhasilan wirausaha perempuan di Indonesia?
2. Apakah pemerintah Indonesia mendukung pengusaha perempuan di sektor makanan dan minuman?
3. Apakah kurangnya keterampilan manajemen mempengaruhi keberlangsungan usaha yang dibentuk oleh perempuan pengusaha?
4. Apa kendala utama yang dihadapi pengusaha perempuan Indonesia di sektor makanan dan minuman?

Penelitian ini akan bertujuan untuk mengetahui bagaimana perempuan pengusaha mengambil peran penting dalam sektor makanan & minuman di Indonesia, dan bagaimana pola kesenjangan antara gelombang pengusaha perempuan dan keberlanjutan mereka dalam menjalankan bisnis. Ini akan fokus hanya pada bidang usaha kecil dan menengah di sektor makanan & minuman di Indonesia. Keluaran yang dapat diambil dari hasil tersebut adalah pengetahuan tentang faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberlangsungan usaha yang dilakukan oleh perempuan, kondisi pengusaha perempuan Indonesia saat ini, dan isu-isu pemerintah dalam mendukung kewirausahaan perempuan.

2. Tinjauan Pustaka

Istilah kewirausahaan sering dikacaukan dengan pengertian wirausaha dan wirausaha (Helmi, 2009). Para ahli telah memberikan definisi yang cukup tentang kewirausahaan, kewirausahaan dan wirausaha. Wirausaha adalah kegiatan dalam menjalankan usaha, sedangkan wirausaha adalah jiwa wirausaha yang dibangun untuk menjembatani kesenjangan antara pengetahuan dan kemampuan di lapangan. Kewirausahaan adalah pernyataan hidup tentang fakta bahwa individu dapat dikembangkan, pandangan dapat diubah, dan ide-ide mereka dapat diubah menjadi tindakan melalui program yang terorganisir dan sistematis bagi wirausahawan (Hani, Racmania, Setyaningsih, & Putri, 2012). Kewirausahaan dianggap sebagai salah satu strategi pembangunan ekonomi terbaik untuk mengembangkan pertumbuhan ekonomi negara dan menopang daya saing negara dalam menghadapi tren globalisasi yang semakin meningkat (Keat, Selvarajah, & Meyer, 2011). Di sisi lain, wirausahawan adalah seseorang yang memiliki dan menjalankan bisnis atas tanggungan dan risikonya sendiri (Driessen & Zwart, 2010) Pengusaha adalah pembawa risiko, koordinator dan penyelenggara, pengisi celah, pemimpin, dan inovator atau peniru kreatif (Bula, 2012). Pengusaha selalu mengambil risiko membeli dengan harga tetap, tetapi menjualnya dengan harga yang tidak pasti. Wirausahawan adalah individu pengambil risiko yang mengambil tindakan untuk mengejar peluang yang gagal dikenali orang lain, atau bahkan mungkin dianggap sebagai masalah atau ancaman (Schermerhorn, 2010). Sebagian besar memulai bisnis mereka antara usia 22 dan 45 tahun, rentang usia yang tampaknya memungkinkan untuk mengambil risiko (Schermerhorn, 2010).

Kegiatan berwirausaha dapat dilakukan dengan tiga cara, yaitu memiliki modal sekaligus sebagai pengelola, menempatkan modal tetapi mitra usaha menangani pengelolaan, dan bagi hasil (Echdar, 2013). Ada 4 komponen kompetensi kewirausahaan, motivasi, karakteristik, kapabilitas, dan pengetahuan (Driessen & Zwart, 2010).

1. Motivasi

Setiap pebisnis juga memiliki motif yang berbeda-beda dalam menjalankan bisnisnya. Beberapa faktor dapat memicu seseorang untuk membangun suatu usaha, beberapa di antaranya membangun usaha karena paksaan ekonomi tetapi yang lain bisa karena hobi.

2. Karakteristik

Orang-orang memiliki gaya mereka sendiri untuk berpikir. Gaya berpikir ini akan mempengaruhi perilaku dan menciptakan karakteristik. Gaya berpikir ini sangat mempengaruhi dari sudut pandang mana suatu situasi atau masalah didekati: preferensi gaya berpikir. Demikian pula, wirausahawan juga memiliki gaya berpikirnya sendiri, dan itu akan membentuk ciri khas mereka sebagai seorang wirausaha.

3. Kemampuan

Karakteristik seseorang lebih sulit diubah daripada kemampuan seseorang. Belajar akan membantu seseorang untuk mengubah kemampuannya dengan mudah. Kreativitas, fleksibilitas, kepemimpinan, perencanaan strategis, motivasi, dan pengendalian keuangan diperlukan oleh pengusaha untuk menjadi sukses.

4. Pengetahuan

Komponen terakhir adalah pengetahuan. Setiap wirausahawan harus memiliki lebih banyak pengetahuan dan informasi, misalnya pengetahuan tentang administrasi bisnis, prinsip-prinsip pemasaran, keuangan, hukum, dan potensi bisnis.

Menjadi seorang wirausahawan memiliki keuntungan tersendiri seperti; mendukung pertumbuhan ekonomi, meningkatkan produktivitas, menciptakan teknologi, produk, dan layanan baru; dan menciptakan perubahan dan persaingan di pasar (Echdar, 2013). Selain itu, kreativitas dalam mengungkapkan ide-ide baru juga diperlukan untuk keberlangsungan bisnis. Pengusaha harus kreatif untuk bersaing dengan orang lain; jika tidak bisnis tidak dapat berkembang bahkan bangkrut. Keyakinan dan kemandirian yang tinggi untuk mencari keuntungan dan peluang juga sangat penting dimiliki oleh para pebisnis agar bisnis dapat bersaing. Ada empat macam ciri dan cara sebagai kualifikasi wirausaha (innovative entrepreneur) (Echdar, 2013) ;

1. Berpikir dan bertindak secara strategis dan adaptif terhadap perubahan.
2. Cobalah untuk mendapatkan keuntungan dalam kepuasan pelanggan dan kontrol kualitas total (TQC).
3. Mengontrol kekuatan dan kelemahan bisnis serta meningkatkan kemampuan sistem pengendalian internal.
4. Meningkatkan kemampuan usaha dengan meningkatkan motivasi kerja dan semangat kerja.

Pengusaha yang sukses harus menjadi orang dengan kompetensi teknis, inisiatif, penilaian yang baik, kecerdasan, kualitas kepemimpinan, kepercayaan diri, energi, sikap, kreativitas, keadilan, kejujuran, kebijaksanaan dan stabilitas emosional (Balasundaram, 2008). Dengan demikian, tidak mudah, tetapi juga tidak terlalu sulit untuk menjadi seorang wirausahawan kecuali dia memiliki beberapa karakteristik wirausahawan. Timmons menganalisis bahwa lebih dari 50 studi menemukan konsensus seputar enam karakteristik umum wirausahawan; komitmen dan tekad; kepemimpinan; obsesi kesempatan; toleransi risiko, ambiguitas dan ketidakpastian; kreativitas, kemandirian dan kemampuan untuk beradaptasi; dan motivasi untuk berprestasi (Balasundaram, 2008). Seperti yang ditunjukkan pada gambar 1, ciri-ciri kepribadian khas wirausahawan meliputi yang berikut ini (Schermerhorn, 2010).



