

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Motivasi

2.1.1.1 Pengertian 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.”

Pendapat mengenai motivasi pada penelitian Zimmerman dan Chu (2013:78) yaitu “*motivation is the link between the intention and action of entrepreneurs.*” “Motivasi adalah hubungan antara niat dan tindakan pengusaha.”

Motivasi menurut Heminarto dan Hamzah (2012) adalah kekuatan dari dalam atau luar yang mendorong seseorang untuk mencapai tujuan tertentu melalui tingkah laku atau perbuatan. Motivasi adalah proses psikologis yang dapat menjelaskan perilaku seseorang.

Sedangkan Siagian (2012:138) berpendapat bahwa motivasi adalah daya pendorong yang mengakibatkan seseorang anggota organisasi mau dan rela untuk

mengerahkan kemampuan dalam bentuk keahlian atau keterampilan tenaga dan waktunya untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan yang menjadi tanggung jawabnya dan menunaikan kewajibannya, dalam rangka pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi yang telah ditentukan sebelumnya.

Motivasi menurut Dharmawati (2016:216) merupakan pendorong semangat kerja dan segala daya dengan hasil guna yang baik, serta meningkatkan rasa kepuasan di dalam bekerja. Menurut Hamzah (2013) motivasi merupakan dorongan *internal* dan *eksternal* dalam diri seseorang untuk mengadakan perubahan tingkah laku.

Berdasarkan sejumlah pengertian di atas mengenai motivasi maka penulis berpendapat bahwa motivasi adalah dorongan yang timbul baik dari dalam individu (*internal*) maupun dari luar individu (*eksternal*) untuk melakukan sesuatu dan mencapai tujuan tertentu.

2.1.1.2 Jenis Motivasi

Ada dua jenis motivasi menurut Malayu Hasibuan (2013:150) adalah sebagai berikut:

1. Motivasi Positif

Motivasi positif maksudnya manajer memotivasi (merangsang) bawahan dengan memberikan hadiah kepada mereka yang berprestasi di atas prestasi standar. Dengan motivasi positif, semangat kerja bawahan akan meningkat karena umumnya manusia senang menerima yang baik-baik saja.

2. Motivasi Negatif

Motivasi negatif maksudnya manajer memotivasi bawahan dengan standar mereka akan mendapat hukuman. Dengan motivasi negatif ini semangat bekerja bawahan dalam jangka waktu pendek akan meningkat karena mereka takut dihukum, tetapi untuk jangka waktu panjang dapat berakibat kurang baik.

2.1.1.3 Indikator Motivasi

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

1. Kebutuhan untuk berprestasi

Motivasi kebutuhan untuk berprestasi adalah dorongan dalam diri seseorang untuk mengatasi segala tantangan dan hambatan dalam mencapai tujuan. Wirausaha yang berorientasi dan bekerja keras apabila mereka memandang bahwa mereka akan memperoleh kebanggaan pribadi atas upaya mereka, apabila hanya terdapat sedikit risiko gagal dan apabila mereka mendapat balikan spesifik tentang prestasi diwaktu lalu. Kebutuhan akan prestasi telah dikaitkan dengan perilaku kewirausahaan. Kebutuhan ini meminta keinginan kuat untuk melakukan hal-hal dengan baik, atau lebih baik daripada yang lain, termasuk yang memiliki otoritas (kekuasaan). Orang dengan kebutuhan berprestasi tinggi mungkin membuat rencana sebelumnya. Mereka juga menikmati mengambil tanggung jawab pribadi dan lebih suka cepat, umpan balik spesifik tentang tindakan mereka.

