

# PENGARUH MOTIVASI DAN JARINGAN SOSIAL TERHADAP KEBERHASILAH USAHA PADA WOMEN ENTREPRENEUR YANG TERGABUNG DALAM IKATAN WANITA PENGUSAHA INDONESIA (IWAPI) KOTA BANDUNG

Winda Siti Sundari<sup>1</sup>, Rizki Zulfikar<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Komputer Indonesia  
windasitisundari57@yahoo.com<sup>1</sup>,  
rizki\_zoel@yahoo.com<sup>2</sup>

## ABSTRACT

*This research was conducted to find out: how Motivation on IWAPI members in Bandung City, how Social Networks on Bandung IWAPI members, how Business Success of IWAPI members in Bandung City, and how influence the Motivation and Network variables Social towards Business Success both partially and simultaneously.*

*The type of research used is descriptive and verification, where verification analysis consists of multiple correlation analysis, coefficient of determination and hypothesis testing with SPSS 20.0 for Windows software. Sampling techniques using the Slovin formula where with a population of 185 people obtained a sample of 65 respondents.*

*The results of the research based on descriptive analysis show that respondents have good motivation, social networks, and business success. While the verification analysis shows that motivation partially influences the success of the business. Social Network partially influences business success. Motivation and Social Network simultaneously influence Business Success.*

*Keywords: Motivation, Social Networks, Business Success*

## PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara besar dimana menempati peringkat keempat negara dengan jumlah penduduk dunia terbanyak. Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS) memperkirakan penduduk Indonesia mencapai 267 juta jiwa pada tahun 2019. Pemerintah Indonesia dihadapkan dengan berbagai permasalahan sosial yang diakibatkan oleh jumlah penduduk yang besar tersebut, yaitu dalam penyediaan sarana pendidikan, sandang dan pangan, lapangan pekerjaan, serta masalah lainnya.

Jumlah pengangguran yang dicatat oleh Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS) berdasarkan data di atas hingga bulan Agustus 2018 mencapai 7 juta jiwa. Permasalahan pengangguran ini akan dapat berkurang apabila pembangunan berhasil yang ditunjang oleh para wirausaha yang dapat menciptakan lapangan kerja. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) menyatakan, jumlah wirausaha pada tahun 2018 mencapai rasio 3,1 persen dari total populasi penduduk Indonesia. Angka ini sudah melampaui standar internasional, yakni sebesar 2 persen. Namun, rasio wirausaha di Indonesia masih rendah dibandingkan dengan negara tetangga, seperti Singapura yang sudah mencapai 7 persen dari total 4 juta penduduknya, serta Malaysia yang sudah berada di level 5 persen (Liputan6.com, 2018).

Dapat dikatakan bahwa wirausaha merupakan pejuang bangsa di bidang ekonomi karena dapat meningkatkan ketahanan nasional, dan mengurangi ketergantungan dari bangsa asing, dan menurut Anggadwita *et al.*, (2015) dalam Tisa dan Anggadwita (2018) Indonesia memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan jumlah pengusaha, terutama dalam meningkatkan jumlah pengusaha perempuan. Suryana *et al.*, (2017) mengungkapkan bahwa wanita memiliki potensi untuk menjadi pengusaha sukses. Fenomena di lapangan menunjukkan bahwa

wirausaha wanita di Indonesia memegang peranan yang penting di bidang usaha mikro, kecil dan menengah. *Women Entrepreneur* atau pengusaha wanita dapat diartikan sebagai seorang wanita yang menjalankan sebuah usaha dalam berbagai industri.

Dari tahun ke tahun data menunjukkan bahwa wirausaha wanita terus meningkat dan pada tahun 2018 mencapai 14,3 juta orang, dimana jumlah ini meningkat 1,6 juta orang dari jumlah 12,7 juta orang tahun sebelumnya (Kontan.Co.Id, 2018). Namun fenomena yang terjadi di Indonesia, hanya sebagian kecil keberhasilan usaha bertahan dalam jangka waktu yang cukup lama. Menurut statistik di tahun 2016, sekitar 78 persen startup bisnis berskala kecil bertahan di tahun pertama dan sekitar setengah dari jumlah bisnis ini bertahan setidaknya selama 5 tahun. Hanya sepertiganya yang bertahan hingga 10 tahun atau lebih (UKMonline, 2019). Berdasarkan data ini, maka perlu diteliti apa yang menyebabkan keberhasilan usaha yang dijalankan oleh seorang wirausaha baik laki-laki maupun wanita hanya bertahan dalam jangka waktu yang singkat.

Di Kota Bandung jumlah wanita yang berwirausaha mengalami peningkatan, ditandai dengan tumbuhnya komunitas-komunitas pengusaha wanita di kota Bandung seperti Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) Kota Bandung. IWAPI merupakan sebuah komunitas yang didirikan pada tahun 1975 oleh dua bersaudara: Prof. Kemala Motik dan Dr. Dewi Motik PMSI, putri BR. Motik adalah pengusaha terkemuka dari Palembang, Sumatera Selatan. Tujuan dari komunitas ini yaitu memberdayakan dan memperkuat kaum perempuan. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Kalyani dan Mounika (2016) bahwa kewirausahaan perempuan bisa menjadi basis pemberdayaan perempuan.

Jumlah anggota IWAPI secara nasional mengalami peningkatan hingga saat ini berjumlah sekitar 30.000 yang menyebar di seluruh Indonesia dan terdiri dari berbagai sektor usaha. Jumlah anggota IWAPI Kota Bandung dapat dilihat dari tabel di bawah ini.

**Tabel 1**  
**Anggota IWAPI Kota Bandung 2014-2018**

No	Tahun	Jumlah (Orang)
1.	2014	307
2.	2015	285
3.	2016	250
4.	2017	235
5.	2018	185

Sumber: IWAPI Kota Bandung (2019)

Wanita yang bergabung di IWAPI terdapat wirausaha yang termasuk sukses dalam menjalankan usahanya dimana mereka mampu mempertahankan usahanya dalam jangka waktu yang cukup lama hingga saat ini namun ada juga wirausaha yang bergabung memiliki keberhasilan usaha yang jalan ditempat artinya tidak memiliki perkembangan yang signifikan. Ibu Ega, menyatakan bahwa “sebagian kecil anggota disini sudah menjalankan usaha lebih dari 5 tahun, kebanyakan usaha yang dijalankan masih jalan ditempat.”