Gambar 1. Personality traits and characteristics of entrepreneurs

Sumber : Schermerhorn, 2010

1. Locus of control internal, adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa apa yang terjadi berada dalam kendalinya (Schermerhorn, 2010). Orang yang menganggap nasibnya sangat tergantung pada dirinya sendiri disebut tipe locus of control internal. Sebaliknya yang menganggap nasibnya ditentukan oleh beberapa faktor di luar dirinya, orang lain tersebut disebut sebagai locus of control eksternal. Bagi seorang wirausahawan sudah selayaknya memiliki karakteristik locus of control internal dimana keberhasilan usahanya tergantung pada dirinya sendiri, bagaimana menjalankan dan memimpin tidak tergantung pada lingkungan eksternal.
2. Tingkat energi yang tinggi, seorang wirausaha harus memiliki semangat yang besar dan memiliki keinginan yang kuat untuk berbisnis. Tanpa itu, bisnis tidak dapat berkembang dan meraih kesuksesan.
3. Kebutuhan akan prestasi yang tinggi, tantangan dan hambatan yang harus dihadapi dan diselesaikan agar usaha dapat berkembang. Semakin besar bisnis, semakin banyak tantangan dan persaingan yang akan dihadapi, oleh karena itu seorang wirausahawan harus siap menerima segala kemungkinan yang mungkin terjadi dalam prosesnya.
4. Toleransi terhadap ambiguitas, sebagai pengambil risiko, seorang pengusaha harus terbiasa dengan kondisi pasar saat ini; jika tidak, bisnis akan terjebak dalam kegagalan.
5. Percaya diri, setiap wirausahawan harus memiliki kekuatan sendiri tanpa bergantung pada orang lain. Sebagai seorang pemimpin, kepercayaan diri sangat dibutuhkan dan penting. Semua pengusaha harus percaya diri dan harus bisa mengambil keputusan sendiri.
6. Passion and Action Orientation, seorang wirausahawan harus segera dapat mengambil tindakan tertentu terhadap isu dan tantangan yang sedang dihadapi bisnis. Seorang wirausahawan tidak akan memiliki analisis yang panjang untuk memecahkan masalah yang dihadapi, tetapi tindakan nyata dan segera lebih diperlukan.
7. Kemandirian dan keinginan untuk mandiri, memiliki keterampilan kepemimpinan diperlukan untuk pemilik bisnis. Keterampilan ini dapat membantu untuk mengatur dan menjalankan bisnis. Wirausahawan memiliki keinginan untuk mandiri dengan menjadi pemimpin bagi dirinya sendiri dan tidak mau bekerja untuk orang lain.
8. Wirausahawan selalu fleksibel dalam waktu kerja. Mereka mampu mengatur waktu mereka sendiri untuk melakukan bisnis mereka sendiri. Tidak akan ada jam kantor bagi pengusaha. Selain itu, dalam menghadapi masalah, mereka harus bisa mengubah strategi jika tindakan pertama tidak berhasil.

Women Entrepreneurs

Jumlah pengusaha perempuan tidak sebanyak laki-laki, dan pada awalnya terbatas hanya untuk beberapa bisnis tertentu seperti salon, fashion, dan catering. Wanita pengusaha adalah wanita yang bergerak di bidang bisnis. Pengusaha perempuan sebagai perempuan yang memainkan peran menawan dengan berulang kali berinteraksi dan secara tajam menyesuaikan diri dengan lingkungan keuangan, sosial ekonomi, dan dukungan di masyarakat (Iyiola & Azuh, 2014). Perempuan-perempuan ini bekerja sebagai wirausaha karena beberapa faktor seperti ingin menunjukkan kemampuannya sebagai prestasi, membantu perekonomian rumah tangga, bosan dengan pekerjaan sebelumnya atau sebagai ibu rumah tangga. Motivasi yang mendorong perempuan berwirausaha adalah; perempuan melihat peluang bisnis, ingin mencari pengalaman, memiliki penghasilan lebih dan ingin mandiri dalam keuangan, serta ingin memiliki fleksibilitas dan kontrol sendiri atas hidup mereka.

Banyak wanita terjun ke bidang bisnis. Jumlah perusahaan milik perempuan tumbuh dengan kecepatan yang lebih cepat dibandingkan dengan bagian counter laki-laki (Niethammer, 2013). Yayasan nasional untuk pemilik bisnis wanita (NFWBO) melaporkan bahwa wanita memiliki lebih dari 9 juta bisnis di AS (Schermerhorn, 2010). Beberapa alasan wanita dalam berbisnis didorong oleh beberapa faktor antara lain karena ingin menunjukkan kemampuan kinerjanya, untuk menghidupi keluarga, dan alasan pribadi lainnya. Pengembangan wirausaha perempuan mendorong proses pemberdayaan perempuan dan transformasi sosial. Kewirausahaan perempuan akan semakin penting baik untuk bisnis maupun pembangunan (Niethammer, 2013). Di beberapa negara, bisnis milik wanita meningkat pesat. Meski demikian, perempuan tetap saja mengalami diskriminasi sebagai pengusaha. Ada faktor utama yang menghambat perempuan dari usaha bisnis; sebagian besar diskriminasi berbasis gender, kurangnya dukungan bersama, akses informasi terbatas atau tidak ada sama sekali, fasilitas pendidikan & pelatihan yang tidak memadai, kurangnya kepercayaan pada kemampuan seseorang dan akses ke sumber daya (Iyiola & Azuh, 2014). Faktor-faktor tersebut dapat menjadi tantangan bagi perempuan untuk melakukan bisnis.

Usaha yang dibuka oleh perempuan cenderung lebih kecil dibandingkan laki-laki. Cara perusahaan milik perempuan cenderung terstruktur secara berbeda dari laki-laki (kurangnya akses ke kewajiban terbatas) dan representasi perempuan yang lebih besar di antara bisnis rumahan terkait dengan perbedaan sistemik dalam cara sistem hukum memandang pemilik bisnis laki-laki dan perempuan (APEC, 1999). Perbedaan antara wanita dan pria dalam bisnis juga dapat dilihat dari pengalaman dimana pria biasanya memiliki lebih banyak pengalaman dalam bisnis daripada wanita. Selain itu, pria memiliki ekspektasi yang lebih tinggi, dan juga dapat melihat peluang bisnis lebih banyak daripada wanita. Selain itu, pria lebih cenderung memiliki perusahaan pemberi kerja dan pria menghabiskan sedikit lebih banyak waktu untuk usaha baru mereka daripada wanita (Wube, 2010). Di sisi lain, pengusaha wanita akan lebih memilih risiko bisnis yang lebih rendah daripada pria. Namun secara umum, latar belakang pendidikan pengusaha laki-laki dan perempuan hampir sama (Wube, 2010). Walaupun tidak semua wanita mengenyam pendidikan tinggi, namun saat ini sebagian besar wanita berpendidikan tinggi dan sebagian dari mereka mengambil sekolah bisnis kemudian membuka usaha sendiri.

Women Empowerment

Dari apa yang diketahui hingga saat ini di tujuh ekonomi yang termasuk dalam volume ini, perempuan memiliki dan mengoperasikan sekitar sepertiga perusahaan di sektor formal ekonomi APEC: sekitar 30% di Indonesia; 31% di Meksiko; 32% di Korea; 33% di Kanada; 34% di Filipina; dan 38% di Amerika Serikat (APEC, 1999). Secara signifikan, ada bukti kemajuan yang dialami perempuan Indonesia. Namun hal ini saja tidak cukup karena masih adanya diskriminasi di beberapa bidang bagi perempuan di Indonesia, khususnya bagi perempuan pengusaha. Oleh karena itu, Indonesia sejak sebelum kemerdekaan masih berjuang untuk

memberdayakan perempuan Indonesia. Sebagian besar perempuan di Indonesia tidak memiliki pekerjaan dan bergantung pada suami atau keluarganya. Namun sekarang banyak organisasi yang mengatasinya dimana organisasi ini membantu perempuan untuk memiliki penghasilan sendiri.

Ikatan Pengusaha Wanita Indonesia (IWAPI) adalah organisasi nirlaba yang mendukung pengusaha wanita. IWAPI diciptakan untuk memberdayakan dan memperkuat perempuan Indonesia dalam usaha kecil menengah (UKM). Dengan meningkatkan kemampuan perempuan dalam mengelola bisnis, serta memberikan mereka kesempatan untuk mengakses teknologi, pemasaran dan jaringan keuangan, mereka akan siap menjadi perempuan mandiri dengan membangun bisnis mereka sendiri. Dalam beberapa tahun terakhir, IWAPI telah aktif melakukan banyak pelatihan dan program lainnya untuk menghasilkan lebih banyak perempuan sebagai wirausaha (Tambunan, 2012). Melalui pelatihan ini, IWAPI berhasil mendidik perempuan Indonesia menjadi wirausaha.