2. Realisasi diri

Realisasi adalah tindakan atau proses perwujudan sesuatu yang telah direncanakan. Dimulai dari cita-cita hingga seseorang dapat menentukan target yang ingin dicapai dalam waktu tertentu, lalu dibuat rencana (planing) untuk mewujudkannya, lalu rencana tersebut dilaksanakan atau direalisasikan dalam tindakan nyata. Realisasi diri adalah suatu hal yang langka dan bisa dicapai hanya dengan mereka yang sudah dengan baik mengasimilasi kesadaran dengan keseluruhan kepribadian. Salah satu bentuk dari realisasi diri adalah tercapainya sebuah cita-cita. Cita-cita juga dapat diartikan sebagai tujuan atau pedoman hidup. Pada penelitian Sofuan (2018) tujuan merupakan langkah pertama dalam proses mencapai kesuksesan dan tujuan juga merupakan kunci mencapai kesuksesan.

3. Kemandirian

Istilah kemandirian menunjukkan adanya kepercayaan akan sebuah kemampuan diri dalam menyelesaikan masalah tanpa bantuan dari orang lain. Individu yang mandiri sebagai individu yang dapat menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapinya, mampu mengambil keputusan sendiri, mempunyai inisiatif dan kreatif, tanpa mengabaikan lingkungan disekitarnya. Pengambilan keputusan merupakan salah satu bentuk kemandirian dalam usaha dimana menurut Irawati (2017) bahwa pengambilan keputusan merupakan memilih dan menetapkan satu alternatif yang dianggap paling menguntungkan dari beberapa alternatif yang dimiliki. Alternatif yang ditetapkan merupakan keputusan. Kualitas keputusan yang diambil tersebut merupakan standar dari efektivitas

mereka. Kemandirian dapat pula tercermin dari pemecahan masalah. Kuntowicaksono (2012) bahwa kemampuan untuk melakukan pemecahan masalah adalah keterampilan yang dibutuhkan oleh hampir semua orang dalam setiap aspek kehidupannya.

4. Afiliasi

Motivasi afiliasi merupakan dorongan untuk berhubungan dengan orang-orang atas dasar sosial. Orang-orang yang bermotivasi afiliasi bekerja lebih baik apabila mereka dipuji karena sikap dan kerjasama mereka yang menyenangkan. Virginia dan Carlos (2011) menyatakan bahwa kebutuhan mereka yang rendah akan afiliasi dan kekuatan institusional menyarankan mereka memiliki sedikit keinginan untuk membangun pribadi hubungan di tempat kerja, dan kebutuhan sosial minimal kekuatan pribadi menandakan kurangnya ambisi pribadi mereka.

5. Kompetensi

Motivasi kompetensi yaitu dorongan untuk mencapai keunggulan bekerja, meningkatkan ketrampilan dalam memecahkan masalah, dan berusaha untuk inovatif. Umumnya, mereka cenderung melakukan pekerjaan dengan baik karena kepuasan batin yang mereka rasakan dari melakukan pekerjaan itu dan penghargaan yang diperoleh dari orang lain. Kompetensi biasanya terdiri dari 3 hal yaitu *knowledge* (pengetahuan atau pendidikan), *ability* (kemampuan atau keterampilan), dan *attitude* (sikap). Menurut Basrowi (2011), bahwa faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha adalah motivasi, usia, pengalaman, dan pendidikan.

6. Kekuasaan

Pada penelitian Trustorini dan Yusuf (2017) motivasi kekuasaan ialah hasrat untuk dapat memengaruhi, mengontrol, dan menguasai orang lain. Ciri umum yaitu senang bersaing, berorientasi pada status, dan cenderung lebih lebih berorientasi pada prestise dan ingin memengaruhi orang lain. Keumala Hayati dan Aida Sari (2007) keberhasilan usaha kecil sangat dipengaruhi oleh kemampuan wirausahanya yang juga sebagai pemilik perusahaan sekaligus bertindak sebagai pemimpin yang memimpin manusia dan memimpin usaha untuk bertindak sebagai manajer dalam mengelola, mengatur ataupun membuat rencana tentang laju perkembangan atau pertumbuhan usahanya. Stewart L. Rina Irawati (2017) pengambilan keputusan merupakan suatu proses pemilihan alternatif terbaik dari beberapa alternatif secara sistematis untuk digunakan sebagai cara pemecahan masalah. Hascaryo Pramudibyanto (2010) bahwa kekuasaan merupakan kemampuan untuk menggunakan pengaruh (*influence*). Artinya, seseorang yang memiliki kemampuan dalam menggunakan pengaruh, juga memiliki kekuasaan yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan individu, kelompok, maupun organisasi.