Penelitian ini membahas tentang keberhasilan *women entrepreneur* serta faktor-faktor yang memengaruhinya. Keberhasilan usaha tidak terlepas dari motivasi yang dimiliki serta jaringan sosial yang dimiliki oleh pengusaha wanita tersebut.

Menurut Aimasari dan Ghina (2015) faktor motivasi dianggap sangat penting dalam semua model teoritis kinerja kewirausahaan dan perlu untuk mengidentifikasi apa yang mendorong seorang wanita untuk memulai, mengatur, mengelola bisnis yang menantang untuk dirinya. Motivasi merupakan dorongan yang timbul baik dari dalam individu (*internal*) maupun dari luar individu (*eksternal*) untuk melakukan sesuatu dan mencapai tujuan tertentu. Motivasi muncul dari kebutuhan yang dirasakan oleh individu dan memicu perilaku individu untuk mengambil tindakan terhadap sasaran atau tujuan spesifik yang perlu dipenuhi. Motivasi dapat memengaruhi arah dan jenis kegiatan kewirausahaan (Solesvik *et al.*, 2018).

Saat ini pengusaha wanita yang tergabung pada IWAPI merasa bahwa kebutuhan akan prestasi dan kemandirian tidak terlalu menjadi motivasi utama mereka. Hal ini bertolakbelakang dengan teori yang telah dipaparkan diatas bahwa faktor motivasi seperti kebutuhan prestasi, realisasi diri, kemandirian, afiliasi, kompetensi, dan kekuasaan, pada perilaku kewirausahaan dan berpengaruh terhadap keputusan berwirausaha wanita serta menjadi arah tujuan kewirausahaan yang dijalankan dan dasar mereka menjadikan usaha yang dijalankan berhasil.

Selain motivasi, faktor lain yang memengaruhi keberhasilan usaha *women entrepreneur* adalah jaringan sosial. Pada penelitian Santos *et al.*, (2018) jaringan mengacu pada aliran informasi, uang, kekuatan, dan persahabatan melalui hubungan jaringan. Pentingnya aktivitas jejaring sosial untuk penciptaan dan pertumbuhan usaha serta keberhasilan usaha yang dijalankan. Dengan kurangnya jaringan sosial yang dimiliki oleh pengusaha dapat menghambat keberhasilan usaha yang dijalankan. Daftar Inventarisasi Masalah (DIM)

yang disusun oleh Kementerian Koperasi dan UMKM pada tahun 2009 masalah internal terbatasnya jaringan usaha (Putri, 2018).

Fenomena yang terjadi pada pengusaha yang tergabung dalam IWAPI yaitu meskipun mereka telah bergabung dengan sebuah komunitas yaitu IWAPI Bandung mereka masih merasa belum memiliki jaringan sosial yang luas. Ibu Ega menyatakan bahwa, “sebagian besar dari anggota IWAPI tidak bergabung dengan komunitas lain, sehingga terjadi keterbatasan dalam aliran informasi serta jaringan sosial yang mereka miliki.”

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas maka peneliti tertarik untuk lebih lanjut melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Motivasi dan Jaringan Sosial Terhadap Keberhasilan Usaha pada Women Entrepreneur yang Tergabung Dalam Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) Kota Bandung ”**

### Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang penelitian yang dikemukakan oleh penulis di atas, maka penulis mencoba merumuskan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini. rumusan masalahnya antara lain sebagai berikut:

1. Bagaimana Motivasi Women Entrepreneur yang Tergabung dalam IWAPI Kota Bandung.
2. Bagaimana Jaringan Sosial Women Entrepreneur yang Tergabung dalam IWAPI Kota Bandung.
3. Bagaimana Keberhasilan Usaha *Women Entrepreneur* yang Tergabung dalam IWAPI Kota Bandung.
4. Seberapa Besar Pengaruh Motivasi dan Jaringan Sosial terhadap Keberhasilan Usaha *Women Entrepreneur* secara Parsial dan Simultan.

### Maksud dan Tujuan Penelitian

#### Maksud Penelitian

Penelitian ini bermaksud untuk mencari, mengumpulkan dan mengolah data mengenai analisis pengaruh motivasi dan jaringan sosial terhadap keberhasilan usaha *women entrepreneur* pada anggota IWAPI Kota Bandung yang akan penulis gunakan dalam rangka menyusun penelitian.

#### Tujuan Penelitian

Adapun Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk Mengetahui Motivasi Women Entrepreneur yang Tergabung dalam IWAPI Kota Bandung.
2. Untuk Mengetahui Jaringan Sosial Women Entrepreneur yang Tergabung dalam IWAPI Kota Bandung.
3. Untuk Mengetahui Keberhasilan Usaha *Women Entrepreneur* Women Entrepreneur yang Tergabung dalam IWAPI Kota Bandung.
4. Untuk Mengetahui Besarnya Pengaruh Motivasi dan jaringan Sosial terhadap Keberhasilan Usaha *Women Entrepreneur* secara Parsial dan Simultan.

#### Kegunaan Penelitian

Berdasarkan dari tujuan dilakukan penelitian ini, penulis berharap bahwa penelitian ini akan bermanfaat

bagi semua pihak yang berkepentingan. Hasil penelitian ini diharapkan berguna baik secara langsung maupun tidak langsung bagi semua kalangan baik bagi aspek keilmuan (teoritis) maupun bagi aspek guna laksana (praktis).

### **Kegunaan Praktis**

Penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi wanita di Indonesia dalam meningkatkan keikutsertaan mereka dalam menjalankan suatu usaha dan membuat usahanya menjadi berhasil. Dengan keberhasilan tersebut yang didasari oleh faktor motivasi dan jaringan sosial diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan dan mengurangi pengangguran di Indonesia.

### **Kegunaan Teoritis**

Secara teoritis, kegunaan dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, ilmu pengetahuan kita semua mengenai pentingnya wanita dalam keikutsertaan menjadi pengusaha wanita dan membuat usaha yang dijalankan berhasil yang didasari oleh motivasi dan jaringan sosial.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Motivasi**

Menurut Zhouqiaoqin (2013:85) motivasi adalah kekuatan pendorong di balik perilaku wirausaha dan memotivasi wirausaha untuk melihat peluang untuk mencapai kesuksesan bisnis. Pada penelitian Kumar *et al.*, (2018:69) menyatakan bahwa "*motivation is the process that accounts for an individual's intensity, direction and persistence of efforts towards attaining a goal.*" Motivasi adalah proses menjelaskan intensitas, arahan, dan ketekunan individu atau upaya untuk mencapai tujuan." Menurut Hamzah (2013) motivasi merupakan dorongan *internal* dan *eksternal* dalam diri seseorang untuk mengadakan perubahan tingkah laku.