Sebagian besar pengusaha wanita Indonesia menjalankan bisnis di usia 30-an atau 40-an, sebagian besar sudah menikah, dan sebagian besar memiliki anak, sehingga pemilik bisnis wanita menghadapi tanggung jawab ganda untuk mengembangkan bisnis dan membesarkan keluarga (APEC, 1999). Beberapa dari mereka memiliki pekerjaan rangkap di mana mereka harus mengurus keluarga dan menjalankan bisnis. Kepemimpinan perempuan di Korea Selatan, Indonesia, dan Vietnam terutama terlihat ketika membuat keputusan tentang pendidikan anak-anak mereka, dan perempuan juga merupakan pengambil keputusan utama dalam hal pembelian rumah tangga utama (Niethammer, 2013). Selain itu, aspek budaya masih kental di kalangan masyarakat Indonesia. Pengusaha wanita dituntut untuk bisa mengatur waktu untuk keluarga dan bisnis. Terkadang pada titik tertentu mereka harus bisa memilih di antara dua pilihan itu. Oleh karena itu, biasanya bisnis yang dimiliki wanita tidak bisa bertahan lebih lama. Bisnis milik wanita umumnya lebih muda dari bisnis lain (APEC, 1999). Fenomena ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor, bisa terjadi karena faktor Internal maupun faktor eksternal.

Pada tahun 2011 jumlah wirausahawan di Indonesia hanya di bawah 2% dari total penduduk sekitar 220 juta orang (49% adalah perempuan), dan jumlah wirausaha perempuan diperkirakan di bawah 1% (Tambunan, 2012). Dalam artikel online di Indonesia tahun 2013 (economy.Okezone.com), diketahui pengusaha Indonesia membutuhkan 4,8 persen dari populasi, untuk mendukung UKM. Dengan mendorong perempuan; itu akan meningkatkan persentase pengusaha di Indonesia. Ini karena wanita lebih kreatif. Saat ini, Indonesia masih memiliki 0,1 persen perempuan Indonesia yang menjadi pengusaha.

Selain itu, Wanita sering kali masuk ke dalam kepemilikan bisnis dengan pengalaman yang kurang formal dibandingkan pria (APEC, 1999). Hal ini juga dapat memicu kegagalan dalam berbisnis bagi perempuan. Untuk melakukan suatu usaha diperlukan keahlian dan pengalaman khusus. Oleh karena itu, bisnis akan bertahan lebih lama dan mendapatkan manfaat maksimal darinya. Apalagi diketahui jumlah perempuan pengusaha di Indonesia masih terbilang sangat sedikit. Studi proyek implementasi partisipasi perusahaan swasta (PEP) tentang Women in Business di Indonesia menemukan bahwa pengusaha wanita yang paling sukses adalah mereka yang memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi (IFC-PENSA & IWAPI, 2015). Tidak semua perempuan Indonesia berpendidikan tinggi, terutama di beberapa kota kecil di Indonesia.

Berdasarkan tingkat pendidikan yang dimiliki oleh pengusaha di Indonesia, diketahui bahwa laki-laki memiliki pendidikan yang lebih tinggi dibandingkan dengan perempuan. Terlihat pada tabel 1 di bawah yang menjelaskan perbedaan jumlah wirausahawan pria dan wanita berdasarkan latar belakang akademisnya. Berdasarkan data tersebut, sebagian besar perempuan Indonesia masih membutuhkan bimbingan dalam membangun usaha sendiri agar terhindar dari kegagalan, hal ini dikarenakan ketika perempuan memiliki latar belakang pendidikan yang rendah, maka tidak menutup kemungkinan ia juga memiliki kemampuan manajerial yang rendah dan juga kurangnya pengetahuan tentang bisnis.

Tabel 1. Jumlah Industri Kecil dan Rumah Tangga Menurut Jenis Kelamin Pengusaha dan Tingkat Pendidikan Pengusaha

Level of Education Accomplished by Entrepreneurs	Gender	
	Female	Male
Did Not Graduate From Elementary	392,414	405,848
Graduated From Elementary School	476,530	846,204
Graduated From Junior High School	102,429	267,133
Graduated From Senior High School and 1 year Diploma Program/2 years Diploma Program	42,210	174,202
Graduated From a 3 yr. Diploma Program	1,414	8,574
Graduated From University	42	11,700
Total	1,015,039	1,713,661

Sumber: Central Bureau of Statistic (BPS), Profile of small scale, 2002.

Women dominated sectors

Mayoritas bisnis milik wanita berbeda di setiap negara. Misalnya, tingkat tertinggi bisnis yang dimiliki wanita Di AS adalah dalam konstruksi dan perdagangan grosir sementara di Kanada di sektor konstruksi, transportasi, penyimpanan dan komunikasi.

Pengusaha wanita Indonesia dikenal tersebar di beberapa sektor usaha. Ikatan Pengusaha Wanita Indonesia (IWAPI) hingga saat ini memiliki keanggotaan hampir 16.000 anggota yang tersebar di 30 provinsi yang bergerak di berbagai sektor, seperti industri, jasa, pendidikan, perdagangan, pertambangan dan sektor lainnya dan sebagian besar menjalankan usaha kecil (85%) , beberapa dari mereka memiliki usaha menengah (13%) dan beberapa (2%) memiliki usaha besar (IFC-PENSA & IWAPI, 2015). Sebagian besar dari mereka melakukan bisnis di bidang makanan dan minuman. Di Indonesia, di mana data UKM sebagian besar terbatas pada sektor manufaktur, perempuan terkonsentrasi di industri makanan, minuman, dan tembakau (APEC, 1999). Diharapkan sebagian besar dari mereka sudah menikah dan akan lebih mudah bagi mereka ketika bisnis, misalnya restoran, dibangun di dekat rumah mereka. Mereka mampu mengatur waktu antara keluarga/rumah tangga dan bisnis dengan mudah.

Terdapat beberapa perbedaan gender pada jenis usaha yang dimiliki oleh perempuan dan laki-laki. Produk dan jasa utama yang dimiliki perempuan cenderung pada usaha katering dan barang-barang yang tidak tahan lama. Tambunan menyimpulkan bahwa perempuan Indonesia lebih cenderung memiliki usaha di bidang jasa, industri makanan dan perdagangan daripada di bidang transportasi atau konstruksi karena keterbatasan modal awal.

Berdasarkan tabel 2, sektor katering dan jasa sanitasi serta produksi barang tidak tahan lama memiliki peran yang dominan di kalangan pengusaha perempuan di Indonesia, yaitu masing-masing sekitar 19%. Di sisi lain, laki-laki lebih dominan di sektor perdagangan umum dan diikuti oleh jasa konstruksi

Tabel 2. Distribusi Jenis Usaha

Type of Business	Women-Owned Business			Man-Owned Business		
	Tender	Non-Tender	Total	Tender	Non-Tender	Total
	n=101	n=102	n=203	n=103	n=100	n=203
Catering and Sanitation Services	13%	25%	19%	9%	13%	11%
Production of Non-Durable Goods	14%	25%	19%	5%	14%	9%
General Trading	5%	21%	13%	12%	20%	16%
Technical Consulting Services	17%	6%	11%	13%	6%	9%
Construction Services	13%	6%	9%	17%	9%	13%
Consultant Services	11%	3%	7%	7%	6%	6%
Medical Equipment Trade	10%	0%	5%	14%	2%	8%
Stationery Trading	7%	1%	4%	2%	1%	1%
Rental/Security/Travel Services	2%	5%	3%	4%	5%	4%
Production of Durable Goods	1%	5%	3%	4%	8%	6%
Heavy Equipment/Electrical Trading	4%	1%	2%	5%	5%	5%
Printing Services	3%	1%	2%	6%	8%	7%
Trading of Building Materials / Chemical Materials	1%	2%	1%	5%	3%	4%

Sumber : MCA Indonesia

Overview of food and Beverage sector in SMEs in Indonesia

Hampir di setiap negara, UKM memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian negara. Setelah Indonesia bebas dari krisis pada tahun 1997-1998, UKM di Indonesia mulai berkembang pesat. UKM di Indonesia sering dikaitkan dengan masalah ekonomi dan sosial dimana Indonesia memiliki tingkat kemiskinan dan ketimpangan pendapatan yang tinggi serta pengangguran yang tinggi. Tambunan (2006) mengatakan dalam penelitiannya, "UKM secara historis telah menjadi pemain utama dalam perekonomian Indonesia, terutama sebagai penyedia lapangan kerja terbesar, dan sumber pendapatan primer atau sekunder bagi banyak Rumah Tangga". Dengan berkembangnya pertumbuhan UKM di Indonesia akan dapat membantu pemerintah dalam menyelesaikan beberapa permasalahan seperti kemiskinan yang tinggi dan pengangguran yang juga relatif tinggi.