2.1.2 Jaringan Sosial

2.1.2.1 Pengertian Jaringan Sosial

Pada penelitian Santos *et al.*, (2018) berpendapat bahwa:

“Networks are social structures composed of a set of relationships between a group of individuals, while networking is the activity based on which

network relationships are constructed, nurtured, and mobilized. Networking refers to the flow of information, money, power, and friendship through network relationships.”

“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) “*Social networking is an individual’s ability to obtain social resources and benefits from a social structure and its associations.*” “Jaringan sosial yaitu kemampuan individu untuk memperoleh sumber daya sosial dan manfaat dari struktur sosial dan asosiasinya.”

Beberapa studi seperti Sharafizad dan Coetzer (2016) mendefinisikan jaringan formal sebagai sebuah jaringan bisnis, yaitu interkoneksi antara beberapa perusahaan atau entitas, seperti sebagai hubungan dengan bank, lembaga pemerintah, dan perusahaan konsultan. Pada penelitian Santos *et al.*, (2018) berpendapat tentang jaringan informal, juga ditunjuk oleh penulis sebagai jaringan sosial atau pribadi, adalah jaringan yang mengandung kontak informal, seperti dalam kasus keluarga dan teman, dan mereka yang didasarkan pada informal hubungan dan kode etik.

Menurut Ketut Gede Mudiarta (2009:6) jaringan sosial (*networks*) merupakan dimensi yang bisa saja memerlukan dukungan dua dimensi lainnya

karena kerja sama atau jaringan sosial tidak akan terwujud tanpa dilandasi norma dan rasa saling percaya.

Jaringan (*net-work*) sosial menurut Lestari *et al.*, (2017) adalah ikatan antarsimpul (orang atau kelompok) yang dibutuhkan antarmedia (hubungan sosial). Sedangkan 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.

Setelah mengkaji beberapa pengertian mengenai jaringan sosial di atas, maka penulis berpendapat bahwa jaringan sosial yaitu hubungan dua arah antar individu maupun kelompok yang di dalamnya saling bertukar informasi.

2.1.2.2 Komponen Jaringan Sosial

Pada penelitian Santos *et al.*, (2018), jaringan terdiri dari empat komponen, yaitu:

1. Pelaku dalam jaringan
2. Hubungan dan atau tautan antara pelaku jaringan
3. Aliran atau pertukaran di antara mereka
4. Mekanisme atau mode interaksi yang digunakan oleh para pelaku.

Pada penelitian Santos *et al.*, (2018) dalam literatur tentang jaringan dalam kewirausahaan, telah muncul tiga kontruksi sebagai kunci konstruksi dalam karya teoritis dan empiris, yaitu:

1. Konten dari hubungan kewirausahaan (yaitu konten)
2. Tata kelola hubungan ini (yaitu pemerintahan)
3. Struktur atau pola yang muncul dari ikatan yang mengikat aktor jaringan secara langsung atau tidak langsung satu sama lain (yaitu struktur sosial).

Ketiganya komponen muncul sebagai elemen kunci dalam model yang berusaha menjelaskan proses jaringan pengembangan selama kegiatan kewirausahaan dan dampaknya terhadap usaha bisnis.

2.1.2.3 Pentingnya Jaringan Sosial

Oke dan Dorcas.F (2013), pentingnya jaringan sosial ini meliputi:

1. Jaringan sosial memengaruhi niat wirausaha, juga membantu dalam pengenalan peluang dalam keputusan untuk menjadi wirausaha. Pengusaha yang memiliki keluarga, teman, atau tetangga dalam bisnis, atau yang secara pribadi mengenal seseorang yang telah memulai bisnis, adalah lebih cenderung menjadi wirausaha sendiri.
2. Jaringan sosial juga dapat digunakan untuk mendapatkan akses ke sumber daya berharga yang meliputi: saran, pendanaan, informasi, pengetahuan atau keterampilan, legitimasi sosial, atau dukungan sosial.
3. Jaringan sosial membantu wirausahawan untuk memperoleh modal manusia, finansial, dan sosial yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan mereka.
4. Ini meningkatkan profitabilitas pengusaha sebagai akibat dari terhubung dengan lebih banyak pelanggan dengan demikian meningkatkan penjualan dan menyebabkan pertumbuhan laba.