Menurut Virginia dan Carlos (2011) ada 6 indikator motivasi, yaitu:

1. Kebutuhan untuk berprestasi
2. Realisasi diri
3. Kemandirian
4. Afiliasi
5. Kompetensi
6. Kekuasaan

### **Jaringan Sosial**

Pada penelitian Santos *et al.*, (2018) berpendapat bahwa "Jaringan adalah struktur sosial yang terdiri dari serangkaian hubungan antara sekelompok individu. Jaringan adalah aktivitas yang didasarkan pada hubungan jaringan dibangun, dipelihara, dan dimobilisasi. Jaringan mengacu pada aliran informasi, uang, kekuatan, dan persahabatan melalui hubungan jaringan." Pada penelitian Xie *et al.*, (2016) "Jaringan sosial yaitu kemampuan individu untuk memperoleh sumber daya sosial dan manfaat dari struktur sosial dan asosiasinya." Pada penelitian Lestari *et al.*, (2017) kepemilikan jaringan sosial adalah proses dua arah yang dimiliki seseorang yang membentuk hubungan atau ikatan antara dua orang atau lebih untuk

melakukan pertukaran informasi dan sumber daya untuk saling mendukung kegiatan masing-masing.

Indikator kepemilikan jaringan sosial menurut Retno Ariyani Puji Lestari dan Agung Yulianto (2017), adalah sebagai berikut:

1. Pergaulan yang luas.
2. Suka berteman atau bergaul.
3. Menjadi anggota perkumpulan atau organisasi.
4. Jaringan sosial yang luas.

### **Women Entrepreneur**

Pada penelitian Zhouqiaoqin *et al.*, (2013:83) mengemukakan pendapatnya tentang wirausaha wanita, yaitu "*woman or a group of women who initiate, organize and run a business enterprise.*" "wanita atau sekelompok wanita yang memulai, mengorganisasi, dan menjalankan usaha bisnis."

Sedangkan Kalyani dan Mounika (2016:54) mengemukakan bahwa pengusaha wanita adalah orang yang giat mengincar peluang dan visi yang luar biasa, ketajaman komersial, dengan ketekunan yang luar biasa dan yang terpenting, wanita, yang bersedia mengambil risiko dengan yang tidak diketahui karena semangat petualang yang dimilikinya.

Pada penelitian Aimasari dan Ghina (2015) wirausaha wanita dapat didefinisikan sebagai wanita atau sekelompok wanita yang memulai, mengatur dan mengoperasikan perusahaan bisnis.

### **Keberhasilan Usaha**

Menurut Lucky dan Olusegun (2012), "Keberhasilan usaha didefinisikan sebagai kemampuan dari bisnis untuk mencapai tujuan yang dinyatakannya. Ini adalah pencapaian bisnis sehubungan dengan bisnisnya tujuan. Itu telah menetapkan tujuan dan mencapainya." Menurut Ina Primiana (2009:49) mengemukakan bahwa "Keberhasilan usaha adalah permodalan sudah terpenuhi, penyaluran yang produktif dan tercapainya tujuan organisasi." Keberhasilan usaha pada penelitian Indriyatni (2013) yaitu laba atau keuntungan yang dihasilkan, mampu mensejahterakan kehidupan.

Pada penelitian Isniar Budiarti (2016:54) indikator dari keberhasilan usaha adalah sebagai berikut:

1. Hasil yang cukup untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga
2. Usaha tetap bisa bertahan
3. Kesejahteraan keluarga terjamin
4. Kesejahteraan karyawan terpenuhi
5. Dapat berkembang

### **Keterkaitan Antar Variabel Penelitian Pengaruh Faktor Motivasi (X1) terhadap Keberhasilan Usaha Women Entrepreneur (Y)**

Pada penelitian Zhouqiaoqin *et al.* (2013) mengenai faktor keberhasilan wirausaha wanita menghasilkan bahwa motivasi memiliki pengaruh yang signifikan dalam keberhasilan wirausaha perempuan. Tentang motivasi, salah satu indikator penting adalah "Saya menetapkan tujuan untuk diri saya sendiri dalam rangka mengarahkan kegiatan saya untuk membuat bisnis sukses."

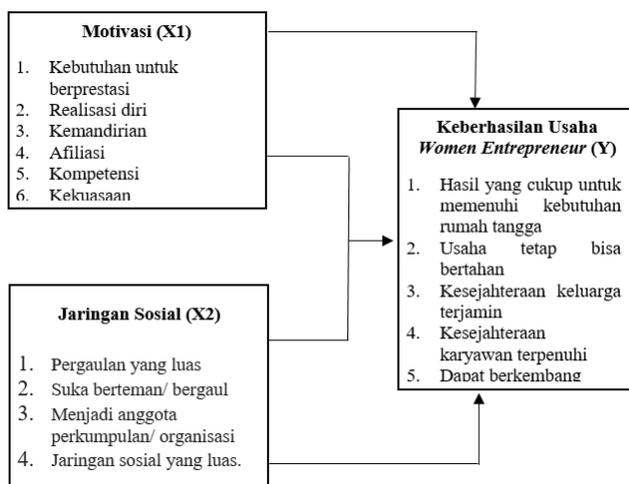
## Pengaruh Jaringan Sosial (X2) terhadap Keberhasilan Usaha *Women Entrepreneur* (Y)

Moghli *et al.*, (2012) terbukti bahwa jaringan sosial menyediakan akses yang lebih baik ke sumber daya luar dan dukungan. Bisnis mendapatkan sumber daya dan dukungan melalui jaringan mereka. Selain hubungan jaringan usaha dengan individu atau organisasi lain, penawaran produk baru dan strategi mendukung pertumbuhan keberhasilan bisnis.

## Pengaruh Motivasi (X1) dan Jaringan Sosial (X2) terhadap Keberhasilan Usaha *Women Entrepreneur* (Y)

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Alam *et al.*, (2011) dengan judul penelitian *An Empirical Study of Success Factors of Women Entrepreneurs in Southern Region in Malaysia* menunjukkan bahwa dukungan keluarga, jaringan sosial, dan motivasi internal adalah elemen signifikan yang memengaruhi kesuksesan di kalangan pengusaha perempuan di Malaysia. Faktor-faktor tersebut menyatakan bahwa dengan adanya dukungan keluarga, jaringan sosial, dan motivasi internal dapat membuat bisnis usaha berhasil.