Menurut peraturan perundang-undangan Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah disebutkan bahwa Kriteria Usaha Kecil di Indonesia adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000/US\$ 3.935, 47 (tarif 9 Januari 2015, US\$ 1 = Rp 12.705,05) sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000 / US\$ 39.354.43 (tarif 9 Januari 2015, US\$ 1 = Rp 12.705,05) tidak termasuk tanah dan bangunan . Atau harus memiliki penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000 / US\$ 23.612,66 (tarif 9 Januari 2015, US\$1 = Rp 12.705,05) hingga paling banyak Rp2.500.000.000 /US\$196.772,15 (tarif 9 Januari 2015, US\$ 1 = Rp 12.705,05).

Sedangkan Kriteria Usaha Menengah di Indonesia adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari 500.000.000 / US\$ 39.354.43 (tarif 9 Januari 2015, US\$ 1 = Rp 12.705,05) sampai dengan Rp10.000.000 .000 / US\$ 787.088,60 (tarif 9 Januari 2015, US\$ 1 = Rp 12.705,05), tidak termasuk tanah dan bangunan. Atau harus memiliki penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000 / US\$ 196.772,15 (tarif 9 Januari 2015, US\$1 = Rp 12.705,05) sampai dengan Rp50.000.000.000 /US\$ 3.935.442,99 (tarif 9 Januari 2015, US\$ 1 = Rp 12.705,05).

Dalam menetapkan kebijakan dan regulasi, pemerintah Indonesia memberikan kemudahan bagi seluruh pengusaha di UKM. Sesuai dengan peraturan perundang-undangan tentang UKM, disebutkan bahwa pemerintah Indonesia akan membantu para pelaku Usaha Mikro dan Kecil untuk memperoleh pembiayaan/permodalan dan jasa/produk keuangan lainnya yang disediakan oleh bank dan lembaga keuangan bukan bank, baik yang

menggunakan sistem konvensional maupun yang menggunakan sistem syariah. dengan jaminan. Selain itu, pemerintah Indonesia juga berjanji akan mengadakan infrastruktur publik yang dapat mendorong dan mengembangkan pertumbuhan UKM; dan menawarkan keringanan tarif infrastruktur tertentu untuk sektor usaha mikro dan kecil.

Indonesia sebagai negara berkembang, negara muslim, dan sebagai negara yang telah berkomitmen terhadap Millenium Development Goals (MDGs) menghadapi banyak tantangan dalam mengembangkan UKM khususnya di sektor makanan dan minuman. Meningkatnya pertumbuhan UKM di Indonesia seperti yang telah dibahas sebelumnya didominasi oleh industri makanan dan minuman. Bisnis di bidang makanan dan minuman telah mengalami pertumbuhan yang signifikan di Indonesia, dimana puncaknya terjadi pada tahun 2009. Namun pada tahun 2010, sektor usaha ini sempat mengalami drop dan bangkit kembali pada tahun 2011.

Pelaku bisnis makanan dan minuman tumbuh positif. Saat ini di Indonesia banyak sekali ragam produk makanan dan minuman yang diinovasi oleh para pengusaha. Memberikan keuntungan bagi pelaku usaha, namun juga dapat menyerap tenaga kerja yang cukup besar dan membuka peluang usaha baru bagi yang lain. Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi pemimpin industri makanan dan minuman di pasar global. Produk makanan dan minuman Indonesia memiliki prospek yang besar seiring dengan berkembangnya perekonomian Indonesia dan dukungan bahan baku lokal. Berdasarkan catatan Event Director Food Bahan Asia, Indonesia merupakan konsumen bahan makanan terbesar (51%) di Asia Tenggara. Sekitar 14% pengusaha melakukan bisnisnya di sektor makanan minuman, dan 94% di antaranya termasuk dalam UMKM.

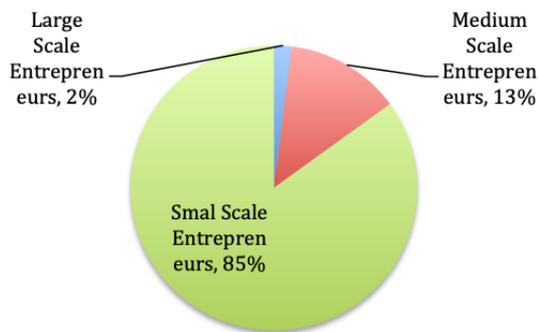
Meski demikian, Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI) menilai industri makanan dan minuman diprediksi akan menghadapi sejumlah tantangan dalam beberapa tahun ke depan akibat kebijakan, regulasi, dan perekonomian Indonesia yang belum stabil. Melemahnya mata uang Indonesia dan isu kenaikan upah minimum Indonesia akan berpengaruh besar terhadap keberlangsungan UKM khususnya di industri makanan dan minuman.

Ketua Umum Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Indonesia (GAPMMI) mengatakan nilai tukar rupiah yang semakin melemah dapat berdampak pada naiknya harga pokok industri dan akan mempengaruhi harga bahan baku seperti gandum, gula, dan lain-lain. Para pengusaha industri makanan dan minuman khususnya di UKM harus siap menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) pada tahun 2015. Namun, untuk skala usaha kecil masih jauh dari siap. MEA akan diterapkan pada Desember 2015, barang dan jasa akan bebas masuk dan keluar di negara-negara ASEAN. Perdagangan Intra-ASEAN sendiri diperkirakan mencapai 25%. Di Indonesia, sekitar 90% industri makanan dan minuman adalah skala kecil dan menengah, tetapi outputnya diperkirakan hanya 15%. MEA tentunya akan menambah daya saing pasar, khususnya bagi para pengusaha makanan dan minuman di UKM. Rendahnya kualitas UKM, terbatasnya akses pasar dan fasilitas, terbatasnya akses keuangan, dan kenaikan upah menjadi faktor yang membuat UKM menghadapi beberapa kesulitan dalam menghadapi MEA.

The Passionate in SMEs at Food and beverage Manufacture

Ketentuan pemerintah tersebut ditujukan kepada seluruh pengusaha yang bergerak di bidang UKM tanpa diskriminasi termasuk bagi pengusaha perempuan. Dari beberapa penelitian, menunjukkan bahwa pemilik usaha UKM percaya bahwa mereka cenderung bekerja lebih keras, menghasilkan lebih banyak uang, dan lebih bangga daripada bekerja untuk sebuah perusahaan. Penghasilan yang diperoleh dari usaha tersebut dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari dibandingkan dengan bekerja pada orang lain. Diperkirakan UKM milik perempuan mewakili 31 hingga 38 persen (8 hingga 10 juta) UKM formal di pasar negara berkembang. Memiliki usaha sendiri memberikan kepuasan tersendiri yang antara lain selain mendapatkan

penghasilan yang lebih banyak juga tidak dibatasi oleh jam kantor sehingga memudahkan pengusaha wanita untuk mengatur waktu antara keluarga dan bisnis. Pengusaha wanita Indonesia sebagian besar memiliki usaha di sektor Usaha Kecil dan Menengah. Dari data yang diperoleh dari IWAPI, diketahui bahwa mayoritas wirausaha perempuan di Indonesia bergerak di sektor usaha kecil, disusul oleh sektor usaha menengah. Terlihat pada Gambar 2 di bawah ini.



Gambar 2. Pengusaha Wanita di Indonesia

Sumber: Database Keanggotaan Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI)

Sektor UKM menjadi salah satu wadah pemberdayaan ekonomi perempuan, namun perempuan masih menemui kendala dalam perekonomian melalui sektor UKM. Kendala yang ditemukan seperti akses keuangan, pendaftaran usaha, pajak, retribusi dan retribusi. Meskipun pemerintah Indonesia telah menjanjikan bantuan dalam bentuk pinjaman modal untuk pengusaha di sektor UKM, namun pengusaha perempuan khususnya masih mengalami beberapa kesulitan seperti yang disebutkan sebelumnya. Hal ini dapat disebabkan karena buruknya sistem yang dimiliki oleh pemerintah untuk mengatur dan membantu para pengusaha di sektor UKM.