5. Jaringan dapat menjadi alat yang sangat berharga untuk memperluas dan menginternasionalisasi kegiatan, ini memberikan nilai tambah bagi bisnis milik wanita dan pria oleh meningkatkan aliran informasi.

2.1.2.4 Indikator Jaringan Sosial

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

1. Pergaulan yang luas

Memiliki lingkaran pertemanan atau pergaulan yang luas baik antar individu, maupun kelompok. Pergaulan yang luas penting bagi seorang wirausaha. Menurut Jesika (2018) bahwa luasnya pergaulan seorang pengusaha menentukan keberhasilan usahanya. Dalam mengembangkan usahanya seorang wirausaha harus berkomunikasi dengan pemasok, pelanggannya, maupun pedagang perantara.

2. Suka berteman atau bergaul

Kesukaan dan keterbukaan dalam menjalin hubungan pertemanan atau bergaul. Dalam berteman atau bergaul harus menjalin hubungan yang baik. Jesika (2018) bahwa berhubungan baik kepada teman kampus atau kantor itu merupakan hal penting, banyak hal yang harus dilakukan dengan mereka. Bukan hanya kaitannya dengan pekerjaan namun terhadap jaringan usaha. Jesika (2018) bahwa keterampilan bergaul (*human relations*) untuk seorang wirausaha merupakan hal yang sangat penting. Memiliki hubungan baik dengan banyak orang merupakan salah satu ciri wirausaha sukses.

3. Menjadi anggota perkumpulan atau organisasi

Menjadi anggota dari suatu perkumpulan atau organisasi, seperti komunitas tertentu. Pentingnya berorganisasi, pada penelitian Fadilla *et al.*, (2018) menyatakan bahwa persaingan perusahaan harus dapat membangun sebuah jaringan (*network*) dengan organisasi-organisasi lain yang tentunya menunjang operasional perusahaan. Dalam bergorganisasi diperlukan kemampuan berkomunikasi yang baik. Pada penelitian Irwan (2016) kemampuan berkomunikasi dan berkomunikasi dengan baik adalah salah satu faktor terbesar dalam kesuksesan bisnis

4. Jaringan sosial yang luas.

Memiliki aliansi atau jaringan yang luas baik formal maupun informal.

2.1.3 Kewirausahaan (*Entrepreneurship*)

Kumar *et al.*, (2018) memaparkan tentang kewirausahaan, definisi awal kewirausahaan dapat tanggal ke abad kedelapan belas, menyatakannya sebagai istilah ekonomi yang menggambarkan proses menanggung risiko pembelian di harga tertentu dan penjualan dengan harga tidak pasti. Kata 'wirausaha' berasal dari kata Perancis pada abad yang berarti melakukan. Selama bertahun-tahun konsep kewirausahaan telah berkembang dan disempurnakan lebih lanjut.

Menurut Hisrich *et al.*, (2010:6):

“Entrepreneurship is the process of creating something new with value by devoting the necessary time and effort; assuming the accompanying financial, psychic, and social risks and uncertainties;

and receiving the resulting rewards of monetary and personal satisfaction.”

“Kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang baru dengan nilai dengan mencurahkan waktu dan upaya yang diperlukan; dengan asumsi risiko dan ketidakpastian keuangan, psikis, dan sosial yang menyertainya; dan menerima imbalan berupa uang dan kepuasan pribadi.”