### Kerangka Pemikiran



Gambar 1  
Kerangka Pemikiran

### Hipotesis

Hipotesis Utama:

- Terdapat Pengaruh Motivasi dan Jaringan Sosial terhadap Keberhasilan Usaha pada *Women Entrepreneur*.

Sub Hipotesis :

- Terdapat Pengaruh Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha pada *Women Entrepreneur*.
- Terdapat Pengaruh Jaringan Sosial terhadap Keberhasilan Usaha pada *Women Entrepreneur*.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Motivasi dan Jaringan Sosial terhadap Keberhasilan

Usaha pada *Women Entrepreneur* yang Tergabung dalam IWAPI Kota Bandung. Objek penelitian yang diteliti terdapat tiga variabel, yaitu: (1) variabel bebas/independen adalah Motivasi dan Jaringan Sosial, (2) variabel terikat/dependen adalah Keberhasilan Usaha.

Unit analisis yang diteliti adalah seluruh *women entrepreneur*. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif.

Populasi pada penelitian ini adalah *women entrepreneur* yang tergabung dalam IWAPI Kota Bandung yang berjumlah 185 orang dan sampel 65 responden dengan menggunakan rumus slovin. Alat uji yang digunakan adalah analisis regresi lillier berganda dengan *software* bantuan SPSS 20.0 for windows.

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh hasil yang lebih akurat pada analisis regresi berganda maka dilakukan pengujian asumsi klasik agar hasil yang diperoleh merupakan persamaan regresi yang memiliki sifat *Best Linier Unbiased Estimator* (BLUE). Pada penelitian ini terdapat tiga pengujian yang dilakukan yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

#### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk mendeteksi ada tidaknya pelanggaran asumsi normalitas dapat dilihat dengan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika probabilitas  $> 0.05$  maka distribusi dari populasi adalah normal.
- Jika probabilitas  $< 0.05$  maka distribusi dari populasi adalah tidak normal.

Cara kedua untuk mendeteksi apakah data terdistribusi normal atau tidak dapat diketahui dengan menggambarkan penyebaran data melalui sebuah grafik. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, model regresi memenuhi asumsi normalitas (Husein Umar, 2011:181).

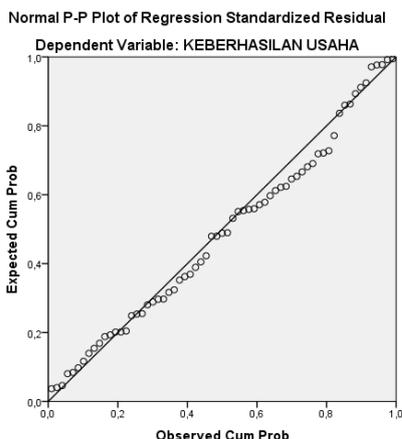
Tabel 2  
Uji Normalitas dengan Uji Kolmogorov – Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,46612
Most Extreme Differences	Absolute	,085
	Positive	,085
	Negative	-,050
Kolmogorov-Smirnov Z		,684
Asymp. Sig. (2-tailed)		,738

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel diatas didapatkan hasil Sig sebesar 0.738, nilai sig  $0.738 > 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Selanjutnya dengan menggunakan grafik *normal probability plot* didapatkan hasil sebagai berikut:



**Gambar 2**  
**Grafik Normal Probability Plot**

Dari gambar tersebut, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal, hal ini karena berdasarkan gambar tersebut data tersebar disekeliling garis diagonal atau garis lurus.

### Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2012:105) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebasnya. Untuk melihat nilai multikolinieritas dapat dilihat dengan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *tolerance*  $> 0.10$  maka tidak terjadi multikolinieritas. Sebaliknya jika *tolerance*  $< 0.10$  maka terjadi multikolinieritas. Yang kedua yaitu dengan melihat nilai VIF, menurut Gujarati (2003:362), jika nilai VIF nya kurang dari 10 maka dalam data tidak terdapat multikolinieritas. Sebaliknya jika nilai VIF  $> 10$  maka terjadi multikolinieritas. Dari pengolahan data yang telah dilakukan, diperoleh hasil uji multikolinieritas sebagai berikut:

**Tabel 3**  
**Uji Multikolinieritas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1,924	2,954		,651	,517		
MOTIVASI	,269	,091	,420	2,957	,004	,324	3,082
JARINGAN SOSIAL	,542	,199	,387	2,720	,008	,324	3,082

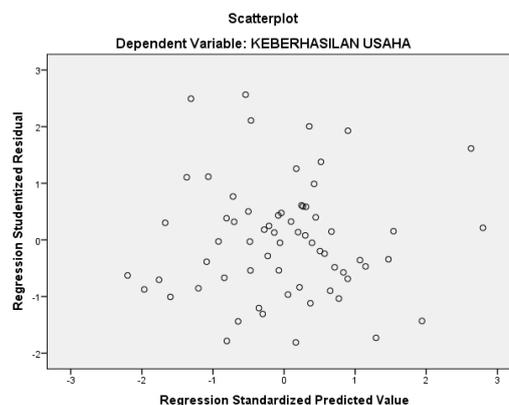
a. Dependent Variable: KEBERHASILAN USAHA

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa Motivasi dan Jaringan Sosial menunjukkan nilai *tolerance* sebesar 0.324, nilai tersebut lebih besar dari 0.10 ( $0.324 > 0.10$ ) dan nilai VIF sebesar 3.082, nilai tersebut kurang dari 10 ( $3.082 < 10$ ), berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model regresi

penelitian ini adalah terbebas dari multikolinieritas atau dapat dipercaya dan obyektif karena memenuhi persyaratan tidak terjadinya multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskesastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk menguji ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dengan menggunakan metode *scatter plot* dan menggunakan uji *Rank Spearman* yaitu dengan mengkolerasikan masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual. Jika nilai koefisien korelasi dari masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolut dari residual (*error*) ada yang signifikan, maka kesimpulan terdapat heteroskedastisitas atau varian dari residual tidak homogen.



**Gambar 3**  
**Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan gambar di atas, diketahui titik-titik yang diperoleh menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu atau menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada data yang diteliti tidak ditemukan masalah heteroskedastisitas, terbukti pula dari uji heteroskedastisitas menggunakan uji *Rank Spearman* sebagai berikut ini:

**Tabel 4**  
**Uji Heteroskedastisitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,898	1,828		1,586	,118		
1 MOTIVASI	,022	,056	,087	,393	,696	,324	3,082
JARINGAN SOSIAL	-,077	,123	-,138	-,621	,537	,324	3,082

a. Dependent Variable: RES\_2

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat baik variabel motivasi maupun jaringan sosial tidak terdapat heteroskedastisitas, hal ini karena hasil sig kedua variabel bebas yaitu sebesar 0.696 untuk variabel

motivasi dan nilai sig 0.537 untuk variabel jaringan sosial lebih besar dari 0.05.