Kondisi pengusaha wanita berkembang pesat terlihat dari banyaknya usaha kecil menengah di Indonesia yang telah dibangun dengan berbagai ragam dan mendulang kesuksesan. Tidak ada yang tahu persis jumlah perempuan pengusaha di Indonesia, dengan kata lain, Indonesia tidak memiliki data nasional tentang jumlah perempuan yang memiliki usaha. Dalam beberapa tahun terakhir, ada banyak organisasi perempuan yang aktif melakukan beberapa pelatihan dan program lainnya untuk mendukung pengusaha perempuan di Indonesia dan untuk menghasilkan lebih banyak pengusaha perempuan Indonesia.

Wanita muda yang sudah menikah melakukan bisnis dengan rentang usia 30-35 tahun dan sebagian besar menjalankan bisnisnya di bidang makanan, membuka toko atau restoran di tempat-tempat strategis dan juga biasanya menjalankan bisnis catering di rumah mereka. Bisnis kuliner merupakan salah satu jenis usaha yang banyak dilakukan oleh para pengusaha, khususnya kaum wanita. Hal ini telah disebutkan dan dibahas sebelumnya, banyak perempuan yang melakukan bisnis mereka di sektor makanan dan minuman di UKM dan jumlahnya sekitar 19%.

Bisnis kuliner semakin meningkat karena memiliki potensi lahan di Indonesia dan para pengusaha Indonesia semakin kreatif dalam melakukannya. Usaha ini memiliki prospek yang baik dan Indonesia memiliki banyak ragam makanan tradisional. Sebagian besar makanan tradisional di Indonesia telah diinovasi dan dimodifikasi menjadi makanan modern oleh para pengusaha Indonesia agar mampu bersaing dengan pasar lainnya. Dalam menjalankan bidang usaha ini, setiap pengusaha harus memiliki konsep yang unik karena memiliki resiko yang besar.

Pengusaha wanita di bisnis makanan dan minuman memiliki potensi besar untuk dikembangkan dan banyak peluang di sektor ini bagi mereka. Perempuan Indonesia dikenal ahli dalam berinovasi dalam bidang makanan dan minuman, hal ini membuat perempuan

Indonesia merasa siap dan akhirnya membuka usaha sendiri di bidang kuliner, misalnya restoran, kafe, makanan tradisional dalam kemasan, dan lain-lain.

Di sisi lain, sebagai pribadi, perempuan pengusaha UKM di bidang makanan dan minuman siap menghadapi tantangan dalam menjalankan bisnis, tetapi pertanyaannya, apakah mereka sudah siap menghadapi MEA yang akan dimulai pada Desember 2015, yang berarti banyak produk termasuk produk makanan dan minuman dengan variasi harga dan inovasi yang akan datang dan pergi ke seluruh negara ASEAN. Beberapa organisasi perempuan telah membahas masalah ini dan mereka mengambil beberapa tindakan khusus untuk mendukung kewirausahaan perempuan di UKM dan menghindari kegagalan. Salah satunya dengan memberikan workshop kepada mereka tentang MEA itu sendiri, bagaimana mempertahankan bisnis dengan daya saing yang kuat (terutama untuk sektor kuliner), bahkan bagaimana mengembangkan bisnis ketika kebijakan MEA telah diterapkan. Dengan demikian, perempuan pengusaha sektor makanan dan minuman di UKM akan siap menghadapi MEA, dapat menghindari kegagalan usaha, serta dapat meminimalkan hambatan dan risiko dalam menjalankan usaha dalam kebijakan MEA

Success factors, Failure factors & Challenges

Kewirausahaan perempuan saat ini menjadi aspek pendukung bisnis lokal dan nasional. Untuk menjadi seorang wirausaha diperlukan dukungan orang lain yang terkait dengan bisnis yang dijalankan. Seorang pengusaha perempuan harus berani menghadapi tantangan dan risiko. Risiko akan dibuat, sebagai pemacu untuk maju, dan dengan adanya risiko, giliran seorang wirausahawan akan semakin maju. Berhasil tidaknya tergantung dari kemampuan pengusaha itu sendiri, bagaimana mengelola dan menjalankan usahanya. Faktor keberhasilan tidak hanya dipengaruhi oleh seberapa besar modal yang dimiliki, tetapi hal utama adalah; mereka memiliki keyakinan di atasnya dan tahu bagaimana menjalankan bisnis.

Usaha yang dijalankan tidak selalu memberikan hasil yang baik dan terkadang bisa di luar ekspektasi bahkan sulit untuk mencapai kesuksesan. Kegagalan tersebut dapat disebabkan oleh ketakutan akan kegagalan itu sendiri dan tidak percaya diri juga karena pengaruh lingkungan seperti kondisi keluarga dan lingkaran budaya. Takut gagal dalam memulai bisnis juga disebabkan oleh mitos. Orang mengatakan bahwa memulai bisnis itu berisiko dan sering berakhir dengan kegagalan, dan mitos ini dapat memengaruhi kepercayaan seseorang untuk memulai bisnis dan menghancurkan kepercayaan diri.

Gagal dan sukses itu seperti konsep roda rejeki yang datang silih berganti. Tergantung pengusaha bagaimana menyikapinya dengan sikap positif dan menindaklanjutinya dengan pengelolaan diri yang efektif. Dalam bisnis, karakter setiap wanita wirausaha selalu berbeda, ada wirausaha yang mengetahui kelebihan dan bakatnya, ada wirausaha yang dapat mengembangkan bakatnya secara efektif, dan ada wirausahawan yang mampu melihat hubungan antara kekuatan dan organisasi yang dipimpinya.

Seorang pengusaha perempuan harus jeli menangkap setiap peluang. Acara sehari-hari yang terkesan biasa bagi orang awam ternyata bisa menjadi peluang bisnis bagi para pengusaha. Namun, untuk mencari peluang tersebut perlu kreativitas dan ide-ide inovasi. Untuk menjaga keberlangsungan usaha, hal ini saja tidak cukup; pengusaha perempuan perlu memiliki lebih banyak keterampilan dan juga pengetahuan.

Pada tahun 1980, setiap 5 menit, ada 40 bisnis di AS, yang gagal, dan lebih dari 75% pada tahun 1978 (Sutomo, 2007). Menghindari banyaknya kegagalan harus dilakukan, baik melalui belajar dari pengalaman, belajar melalui trial and error, atau mengikuti pelatihan khusus kewirausahaan. SBA (Administrasi Bisnis Kecil) melaporkan bahwa sebanyak 60 hingga 80% bisnis baru gagal dalam lima tahun pertama operasinya (SBA, 2014). Ada beberapa alasan mengapa banyak usaha kecil gagal.

3. Metode Penelitian

Bagian ini berisi uraian lengkap dan rinci tentang langkah-langkah yang dilakukan dalam melakukan penelitian. Selain itu, langkah penelitian juga perlu ditampilkan dalam bentuk flowchart penelitian atau langkah kerangka kerja secara lengkap dan rinci termasuk algoritma yang direfleksikan, aturan, pemodelan, desain dan lain-lain yang terkait dengan aspek desain sistem.

Studi ini mencoba mengevaluasi pekerjaan penelitian berdasarkan metodologi penelitian kualitatif. Pendekatan penelitian kualitatif menekankan pada analisis secara deduktif dan rangkuman induktif serta analisis dinamika hubungan antar fenomena yang diamati dengan menggunakan logika ilmiah (azwar, saifuddin, 1997). Peneliti akan membuat survey yang berisi pertanyaan terbuka terkait wirausaha perempuan di Indonesia dan akan melakukan wawancara dengan 2 perempuan wirausaha.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menerapkan metode cluster random sampling. Cluster random sampling dilakukan dengan cara diacak ke kelompok, bukan ke individu subjek (azwar, saifuddin, 1997). Peneliti akan menggelar survei online untuk menjangkau data melalui cluster random sampling yang akan ditujukan kepada para wanita pengusaha di Indonesia yang menjalankan konsentrat bisnis Food & Beverage di sektor UKM.