Sedangkan Kuratko (2015:23) berpendapat bahwa:

“Entrepreneurship is a dynamic process of vision, change, and creation that requires an application of energy and passion toward the creation and implementation of new ideas and creative solutions. This process of innovation and new-venture creation is accomplished through four major dimensions-individual, organizational, environmental, and process- and is aided by collaborative networks in government, education, and institution. All of the macro and micro positions of entrepreneurial thought must be considered while recognizing and seizing opportunities that can be converted into marketable ideas capable of competing for implementation in today’s economy.”

“Kewirausahaan adalah proses dinamis dari visi, perubahan, dan penciptaan yang membutuhkan aplikasi energi dan semangat menuju penciptaan dan implementasi ide-ide baru dan solusi kreatif. Proses inovasi dan penciptaan usaha baru ini dilakukan melalui empat

dimensi utama - individu, organisasi, lingkungan, dan proses - dan dibantu oleh jaringan kolaboratif dalam pemerintahan, pendidikan, dan institusi. Semua posisi makro dan mikro dari pemikiran kewirausahaan harus dipertimbangkan sambil mengakui dan menangkap peluang yang dapat dikonversi menjadi ide-ide yang dapat dipasarkan yang mampu bersaing untuk implementasi dalam perekonomian saat ini.”

Dharmawati (2016:14) memaparkan pendapatnya tentang kewirausahaan, kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (*creative*), dan sesuatu yang berbeda (*inovative*) yang bermanfaat memberi nilai lebih.

Sedangkan Suryana dan Bayu (2011:29-30) berpendapat bahwa kewirausahaan merupakan semangat, perilaku, dan kemampuan untuk memberikan tanggapan yang positif terhadap peluang memperoleh keuntungan untuk diri sendiri dan atau pelayanan yang lebih baik pada pelanggan atau masyarakat; dengan selalu berusaha mencari dan melayani langganan lebih banyak dan lebih baik, serta menciptakan dan menyediakan produk yang lebih bermanfaat dan menerapkan cara kerja yang lebih efisien, melalui keberanian mengambil risiko, kreativitas, dan inovasi, serta kemampuan manajemen.

Berdasarkan beberapa definisi di atas mengenai *entrepreneurship* atau kewirausahaan penulis berpendapat bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan individu dalam menjalankan usaha dengan melakukan inovasi dalam rangka mendapatkan keuntungan.

2.1.4 Wirausahawan (*Entrepreneur*)

Hisrich et al., (2010:6) berpendapat mengenai wirausahawan (*entrepreneur*), “*Entrepreneur an individual who takes initiative to bundle resources in innovative ways and is willing to bear the risk and/or uncertainty to act.*” “Pengusaha seorang individu yang berinisiatif untuk mengumpulkan sumber daya dengan cara-cara inovatif dan bersedia menanggung risiko dan / atau ketidakpastian untuk bertindak.”

Menurut Kuratko (2015:23):

“Entrepreneur is an innovator or developer who recognize and seizes opportunities; converts those opportunities into workable/marketable ideas; adds value through time, effort, money, or skills; and assumes the risks of the competitive marketplace to implement these ideas. The entrepreneur is a catalyst for economic change who uses purposeful searching, careful planning, and sound judgement when carrying out the entrepreneurial process. The entrepreneur-uniquely optimistic and committed-works creatively to establish new resources or endow old ones with a new capacity, all for the purpose of creating wealth.”

“Pengusaha adalah inovator atau pengembang yang mengakui dan merebut peluang; mengubah peluang itu menjadi gagasan yang bisa diterapkan / dipasarkan; menambah nilai melalui waktu, tenaga, uang, atau keterampilan; dan mengasumsikan risiko pasar kompetitif untuk mengimplementasikan ide-ide ini. Pengusaha adalah katalisator untuk perubahan ekonomi yang menggunakan pencarian yang disengaja,

perencanaan yang cermat, dan penilaian yang baik ketika melakukan proses kewirausahaan. Pengusaha-secara unik optimis dan berkomitmen-bekerja secara kreatif untuk membangun sumber daya baru atau memberikan yang lama dengan kapasitas baru, semuanya untuk tujuan menciptakan kekayaan.”