### Koefisien Regresi Linier Berganda

**Tabel 5**  
**Koefisien Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,924	2,954		,651	,517
1 MOTIVASI	,269	,091	,420	2,957	,004
JARINGAN SOSIAL	,542	,199	,387	2,720	,008

a. Dependent Variable: KEBERHASILAN USAHA

Berdasarkan hasil output SPSS di atas terlihat nilai koefisien regresi pada nilai *Unstandardized Coefficients "B"*, sehingga diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 1.924 + 0.269X_1 + 0.542X_2$$

Dari hasil persamaan regresi tersebut masing-masing variabel dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 1.924, memiliki arti bahwa jika semua variabel bebas yakni motivasi dan jaringan sosial bernilai 0 (nol) dan tidak ada perubahan, maka diprediksikan keberhasilan usaha akan bernilai sebesar 1.924.
- Nilai Motivasi sebesar 0.269, memiliki arti bahwa jika motivasi mengalami peningkatan sebesar 1 atau semakin baik sedangkan variabel bebas lainnya konstan, maka diprediksikan keberhasilan usaha akan meningkat sebesar 0.269.
- Nilai Jaringan Sosial sebesar 0.542, memiliki arti bahwa jika jaringan sosial mengalami peningkatan sebesar 1 atau semakin baik sedangkan variabel bebas lainnya konstan, maka diprediksikan keberhasilan usaha akan meningkat sebesar 0.542.

### Analisis Koefisien Korelasi

Pengujian korelasi digunakan untuk mengetahui kuat tidaknya hubungan antara variabel x dan y, dengan menggunakan pendekatan koefisien korelasi *Pearson Product Moment*.

#### 1. Korelasi Secara Parsial antara Motivasi dengan Keberhasilan Usaha

**Tabel 6**  
**Koefisien Korelasi Motivasi dengan Keberhasilan Usaha**

Correlations			
		MOTIVASI	KEBERHASILAN USAHA
MOTIVASI	Pearson Correlation	1	,738**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	65	65
KEBERHASILAN USAHA	Pearson Correlation	,738**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	65	65

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil output pengolahan data pada tabel 6 didapatkan terdapat korelasi antara Motivasi dengan Keberhasilan Usaha karena nilai signifikansi 0.000, nilai sig tersebut kurang dari 0.005 (0.000 < 0.005) dan mempunyai hasil korelasi sebesar 0.738. Nilai korelasi bertanda positif, yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah. Dimana semakin tinggi motivasi akan diikuti oleh semakin tingginya keberhasilan usaha. Berdasarkan kriteria tingkat keeratan pada tabel 4.48 hasil korelasi sebesar 0.738 berada pada interval 0.60-0.80, artinya antara Motivasi dengan Keberhasilan Usaha memiliki tingkat korelasi yang kuat sehingga setiap Motivasi meningkat maka Keberhasilan Usaha akan meningkat.

#### 2. Korelasi Secara Parsial antara Jaringan Sosial dengan Keberhasilan Usaha

**Tabel 7**  
**Koefisien Korelasi Motivasi dengan Keberhasilan Usaha**

Correlations			
		JARINGAN SOSIAL	KEBERHASILAN USAHA
JARINGAN SOSIAL	Pearson Correlation	1	,732**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	65	65
KEBERHASILAN USAHA	Pearson Correlation	,732**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	65	65

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil output pengolahan data di atas didapatkan terdapat korelasi antara Jaringan Sosial dengan Keberhasilan Usaha karena nilai signifikansi 0.000, nilai sig tersebut kurang dari 0.005 (0.000 < 0.005) dan mempunyai hasil korelasi sebesar 0.732. Nilai korelasi bertanda positif, yang menunjukkan bahwa hubungan yang terjadi adalah searah. Dimana semakin tinggi Jaringan Sosial akan diikuti oleh semakin tingginya Keberhasilan Usaha. Berdasarkan kriteria tingkat keeratan pada tabel 4.48 di atas hasil ini terdapat pada interval 0.60-0.80, artinya antara Jaringan Sosial dengan Keberhasilan Usaha memiliki tingkat korelasi yang kuat sehingga setiap Jaringan Sosial meningkat maka Keberhasilan Usaha akan meningkat.

#### 3. Analisis Korelasi Berganda (Simultan)

**Tabel 8**  
**Koefisien Korelasi Berganda (Simultan)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,770 <sup>a</sup>	,593	,580	2,50559

a. Predictors: (Constant), JARINGAN SOSIAL, MOTIVASI

b. Dependent Variable: KEBERHASILAN USAHA

Berdasarkan hasil output *software* SPSS 20.0 for windows di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0.770. Berdasarkan kriteria tingkat keeratan pada tabel 4.48 hasil ini terdapat pada interval 0.60-0.80. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel Motivasi dan Jaringan Sosial terhadap Keberhasilan Usaha.

**Analisis Koefisien Determinasi**

Koefisien pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Koefisien ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel motivasi (X1) dan jaringan sosial (X2) terhadap keberhasilan usaha (Y).

**Tabel 9**  
**Pengaruh Secara Parsial**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				T	Sig.	Correlations		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Beta			Zero-order	Partial	Part
	B	Std. Error							
(Constant)	1,924	2,954			,651	,517			
1									
MOTIVASI	,269	,091	,420	2,957	,004	,738	,352	,239	
JARINGAN SOSIAL	,542	,199	,387	2,720	,008	,732	,327	,220	

a. Dependent Variable: KEBERHASILAN USAHA

Berdasarkan tabel 9 di atas diperoleh hasil sebagai berikut:

- $X_1 = 0.420 \times 0.738 = 0.31$ ,  $0.31 \times 100\% = 31\%$ . Dari hasil tersebut maka Motivasi (X<sub>1</sub>) secara parsial memberikan pengaruh sebesar 31% terhadap Keberhasilan Usaha (Y). Hasil sebesar 31% berada pada kategori kurang baik, hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh motivasi terhadap keberhasilan usaha *women entrepreneur* kurang baik. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa hal, berdasarkan observasi lapangan ditemukan bahwa kemandirian pada pengusaha wanita memiliki nilai terendah, mereka masih kurang yakin mampu menjalankan usaha sendiri tanpa adanya bantuan orang lain serta kurangnya keyakinan akan keputusan yang diambil.
- $X_2 = 0.387 \times 0.732 = 0.28$ ,  $0.28 \times 100\% = 28\%$ . Dari hasil tersebut maka Jaringan Sosial (X<sub>2</sub>) secara parsial memberikan pengaruh sebesar 28% terhadap Keberhasilan Usaha (Y). Dari hasil tersebut terindikasi bahwa pengaruh jaringan sosial terhadap keberhasilan usaha *women entrepreneur* kurang baik dapat disebabkan karena anggota IWAPI mayoritas hanya bergabung pada komunitas IWAPI saja jadi hal ini menyebabkan jaringan sosial yang dimiliki kurang berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Anggota IWAPI tidak memanfaatkan secara maksimal jaringan sosial yang saat ini telah dimiliki.