Online survey

Survei adalah cara untuk mendapatkan beberapa informasi tentang data tertentu. Ini memiliki beberapa tujuan seperti untuk mengumpulkan data yang tepat dari objek penelitian, dan untuk menafsirkan dan menganalisis data secara sistematis. Kegunaan melakukan survei adalah untuk mendapatkan fakta-fakta tentang fenomena yang sedang terjadi, untuk mendapatkan informasi lebih lanjut, dan untuk melakukan evaluasi. Ada beberapa cara untuk melakukan survei; dapat dilakukan melalui email, surat, pertanyaan kertas, telepon, maupun online (Internet).

Survei online adalah salah satu cara terbaik untuk mengidentifikasi semua masalah. Melakukan survey secara online memiliki beberapa keuntungan, antara lain hemat biaya, hemat waktu, proses lebih cepat, paperless, multi bahasa, responden tidak terbatas, lebih akurat, mudah digunakan, dan lebih fleksibel. Oleh karena itu, untuk menjawab pertanyaan penelitian, peneliti akan menggunakan survei online untuk memenuhi tujuan penelitian dengan metode sampling survey dimana peneliti hanya akan mengambil beberapa responden dalam suatu komunitas sebagai sampel data. Survei online ini akan mengacu pada penelitian eksploratif yang memiliki pertanyaan terbatas sesuai dengan tujuan penelitian.

Sampel survei akan diambil di Indonesia dengan menggunakan metode random sampling. Penelitian ini menargetkan 108 wanita pengusaha yang menjalankan bisnis di Indonesia. Untuk lebih diklasifikasikan, bisnis harus di UKM di Food & Beverage, misalnya, restoran, kafe, toko roti, dll. Keluaran dari penelitian ini dapat dilihat dari hasil survei

Interview

Metode wawancara yang digunakan adalah wawancara semi terstruktur. Percakapan akan diarahkan untuk menggali lebih banyak topik yang telah dibuat dan dimungkinkan untuk menambahkan beberapa pertanyaan baru di tengah percakapan untuk mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai topik tersebut. Proses wawancara akan ditujukan kepada 2 responden (Wanita Pengusaha Indonesia) yang diambil secara acak. Keluaran dari penelitian ini dapat dilihat dari hasil wawancara.

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil dan Pembahasan merupakan bagian yang memuat semua temuan ilmiah yang diperoleh sebagai data penelitian. Bagian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan ilmiah yang secara logis dapat menjelaskan alasan diperolehnya hasil-hasil tersebut secara gamblang, lengkap, terperinci, terpadu, sistematis, dan berkesinambungan.

Pembahasan hasil penelitian yang diperoleh dapat disajikan dalam bentuk deskripsi teoritis, baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Dalam praktiknya, bagian ini dapat digunakan untuk membandingkan hasil penelitian yang diperoleh pada penelitian saat ini dengan hasil penelitian yang dilaporkan oleh peneliti sebelumnya yang dirujuk dalam penelitian ini. Secara ilmiah, hasil penelitian yang diperoleh dalam penelitian dapat berupa temuan atau perbaikan baru, penegasan, atau penolakan terhadap suatu fenomena ilmiah dari peneliti sebelumnya.

Sebagai negara yang telah berkomitmen terhadap MDGs, jumlah wirausahawan perempuan di sektor makanan dan minuman di Indonesia semakin meningkat. Saat ini, berbagai macam makanan yang dapat ditemukan masyarakat di setiap daerah di Indonesia, apalagi dengan mengemas kembali makanan tradisional Indonesia ke yang modern. Ketatnya persaingan antar pengusaha akan memaksa perempuan sebagai pengusaha untuk mengekspresikan kemampuan dan kreativitasnya untuk menjaga keberlangsungan usaha.

Padahal, sebagian besar pengangguran di Indonesia adalah perempuan. Hal ini dikarenakan sebagian besar wanita Indonesia berprofesi sebagai ibu rumah tangga. Organisasi perempuan di Indonesia berperan penting dalam meningkatkan jumlah wirausaha perempuan. Mereka memberdayakan perempuan dan memungkinkan pertumbuhan perempuan dalam berbisnis, sehingga dapat mengurangi pengangguran di Indonesia, dan akan membantu & menyelesaikan masalah pemerintah seperti bantuan pendapatan lokal. Seorang wirausaha berperan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, dalam meningkatkan produktivitas, dalam menciptakan produk dan jasa baru dengan inovasi, serta dalam menciptakan perubahan dan persaingan di pasar.

Ada banyak alasan mengapa wanita memulai bisnis kuliner. Menurut teori motivasi Maslow, secara biologis dan psikologis, wanita memulai bisnis kuliner karena kebutuhan hidup yang tinggi sehingga mendorong wanita untuk mendapatkan lebih banyak uang. Kebanyakan wanita memulai bisnis karena jam kerja yang tidak terbatas. Membangun usaha sendiri adalah keputusan tepat yang mereka ambil, dan mereka tetap bisa menghidupi keluarga. Selain itu, tingginya permintaan dan minimnya modal untuk memulai usaha kuliner membuat mereka tertarik untuk membangun usaha kecil menengah di bidang makanan & minuman. Tidak perlu bagi mereka untuk menghabiskan lebih banyak uang pada awalnya dibandingkan dengan sektor bisnis lainnya. Mereka meminjam modal dari bank dengan bunga rendah. Berawal dari modal inilah mereka membangun sebuah bisnis. Hal ini menunjukkan kebutuhan akan rasa aman dalam teori Maslow, di mana motivasi untuk melakukan bisnis akan didukung ketika para pengusaha merasa aman dan tenteram atas apa yang mereka miliki. Bunga rendah yang mereka bayarkan setiap bulan akan meringankan beban pengusaha dan mereka akan merasa aman. Di sisi lain, wanita Indonesia dikenal memiliki hobi memasak. Oleh karena itu, hal tersebut dapat menjadi salah satu alasan mengapa mereka memilih untuk membuka usaha di bidang kuliner.

Indonesia memiliki potensi besar untuk bisnis kuliner di pasar global. Namun masih ada tantangan dan kendala yang dihadapi. Fluktuasi harga bahan baku pangan memberikan dampak yang cukup besar bagi para pengusaha di bidang kuliner. Saat ini banyak sekali organisasi di Indonesia yang menangani isu-isu pengembangan wirausaha perempuan, dengan perkembangan UKM, bahkan dengan perkembangan bisnis di sektor makanan dan minuman di Indonesia. Selain itu, hadirnya isu MEA membuat semua pihak ini melakukan berbagai tindakan demi keberlangsungan usaha kecil dan menengah. Namun dari hasil wawancara,

perempuan pengusaha cenderung kurang memahami tentang kebijakan MEA dan sebagian besar tidak melakukan persiapan apapun dalam menghadapi MEA pada Desember 2015.

Lebih lanjut, isu gender, regulasi pemerintah, dan minimnya informasi, ternyata tidak menjadi tantangan utama yang dirasakan oleh perempuan pengusaha di Indonesia, tetapi lebih kepada pengelolaan di bidang keuangan. Kurangnya kontrol dalam keuangan tidak hanya terjadi pada pengusaha perempuan, tetapi juga hampir semua pengusaha di semua sektor di Indonesia, terutama jika usaha kecil dan menengah. Sebagai seorang wirausahawan, ada 4 komponen wirausaha; kemampuan, pengetahuan, motivasi, dan karakteristik. Seorang wirausahawan harus mengetahui cara yang tepat untuk mengelola dan mengendalikan keuangan usahanya; jika tidak, bisnis mereka akan segera bangkrut. Kesulitan dalam pengendalian keuangan dapat disebabkan oleh kurangnya pengetahuan dan keterampilan manajerial. Apalagi tidak adanya rasa percaya diri dan tidak sesuainya tempat usaha dapat menjadi tantangan tersendiri bagi industri kuliner di Indonesia untuk berkembang. Sulitnya pengendalian karyawan juga bisa menjadi salah satu kendalanya. Pengusaha wanita Indonesia sedang berjuang dengan mengelola karyawan mereka dan dalam menciptakan tim yang baik di dalam bisnis. Teori Timmons menjelaskan bahwa untuk mendapatkan bisnis yang sukses, selain peluang yang baik dan dukungan dari sumber daya, diperlukan keseimbangan dari tim yang profesional. Tetapi pengusaha juga menghadapi masalah kekurangan sumber daya. Sulitnya mencari orang yang berkompeten untuk dipekerjakan di Indonesia. Oleh karena itu, banyak sekali usaha kuliner dalam skala kecil dan menengah yang tidak lama beroperasi lebih dari 3 tahun. Berdasarkan teori Schermerhorn tentang faktor kegagalan, ada beberapa faktor utama kegagalan perempuan dalam berbisnis kuliner di Indonesia:

1. Tidak mengerti pasar dan kebutuhan pelanggan.

Kesalahpahaman antara pemilik bisnis dan pelanggan akan terjadi jika pemilik tidak dapat membaca apa yang menjadi kebutuhan masyarakat saat ini.