Menurut Eddy (2009) wirausaha atau *entrepreneur* adalah orang yang berjiwa kreatif dan inovatif yang mampu mendirikan, membangun, mengembangkan, memajukan, dan menjadikan perusahaannya unggul.

Sementara Suryana dan Bayu (2011:29) memaparkan pendapatnya bahwa wirausaha (*entrepreneur*) adalah mereka yang mendirikan, mengelola, mengembangkan, dan melembagakan perusahaan miliknya sendiri.

Berdasarkan beberapa pengertian yang telah dipaparkan, penulis berpendapat bahwa entrepreneur atau wirausaha yaitu orang yang memiliki jiwa kreatif dan inovatif dalam menjalankan usaha dengan memanfaatkan kemampuan mengelola, mengembangkan usahanya sehingga perusahaannya dapat unggul.

2.1.5 Wirausaha Wanita (*Women Entrepreneur*)

Pada penelitian Zhouqiaoqin *et al.*, (2013:83) berpendapat mengenai wirausaha wanita, bahwa:

“A woman entrepreneur can be defined as a confident, innovative and creative woman capable of achieving self economic independence individually or in collaboration, generates employment opportunities

for others through initiating, establishing and running the enterprise by keeping pace with her personal, family and social life.”

“Seorang wirausaha perempuan dapat didefinisikan sebagai perempuan yang percaya diri, inovatif dan kreatif yang mampu mencapai kemandirian ekonomi sendiri secara individu atau dalam kolaborasi, menghasilkan peluang kerja bagi orang lain melalui memulai, membangun dan menjalankan usaha dengan mengimbangi kehidupan pribadi, keluarga, dan sosialnya.”

Sedangkan 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.

Kalyani dan Mounika (2016:54-55) mendefinisikan pengusaha wanita dalam tiga cara berbeda, yaitu:

- a. Kepada seorang wanita yang telah memulai bisnis.

- b. Untuk seseorang yang merupakan pemilik bisnis keluarga atau kemitraan.
- c. Kepada seseorang yang merupakan pemegang saham di perusahaan publik yang dijalankannya.

Setelah mengetahui beberapa pengertian mengenai *women entrepreneur* penulis berpendapat, *women entrepreneur* merupakan seorang wanita yang menjalankan usaha baik usaha sendiri maupun kemitraan atau wanita yang menjalankan suatu bisnis dan menghasilkan keuntungan dari usahanya.

2.1.6 Keberhasilan Usaha

2.1.6.1 Pengertian Keberhasilan Usaha

Menurut Lucky dan Olusegun (2012), *“Business success is defined as the ability of the business to achieve its stated objective. It is the achievement of the business with regards to its business goals. It is having set goals and achieving them.”* “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”.

Sedangkan menurut Kadek Agus Suarmawan (2015:3) “suatu usaha dikatakan berhasil apabila memiliki suatu kelebihan dibandingkan dengan periode sebelumnya atau dengan perusahaan sekelasnya. Suatu bisnis dikatakan berhasil bila mendapat laba, walaupun laba bukan merupakan satu satunya aspek yang di

nilai dari keberhasilan sebuah usaha.” Keberhasilan usaha pada penelitian Indriyatni (2013) yaitu laba atau keuntungan yang dihasilkan, mampu mensejahterakan kehidupan.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa definisi keberhasilan usaha adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuan bisnisnya serta pendapatan yang didapatkan dapat mensejahterakan kehidupan.

2.1.6.2 Faktor Pendorong Keberhasilan Usaha

Menurut Hendro (2011) faktor pendorong keberhasilan usaha terdiri dari:

1. Faktor Peluang

Sebagai seorang wirausahawan, anda harus membuat dan menemukan strategi yang tepat untuk usaha anda, bukan usaha orang lain. Disamping itu anda harus menciptakan peluang yang tidak hanya bersifat momentum tetapi benar-benar peluang bisnis. Peluang yang tepat adalah rangkaian yang kuat dan muncul dari penyatuan benang merah antara “aku bisnis pasar”.