**Tabel 10**  
**Pengaruh Secara Simultan**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,770 <sup>a</sup>	,593	,580	2,50559

a. Predictors: (Constant), JARINGAN SOSIAL, MOTIVASI

b. Dependent Variable: KEBERHASILAN USAHA

Berdasarkan tabel 4.53 di atas, nilai *R-square* atau koefisien determinasi sebesar 0.593. Angka ini mempunyai arti nilai *R-square* berkisar antara angka 0 sampai 1, nilai *R-square* yang mendekati angka 1 menunjukkan bahwa model yang dirumuskan untuk menjelaskan bahwa keberhasilan usaha cukup baik. Tabel di atas menunjukkan bahwa pengaruh motivasi dan jaringan sosial terhadap keberhasilan usaha sebesar 59.3%. Sedangkan sisanya, yaitu 100% -

59.3% = 40.7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis misalnya seperti jiwa kewirausahaan, inovasi, lokasi usaha, loyalitas pelanggan dan yang lainnya.

**Pengujian Hipotesis**

**Tabel 11**  
**Pengujian Hipotesis Parsial (Uji t)**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Beta		
	B	Std. Error				
(Constant)	1,924	2,954			,651	,517
1						
MOTIVASI	,269	,091	,420	2,957	,004	
JARINGAN SOSIAL	,542	,199	,387	2,720	,008	

a. Dependent Variable: KEBERHASILAN USAHA

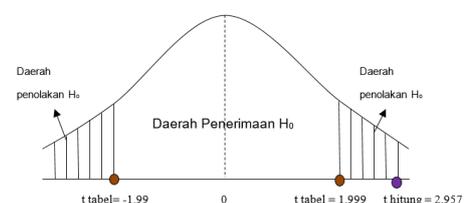
Berdasarkan tabel 11 di atas diperoleh hasil sebagai berikut:

- Berdasarkan Nilai Signifikansi (sig)  
Pada tabel di atas diperoleh nilai sig untuk variabel motivasi sebesar 0.004 dan variabel jaringan sosial sebesar 0.008. Nilai sig variabel motivasi  $0.004 < 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>0</sub> ditolak, artinya ada pengaruh motivasi terhadap keberhasilan usaha. Nilai sig variabel jaringan sosial  $0.008 < 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>0</sub> ditolak, artinya ada pengaruh jaringan sosial terhadap keberhasilan usaha.
- Berdasarkan Perbandingan Nilai t<sub>hitung</sub> dan t<sub>tabel</sub>  
a. Variabel Motivasi (X<sub>1</sub>)

Untuk variabel motivasi (X<sub>1</sub>) diperoleh nilai t<sub>hitung</sub> sebesar 2.957. Karena t<sub>hitung</sub> (2.957) > t<sub>tabel</sub> (1.999), maka H<sub>0</sub> ditolak dan terima H<sub>1</sub>. Hasil penelitian menunjukan bahwa motivasi (X<sub>1</sub>) secara parsial memiliki pengaruh yang terhadap keberhasilan usaha (Y).

Hal ini terbukti dengan adanya motivasi mampu mencapai usaha yang berhasil, karena dengan adanya kebutuhan akan berprestasi, realisasi diri, kemandirian, afiliasi, kompetensi, dan kekuasaan yang dimiliki maka diharapkan mampu membuat pengusaha wanita mengingat tujuan apa yang sebenarnya ada pada dirinya dan selalu berusaha untuk mencapai tujuan tersebut atau dalam hal ini yaitu mengenai keberhasilan usaha.

Demikian hal ini didukung dengan penelitian oleh Zhouqiaoqin *et al.* (2013) mengenai faktor keberhasilan wirausaha wanita menghasilkan bahwa motivasi memiliki pengaruh yang signifikan dalam keberhasilan wirausaha perempuan. Tentang motivasi, salah satu indikator penting adalah "Saya menetapkan tujuan untuk diri saya sendiri dalam rangka mengarahkan kegiatan saya untuk membuat bisnis sukses."



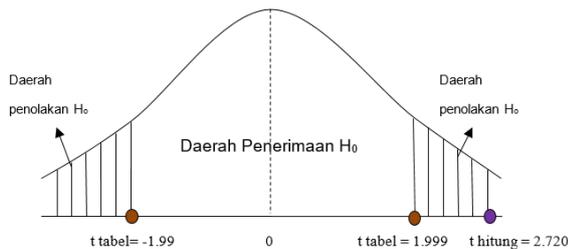
**Gambar 4**  
**Kurva Uji t Secara Parsial X<sub>1</sub> Terhadap Y**

b. Variabel Jaringan Sosial ( $X_2$ )

Untuk variabel jaringan sosial ( $X_2$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2.720. Karena  $t_{hitung}$  (2.720) >  $t_{tabel}$  (1.999), maka  $H_0$  ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa jaringan sosial ( $X_2$ ) secara parsial memiliki pengaruh yang terhadap keberhasilan usaha (Y).

Hal ini terbukti dengan adanya jaringan sosial mampu mencapai usaha yang berhasil, karena dengan adanya jaringan sosial tersebut akan membuka akses terhadap informasi, persahabatan, permodalan, kekuatan akan dan dimiliki maka diharapkan mampu membuat usaha yang dijalankan oleh pengusaha wanita dapat memiliki kekuatan, unggul, dan dapat memenangkan persaingan bisnis serta membuat usahanya berhasil.

Demikian hal ini di dukung dengan penelitian Primadona dan Emrizal (2017) memperoleh hasil bahwa Variabel modal sosial yang mempengaruhi keberhasilan berwirausaha di Kota Padang meliputi unsur jaringan, unsur *trust*, unsur *reciprocity*, unsur nilai-nilai, unsur norma dan unsur tindakan yang proaktif. Jaringan dan *trust* berpengaruh secara signifikan terhadap keberhasilan wirausaha.