2. Kurangnya komitmen.

Komitmen dalam berbisnis sangatlah penting, terutama dalam menjalankan bisnis kuliner. Bisnis di bidang makanan dan minuman memiliki banyak tantangan. Kondisi perekonomian Indonesia yang tidak stabil akan membuat fluktuasi harga bahan pokok pangan. Ketidakstabilan ini dapat membawa banyak masalah, terutama di bidang keuangan. Oleh karena itu, diperlukan komitmen yang kuat bagi perempuan pengusaha yang fokus pada bisnis dan selalu siap menghadapi berbagai kendala.

3. Lokasi usaha yang tidak tepat.

Tidak hanya bagi para wanita pengusaha, tetapi juga bagi setiap pengusaha yang memiliki urusan di bidang usaha ini perlu mengetahui apakah lokasi usaha lebih mudah ditemukan oleh pelanggan atau tidak. Namun setelahnya, lokasi usaha akan menjadi faktor kedua yang perlu diperhatikan setelah pelayanan yang diberikan. Jika toko/restoran menawarkan pelayanan yang baik, seperti rasa makanan, karyawan yang ramah, dan kemasan makanan yang baik; Hal ini akan membuat pelanggan tetap membeli produk walaupun lokasinya sulit dijangkau oleh pelanggan.

4. Kurang percaya diri.

Sebagian besar pengusaha wanita berjuang untuk menemukan kepercayaan diri mereka untuk melakukan bisnis dan itu akan memicu kegagalan. Percaya diri merupakan pedoman perilaku dan keyakinan untuk menghadapi sesuatu. Tanpa rasa percaya diri dan optimisme, akan sulit bagi pengusaha untuk mengembangkan usaha. Kepercayaan diri juga ditentukan oleh kemandirian seseorang. Rasa percaya diri yang tinggi relatif akan membuat pengusaha menghadapi dan menyelesaikan masalahnya sendiri tanpa bergantung pada orang lain. Sebagai seorang pemimpin, kepercayaan diri sangat dibutuhkan dan penting. Semua pengusaha perempuan harus percaya diri dan harus mampu mengambil keputusan sendiri. Pengusaha wanita Indonesia tampaknya takut gagal, dan itu dapat mempengaruhi mereka untuk menjalankan bisnis dan akhirnya menghancurkan kepercayaan diri.

5. Kurangnya kontrol keuangan.

Perhatian keuangan yang buruk bisa menjadi hal yang mematikan bagi pengusaha. Saat ini, sebagian besar pengusaha wanita Indonesia masih bergumul tentang bagaimana mengelola keuangan bisnis dengan baik.

6. Kurangnya keterampilan manajerial.

Perempuan Indonesia masih kekurangan informasi mengenai strategi manajemen dan strategi kepemimpinan. Itu semua diperlukan keterampilan untuk menjalankan bisnis kuliner. Berdasarkan hal ini, rencana bisnis sangat penting bagi UKM dan tanpa rencana yang baik, bisnis akan lebih mudah ditutup.

7. Kurangnya pengalaman.

Sebagian besar pengusaha wanita di Indonesia telah muncul di bisnis kuliner kecil dan menengah. Sayangnya, banyak dari mereka yang harus menutup usahanya kurang dari 3 tahun karena kurangnya pengalaman dalam berbisnis di sektor ini. Mereka tidak mampu menghadapi persaingan yang ketat di dunia bisnis.

8. Kurangnya karyawan yang berbakat.

Masih banyak pegawai yang tidak kompeten untuk usaha kecil dan menengah kuliner di Indonesia. Sebagian besar pemilik usaha kuliner di Indonesia mengalami kesulitan dalam mencari orang yang kompeten untuk menjalankan usahanya. Hal ini dapat disebabkan oleh tingginya jumlah penduduk Indonesia yang berpendidikan rendah dan tingginya angka kemiskinan di Indonesia. Di sisi lain, pengusaha wanita masih berjuang untuk memperlakukan karyawannya menjadi tim yang hebat di dalam bisnis. Berdasarkan model teori Timmons, pengusaha perempuan di Indonesia akan sulit dijangkau untuk berhasil dalam berbisnis kuliner.

Meskipun sebagian besar perempuan Indonesia memiliki pengetahuan manajerial yang terbatas, kurangnya komitmen, kurang percaya diri, dan beberapa masalah lain seperti kontrol keuangan yang buruk dan kurangnya karyawan berbakat sebagai faktor penghambat perkembangan bisnis, mereka percaya faktor utama untuk mencapai sukses adalah dukungan keluarga. Tanpa dukungan penuh dari keluarga, persentase kegagalan akan lebih besar. Menurut teori motivasi Maslow, kebutuhan memiliki dan cinta sangat penting bagi manusia, terutama bagi wanita. Dukungan dari keluarga akan membantu pengusaha perempuan untuk mengembangkan usahanya. Namun dukungan dari keluarga saja tidak cukup, perlu perhatian lebih dalam keterampilan bisnis.

Peran mitra juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi keberlangsungan usaha. Ketika pasangan terlalu dominan, maka hal ini dapat membatasi ruang bagi wanita untuk mengekspresikan kreativitasnya. Sehingga dapat memicu kegagalan kecuali keduanya dapat saling mendukung dan mengambil keputusan bersama tanpa ada yang memiliki peran lebih kuat di antara yang lain. Faktanya, kurangnya locus control internal terjadi di kalangan pengusaha perempuan di Indonesia. Mereka tidak percaya diri dalam mengambil keputusan sendiri dan akhirnya bergantung pada orang lain (suaminya). Hal ini menunjukkan bahwa mereka sebagian besar memiliki kurang dari locus of control internal, di mana mereka percaya bahwa nasib mereka sangat tergantung pada orang lain tidak tergantung pada diri mereka sendiri.

Kesimpulannya, perempuan di UKM di sektor makanan & minuman di Indonesia telah berhasil memenuhi beberapa tingkat kebutuhan oleh Maslow. Sayangnya, masih ada yang bergelut dalam perasaan untuk mendapatkan penghargaan dan itu tidak akan terjadi jika perempuan tidak memiliki kepercayaan diri dan komitmen dalam berbisnis. Oleh karena itu, karena sebagian besar pengusaha perempuan di Indonesia tidak dapat memenuhi dan memenuhi kebutuhan harga dirinya, maka akan sulit bagi mereka untuk mencapai aktualisasi diri. Selain itu, menurut teori Timmons, sebagian besar bisnis kuliner menghadapi tantangan dalam mendukung sumber daya bisnis; seperti orang yang tidak kompeten, kekurangan modal,

kontrol keuangan yang buruk, dan ketidakcukupan dalam rencana bisnis. Apalagi, pengusaha perempuan di Indonesia masih menghadapi kendala dalam mengelola karyawan dan membentuk tim yang hebat. Tanpa dukungan dan keseimbangan sumber daya dan tim yang baik, peluang bisnis awal akan sia-sia dan sulit untuk mencapai kesuksesan.