2. Faktor Manusia (SDM)

- Yang merencanakan dengan matang itu membutuhkan SDM yang berkualitas.
- Melakukan pelaksanaan yang sesuai dan tepat dengan perencanaan secara kreatif dalam mengatasi masalah dan itu membutuhkan SDM yang handal sebagai manajer yang hebat.
- Mengawasi suatu pekerjaan sesuai dengan perencanaan dan target yang dibutuhkan. Controller yang hebat mencakup quality control, financial control serta supervisor.

- Mengembangkan suatu usaha itu membutuhkan orang yang hebat dalam memasarkan dan menjual, yaitu marketer dan seller.
- Faktor kepemimpinan atau leadership juga merupakan salah satu faktor penting yaitu gaya kepemimpinan.

3. Faktor Keuangan

- Pengendalian biaya dan anggaran.
- Pencairan dana modal kerja, dana investasi, dan dana lainnya.
- Perencanaan dan penetapan harga produk, biaya (perinciannya), rugi laba dan lain-lain.
- Perhitungan resiko keuangan sehingga risiko keuangan bisa dikendalikan dengan baik.
- Stuktur biaya seperti margin (batas) kontribusi, laba berbanding penjualan, biaya berbanding penjualan, dan lain-lain.

4. Faktor Organisasi

Ibarat sebuah pohon yang memiliki batang yang kokoh dan kuat, organisasi usaha itu harus terstruktur dengan baik. Organisasi usaha juga tidak statis tetapi dinamis, kreatif, dan berwawasan kedepan.

5. Faktor perencanaan

- Perencanaan visi, misi, strategi jangka panjang dan pendek
- Perencanaan operasional dan program-program pemasaran
- Perencanaan produk
- Perencanaan informasi teknologi
- Perencanaan pendistribusian produk

- Perencanaan jumlah produk yang akan dijual

6. Faktor pengelolaan usaha

- *Quality* : mutu produk, mutu operasional, mutu pelayanan harus bagus.
- *Time* : waktu penyelesaian produk, waktu pekerjaan, waktu perbaikan juga penting dan menunjang mutu produk.
- *Cost* : mutu yang bagus perlu biaya yang tinggi belum tentu menghasilkan mutu yang baik.

7. Faktor Pemasaran dan Penjualan

Faktor pemasaran dan penjualan memainkan peranan penting bagi kelancaran usaha. Ilmu penjualan adalah *The Embryo of Entrepreneurial Skill*.

8. Faktor Administrasi

Tanpa pencatatan dan dokumentasi yang baik dan pengumpulan serta pengelompokan data administrasi, maka strategi, taktik, perencanaan pengembangan, program-program dan arah perusahaan menjadi tidak berjalan sesuai harapan karena hanya dilakukan berdasarkan *feeling* atau perasaan anda saja.

9. Faktor peraturan pemerintah, politik, sosial, ekonomi dan budaya lokal

Peraturan pemerintah dan peraturann daerah seperti pajak, retribusi, pendapatan daerah, dan lain-lain:

- Legalitas dan perizinan.
- Situasi ekonomi dan politik.
- Perkembangan budaya lokal yang harus diikuti.
- Lingkungan sosial yang berbeda di setiap daerah.

10. Catatan Bisnis

Catatan usaha atau bisnis akan membantu kita mengetahui sejauh mana kita menjalankan usaha, sampai dimana, mengapa sampai disini, karena apa kita begini, dan lain-lain.

2.1.6.3 Indikator Keberhasilan Usaha

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

1. Hasil yang cukup untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga

Ketahanan pangan adalah ketersediaan pangan. Menurut FAO *Agricultural and Development Economics Division* (2006) pada makassar.terkini.id (2018) tentang “*Food Security*“ menyatakan bahwa sebuah rumah tangga dikatakan memiliki ketahanan pangan jika penghuninya tidak berada dalam kondisi kelaparan atau dihantui ancaman kelaparan. Selain ketahanan pangan, ada hal lain yang harus terpenuhi seperti sandang dan papan serta kebutuhan lainnya. Ketahanan pangan rumah tangga terjamin harus stabil. Soemarno (2010) stabilitas ketersediaan pangan di tingkat rumah tangga diukur berdasarkan kecukupan ketersediaan pangan dan frekuensi makan anggota rumah tangga dalam waktu satu hari.