**Gambar 5**  
**Kurva Uji t Secara Parsial  $X_2$  Terhadap Y**

**Tabel 12**

**Pengujian Hipotesis Secara Silmutan (Uji F)**

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	568,155	2	284,078	45,250	,000 <sup>b</sup>
Residual	389,234	62	6,278		
Total	957,389	64			

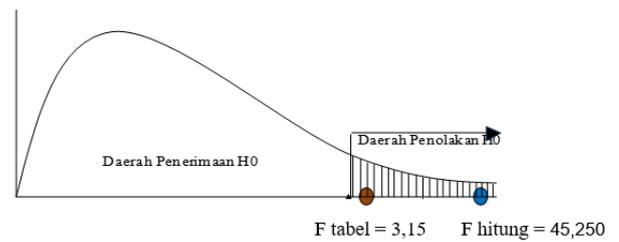
a. Dependent Variable: KEBERHASILAN USAHA

b. Predictors: (Constant), JARINGAN SOSIAL, MOTIVASI

Dari tabel 12 di atas diperoleh nilai signifikansi 0.000 dan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 45.250. Karena nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$  dan nilai  $F_{hitung}$  (45.250) >  $F_{tabel}$  (3.15), maka  $H_0$  ditolak dan terima  $H_1$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa motivasi dan jaringan sosial secara bersama-sama berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.

Demikian hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Alam *et al.*, (2011) dengan judul penelitian *An Empirical Study of Success Factors of Women Entrepreneurs in Southern Region in Malaysia* menunjukkan bahwa dukungan keluarga, jaringan sosial, dan motivasi internal adalah elemen signifikan yang memengaruhi kesuksesan di kalangan pengusaha perempuan di Malaysia. Faktor-faktor

tersebut menyatakan bahwa dengan adanya dukungan keluarga, jaringan sosial, dan motivasi internal dapat membuat bisnis usaha berhasil.



**Gambar 6**  
**Kurva Uji F  $X_1$  dan  $X_2$  Terhadap Y**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, mengenai Pengaruh Motivasi dan Jaringan Sosial terhadap Keberhasilan Usaha pada *Women Entrepreneur* yang Tergabung dalam IWAPI Kota Bandung. Maka penulis mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Motivasi yang dimiliki oleh *women entrepreneur* anggota IWAPI Kota Bandung tergolong sudah baik. Hasil ini bisa dilihat dari semua aspek yang diteliti seperti motivasi untuk kebutuhan berprestasi, realisasi diri, kemandirian, afiliasi, kompetensi, dan kekuasaan.
2. Jaringan Sosial yang dimiliki oleh *women entrepreneur* anggota IWAPI Kota Bandung dapat digolongkan sudah baik. Mereka telah bergabung pada sebuah organisasi atau komunitas. Hasil yang baik ini dapat dilihat pula dari aspek yang diteliti yaitu pergaulan yang luas, suka berteman atau bergaul. Namun pada jaringan sosial yang luas anggota IWAPI Kota Bandung masih berada dikategori cukup.
3. Keberhasilan Usaha pada *women entrepreneur* anggota IWAPI Kota Bandung Sudah Baik. Hal ini dapat dilihat dari aspek yang diteliti oleh peneliti seperti memenuhi kebutuhan rumah tangga, usaha dapat bertahan, kesejahteraan keluarga terjamin, dan kesejahteraan karyawan terpenuhi. Namun meskipun demikian, perkembangan pada usaha yang mereka jalankan masih berada pada kategori cukup.
4. Terdapat pengaruh yang signifikan dari motivasi terhadap keberhasilan usaha *women entrepreneur* serta dengan adanya kontribusi pengaruh yang diberikan. Terdapat pengaruh yang signifikan dari jaringan sosial terhadap keberhasilan usaha *women entrepreneur* serta dengan adanya kontribusi pengaruh yang diberikan. Secara simultan, motivasi dan jaringan sosial berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha *women entrepreneur* serta dengan adanya kontribusi pengaruh yang diberikan. Bahwa pengusaha wanita memiliki motivasi dan melakukan perluasan jaringan sosial yang dimiliki serta keberhasilan usaha yang baik.

## Saran

Berdasarkan keseluruhan uraian pada bab sebelumnya, maka penulis mencoba memberikan saran atau solusi guna memecahkan sedikit masalah dari Pengaruh Motivasi dan Jaringan Sosial terhadap Keberhasilan Usaha pada *Women Entrepreneur* yang Tergabung dalam IWAPI Kota Bandung. Adapun saran dan solusi dari penulis adalah sebagai berikut:

1. Motivasi yang dimiliki oleh anggota IWAPI Kota Bandung sudah baik namun pengusaha wanita atau *women entrepreneur* harus terus mempertahankan motivasi yang telah dimiliki atau bahkan ditingkatkan. Disarankan untuk lebih meningkatkan pada aspek keinginan untuk selalu berprestasi dan kemandirian karena kedua aspek ini memiliki nilai terendah. Selalu mengingat visi atau tujuan hidup akan membuat pengusaha wanita selalu berusaha mencapai tujuan, dan kemandirian yang baik akan meningkatkan kualitas karakteristik pengusaha wanita yang baik untuk keberhasilan usaha.
2. Jaringan sosial yang dimiliki oleh anggota IWAPI Kota Bandung sudah baik, namun dilihat dari segi jaringan sosial pada pengusaha wanita atau *women entrepreneur* bahwa para pengusaha wanita harus selalu berusaha untuk terus memperluas jaringan sosial yang mereka miliki baik jaringan formal (seperti hubungan dengan bank, lembaga pemerintah, dan perusahaan konsultan) maupun informal (seperti pertemanan, komunitas tertentu). Cara untuk memperluas jaringan itu sendiri dapat dilakukan dengan berbagai hal seperti bergabung pada perkumpulan atau organisasi lain selain IWAPI Kota Bandung, menjalin hubungan baik dengan lembaga pemerintah, lembaga perbankan, perusahaan konsultan, serta menjalin persahabatan dengan orang lain.
3. Meskipun keberhasilan usaha anggota IWAPI Kota Bandung sudah baik namun para pengusaha wanita atau *women entrepreneur* harus mempunyai strategi untuk dapat mempertahankan keberhasilan usaha yang saat ini telah mereka raih atau bahkan meningkatkannya, hal ini perlu dilakukan agar mereka mampu memenangkan persaingan melihat ketatnya persaingan bisnis saat ini dan dapat mengembangkam potensi-potensi yang ada di dalam jiwa para pengusaha wanita anggota IWAPI Kota Bandung yang didukung oleh motivasi dalam diri pengusaha wanita maupun jaringan sosial yang dimiliki sehingga usaha yang dijalankan tetap atau terus berhasil.
4. Dalam penelitian ini, penulis hanya meneliti faktor-faktor motivasi dan jaringan sosial yang menentukan keberhasilan usaha. Oleh sebab itu, perlu ada penelitian lebih lanjut terhadap faktor-faktor lain yang mempengaruhi keberhasilan usaha diantaranya adalah jiwa kewirausahaan, kreatifitas, lokasi usaha, loyalitas pelanggan serta faktor-faktor lainnya yang memberikan kontribusi pada keberhasilan usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aimasari, Nina dan Astri Ghina. 2015. *Analisis Faktor-faktor Yang Memotivasi Wanita Untuk Menjadi Wirausaha (Studi Pengusaha Wanita UMKM Di Kota Bandung Tahun 2015)*. e-Proceeding of Management : Vol.2, No.3. ISSN : 2355-9357
- Alam, Syed Shah et al., 2011. *An Empirical Study of Success Factors of Women Entrepreneurs in Southern Region in Malaysia*. International Journal of Economics and Finance. Vol. 3, No. 2. ISSN 1916-971X E-ISSN 1916-9728
- Budiarti, Isniar. 2016. *Pengaruh Kepemimpinan dan Kemampuan Karyawan terhadap Keberhasilan Usaha pada Distributor Susu CV. Umskey Bandung*. Jurnal Riset Bisnis & Manajemen. JURISMA. ISSN 2086-0455
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Indriyatni, Lies. 2013. *Analisis Fakto-faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keberhasilan Usaha Mikro dan Kecil*. Jurnal STIE Semarang. Vol 5 No 1. ISSN 2252-7826
- Kalyani. A.L.N.S, et al., 2016. *Factors Influencing Female Entrepreneurship*. Anveshana's International Journal Of Research in Regional Studies, Law, Social Sciences, Journalism and Management Practices. Volume 1, Issue 8. ISSN-2455-6602 Online
- Kumar, Sunil R, et al., 2018. *Motivating Factors That Influence Women Entrepreneurs. Impact: International Journal of Research in Business Management*. (IMPACT: IJRBM). Vol. 6, Issue 4. ISSN (P): 2347-4572; ISSN (E): 2321-886X
- Lestari, Retno Ariyani Puji, et al., 2017. *Pengaruh Efikasi Diri, Lingkungan Sosial, Akses Kepada Modal, dan Kepemilikan Jaringan Sosial terhadap Sikap Kewirausahaan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2013 Universitas Negeri Semarang*. Economic Education Analysis Journal 6 (3). p-ISSN 2252-6544 e-ISSN 2502-356X
- Lucky, E. O. I., dan Olusegun, A. I. 2012. *Is Small and Medium Enterprises (SMEs) an Entrepreneurship? International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 487
- Moghli, Azzam Azmi Abou et al., 2012. *Social Network and the Success of Business Start-Up*. International Journal of Business and Management. Vol. 7, No. 9. ISSN 1833-3850 E-ISSN 1833-8119
- Primadona dan Emrizal. 2017. *Pengaruh Modal Sosial Terhadap Keberhasilan Wirausaha Di Kota Padang*. Polibisnis. Volume 9 No.2. ISSN 1858 – 3717
- Primiana, Ina. 2009. *Menggerakkan sektor riil UKM & industry*. Bandung: Alfabeta
- Putri, Zeni Eka. 2010. *Pemanfaatan Jaringan Sosial dalam Pengembangan Usaha oleh Pelaku*

- Sanchez, Virginia Barba, *et al.*,. 2011. *Reasons to create a new venture: A determinant of entrepreneurial profiles. African Journal of Business Management*. Vol. 5(28), pp. 11497-11504. ISSN 1993-8233
- Santos, Gina, Carla Susana Marques. 2018. *Entrepreneurial women's networks: the case of D'Uva – Portugal wine girls", International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 1355-2554
- Solesvik, Marina *et al.*,. 2018. *Motivation of female entrepreneurs: a cross-national study. Journal of Small Business and Enterprise Development*. 1462-6004
- Suryana, Yuyus, Rita Komaladewi, dan Waode Zusnita. 2017. The Model of Successful Female Entrepreneurs. *Review of Integrative Business and Economics Research*, Vol. 6, no. 2, pp.197-204. ISSN: 2304-1013 (Online); 2304-1269 (CDROM); 2414-6722 (Print)
- Tisa, Andita dan Grisna Anggadwita. 2018. *Pengaruh Faktor Internal dan Faktor Eksternal terhadap Minat Berwirausaha pada Women Entrepreneur Pemilik Usaha Fashion Di Kota Bandung. e-Proceeding of Management : Vol.5, No.2 Agustus 2018*. ISSN : 2355-9357
- Uno, Hamzah. B. 2013. *Teori Motivasi dan Pengukurannya*. Jakarta: Bumi Aksara
- Xie, Xuemei dan Jiuchang Lv. 2016. *Social networks of female tech-entrepreneurs and new venture performance: the moderating effects of entrepreneurial alertness and gender discrimination. International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(4) 963-983
- Zhouqiaoqin, *et al.*,. 2013. *Factors that influence the success of women entrepreneur in China: a survey of women entrepreneurs in Beijing. IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS). Volume 18, Issue, PP 83-91. e-ISSN: 2279-0837, p-ISSN: 2279-0845*
- Ariyanti, Fiki. 2018. *Jumlah Wirausaha RI Siap Kejar Malaysia*. [internet]. Diakses pada 29 Maret 2019.  
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/3216536/jumlah-wirausaha-ri-siap-kejar-malaysia>
- Isti. 2019. *Penyebab Bisnis Gagal dan Solusinya*. [internet]. Diakses pada 13 Mei 2019.  
<https://www.ukmonline.co.id/advertising/penyebab-bisnis-gagal-dan-solusinya/>
- Walfajri, Maizal dan Narita. 2018. *Jumlah Pelaku UMKM di 2018 Diprediksi Mencapai 58,97 Juta Orang*. [internet]. Diakses pada 29 Maret 2019.  
<https://keuangan.kontan.co.id/news/jumlah-pelaku-umkm-di-2018-diprediksi-mencapai-5897-juta-orang>