5. Penutup

Kesimpulan

Kesimpulannya, perempuan pengusaha di Indonesia masih dianggap jauh untuk mencapai keberhasilan maksimal dalam menjalankan usaha kecil dan menengah di sektor makanan & minuman. Kendala yang dihadapi oleh mereka adalah kurangnya kemampuan manajerial terutama dalam mengontrol keuangan usahanya. Keberlanjutan bisnis kuliner di Indonesia tidak hanya dipengaruhi oleh lokasi bisnis.

Saran

Walaupun pemerintah dan keluarga sangat mendukung perempuan pengusaha dalam berbisnis, namun jika tidak diimbangi dengan manajemen yang baik, komitmen yang besar, kepercayaan diri yang kuat, locus of control internal yang kuat dan tim yang baik di dalam bisnis, perempuan di Indonesia akan sulit meraih kesuksesan dalam berbisnis di sektor ini.

Daftar Pustaka

- Anggadwita, Grisna. (2014). Identification of Factors Influencing the Performance of Small Medium Enterprises (SMEs). *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 115; 415-423, doi:10.1016/j.sbspro.2014.02.448.
- APEC. (1999). *Women Entrepreneurs in SMEs in The APEC Region*, International Cooperation Division Small & Medium Business Administration (ISBN 89-951080-0-293320). Republic of Korea, DC: Chun. Retrieved from http://www.apec.org/About-Us/How-APEC-Operates/~~/media/Files/Groups/GFPN/%2099_aggi_entrep.ashx. Accessed on 10 October 2014.
- Balasundaram, Nimalathasan. (2008). Characteristics of Entrepreneurs: A Comparative Study of Small Scale Entrepreneurs of Srilankan and Bangladesh. *Lex et Scientia International Journal*, 15(2); 350-358.
- Bula, H. O. (2012). Evolution and Theories of Entrepreneurship: A Critical Review on the Kenyan Perspective. *International Journal of Business and Commerce*, 1(11); 81-96, ISSN: 2225-2436.
- Bisnis UKM. (2011, November 1). *Industri Makanan dan Minuman Kembali Bersinar* Retrieved from <http://bisnisukm.com/industri-makanan-dan-minuman-kembali-bersinar.html>. Accessed on 27 December 2014.
- Central Bureau of Statistic (BPS). (2012). *Population and Type of Activity, 2014 – 2014* Retrieved from Central Bureau of Statistic (BPS) http://www.bps.go.id/tab_sub/view.php?kat=1&tabel=1&daftar=1&id_subyek=06¬ab=1. Accessed on 6 November 2014.
- Driessen, M. P., & Zwart, P. S. (2010). *The Entrepreneur Scan Measuring Characteristics and Traits of Entrepreneurs* Retrieved from <http://www.entrepreneurscan.com/wp-content/uploads/2010/10/E-Scan-MAB-Article-UK.pdf>, Accessed on 10 October 2014.
- Echdar, Saban. (2013). *Manajemen Entrepreneurs*. Makasar: ANDI.
- GAPMMI. (2014, January 21). *Industri Makanan dan Minuman Masih Menghadapi Sejumlah Tantangan* Retrieved from <http://www.gapmmi.or.id/?pilih=lihat&id=25542>. Accessed on 27 December 2014.
- GAPMMI. (2014, February 17). *Hadapi MEA, Pemerintah diminta Susun Roadmap UKM* Retrieved from <http://gapmmi-ukm.com/index.php/2014/02/17/>. Accessed on 27 December 2014.
- Hariandja, Marihot. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Grasindo.

- Herrmann, N. (1996). *The whole brain business book*. McGraw-Hill, New York.
- Hani, U., Racmania, I. N., Setyaningsih, S., & Putri R. C. (2012). Patterns of Indonesian Women Entrepreneurship. *Procedia Economics and Finance*, 4; 274–285, doi:10.1016/S2212-5671(12)00342-5.
- Helmi, A. F. (2009). Kewirausahaan di Perguruan Tinggi dalam Perspektif Psikologi. *Bulletin of Psychology University of Gadjah Mada*, 17(2); 57-65, ISSN: 0854-7108.
- Hudson, M., Smart, A., & Bourne, M. Theory and Practice in SME Performance Measurement System. *International Journal of Operations & Production Management*, 21(8); 1096-1115.
- Iyola, O., & Azuh, D. (2014). Women Entrepreneurs as Small Medium Enterprises (SME) Operators and their Roles in Socio-Economic Development in Ota, Nigeria. *International Journal of Economics, Business and Finance*, 2(1); 1-10, ISSN: 2327-8188.
- IFC-PENSA & IWAPI. Voice of Women in the Private Sector Retrieved from http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/079b1d8048855aa586bcd66a6515bb18/Indonesia%2BVoices_full_english.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=079b1d8048855aa586bcd66a6515bb18. Accessed on 19 October 2014.
- Kalyani, Brinda & Kumar, Dileep. (2011). Motivational Factors, Entrepreneurship and Education: Study with Reference to Women in SMEs. *Far East Journal of Psychology and Business*, 3(3); 14-35.
- Keat, O. Y., Selvarajah, C., & Meyer D. (2011). Inclination Towards Entrepreneurship Among University students: An Empirical Study of Malaysian University Students. *USA International Journal of Business and Social Science*, 2 (4); 206-220.
- Mangkunegara, Prabu. (2002). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika.
- MCA Indonesia. Gender dalam Oengadaan Barang/Jasa Pemerintah Indonesia Retrieved from http://mcaindonesia.go.id/wpcontent/uploads/2014/08/20140820_GenderReport_ID.pdf. Accessed on 14 January 2015.
- Niethammer, Carmen. (2013). Women, Entrepreneurship and the Opportunity to Promote development and Business Retrieved from <http://www.brookings.edu/~media/research/files/reports/2013/09/private%20sector%20global%20poverty%20blum%20roundtable/2013%20bbr%20women%20entrepreneurship.pdf>. Accessed on 6 November 2014.
- NERACA. (2014, May 19). Industri Makanan dan Minuman Hadapi Tantangan Berat Retrieved from <http://www.neraca.co.id/industri/41579/Industri-Makanan-dan-Minuman-Hadapi-Tantangan-Berat>. Accessed on 6 January 2015.
- Okezone. (2013, December 6). Duh, Baru 0,1% Wanita Indonesia jadi Pengusaha Retrieved from <http://economy.okezone.com/read/2013/12/06/320/908381/duh-baru-0-1-wanita-indonesia-jadi-pengusaha>. Accessed on 27 December 2014.
- Purwati, A. A., Budiyanto, B., & Suhermin, S. (2021). The Role of Intellectual Capital in Improving Micro, Small, And Medium-Scale Business Performance in The Hostel And Culinary Sector in Pekanbaru, Indonesia. *International Journal of Economics Development Research (IJEDR)*, 2(2), 378-393.
- Saifuddin, Azwar. (1997). *Methodology of Research*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Schermerhorn, John R (2010). *Introduce to Management International student version 10th edition*. Asia: John wiley & sons.
- Sutomo, Djati. (2007). *Menjadi Entrepreneur Jempolan*. Jakarta: Republika.
- SBA-U.S. Small Business Administration. (2014). Top Five Reasons 80% of All New Business Fail Retrieved From www.sba.gov. Accessed on 23 January 2015.
- Worldometers. (2014). Countries in the World (Ranked by 2014 Population) Retrieved from <http://www.worldometers.info/world-population/population-by-country/>. Accessed on 10 February 2015.

- Tambunan, T.H. (2012). Women Entrepreneurship in Indonesia: determinants, Motivations, and constraints. *LPFE Trisakti University*, 33(1); 1-21, ISSN: 2085-661X (9772085661018).
- Timmons, Jeffry, & Zacharkis, Andrew. (2004). *Business Plans That Works: A Guide For Small Business*. McGraw Hill, New York.
- Vasanthakumari. (2012). Economic Empowerment of Women Through Micro Enterprises in India with Special Reference to Promotional Agencies. *International Journal of Multidisciplinary Research*, 2(1); 194-210, ISSN: 2231-5780.
- Wube, Mulugeta. (2010). Factor Affecting The Performance of Women Entrepreneurs in Micro and Small Enterprises - The Cases of Dessie Town (Master Thesis) Retrieved from <http://www.unevoc.unesco.org/e-forum/thesis%20final.pdf>. Accessed on 10 October 2014.