2. Usaha tetap bisa bertahan

Semakin lama sebuah perusahaan berdiri, semakin banyak pula lika-liku dalam berbisnis, mulai dari kemajuan hingga masalah dan kendala yang di hadapi. Maka perusahaan tersebut harus siap dan mampu untuk mengatasi masalah

tersebut dengan baik dan menyelesaikannya dengan sukses. Pada Suryana (2010) laba perusahaan masih merupakan tujuan yang kritis dan menjadi ukuran keberhasilan usaha, tetapi bukan tujuan akhir dari suatu usaha. Henry Faizal Noor (2008:397) Suatu bisnis dapat dikatakan berhasil, bila dapat mengalahkan pesaing atau paling tidak masih bisa bertahan menghadapi pesaing. Ghufron & Rini, (2010:96) bahwa optimisme membuat individu mengetahui apa yang diinginkan. Individu tersebut dapat dengan cepat mengubah diri agar mudah menyelesaikan masalah yang tengah dihadapi sehingga diri tidak menjadi kosong.

3. Kesejahteraan keluarga terjamin

Dengan terpenuhinya kebutuhan pangan, sandang, kebutuhan rumah, terpenuhi kebutuhan pendidikan anak tercapai kesejahteraan dan kesehatan bagi keluarga akan terjamin kesejahteraan keluarga. Badan Pusat Statistik (2018), bahwa aspek kesejahteraan dikaji menurut delapan bidang yang mencakup kependudukan, kesehatan dan gizi, pendidikan, ketenagakerjaan, taraf dan pola konsumsi, perumahan dan lingkungan, kemiskinan, serta sosial lainnya yang menjadi acuan dalam upaya peningkatan kualitas hidup.

4. Kesejahteraan karyawan terpenuhi

Karyawan loyal jika mereka di perhatikan dan disejahterakan ada berbagai cara agar kesejahteraan karyawan bisa terpenuhi, tunjangan, beban kerja dan kompensasi yang jelas, asuransi kesehatan, perencanaan karier, pemberian kredit, kenyamanan dan keselamatan kerja, perencanaan hari tua. Pada penelitian Vannecia et al., (2013), semakin tinggi loyalitas para karyawan di suatu

organisasi, maka semakin mudah bagi organisasi itu untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya oleh pemilik organisasi. Sedangkan untuk sebaliknya, bagi organisasi yang loyalitas para karyawannya rendah, maka semakin sulit bagi organisasi tersebut untuk mencapai tujuan-tujuan organisasinya yang telah ditetapkan sebelumnya oleh para pemilik organisasi. Catur (2013) bahwa perusahaan atau dituntut mampu memberikan kesejahteraan kepada karyawan apabila kinerja karyawan baik dan tujuan organisasi tercapai.

5. Dapat berkembang

Usaha yang berkembang adalah usaha yang dengan proses pencapaian untuk meraih keberhasilan, terlaksananya sebuah tujuan, bisa dengan memperbesar usaha maupun memperluas pasar.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Ivan Stefanovic, Sloboda Prokic, Ljubodrag Rankovic (2010)	<i>Motivational and success factors of entrepreneurs: the evidence from a developing country</i>	<i>Understanding motivational and success factors can be helpful for entrepreneurs and their SMEs, because it could affect the increase of percentage of successful ventures. In order to succeed, SMEs should cooperate by supporting each other in times of need. This could be accomplished by forming variety of alliances and networks.</i>	Membahas motivasi, jaringan, dan keberhasilan usaha,	Berbeda objek

			<i>It would also be mutually beneficial if large businesses and small firms complemented each other in the process of creating goods and services.</i>		
2	Murat Sakir Erogul dan Fanny Adams Quagraine (2017)	<i>Motivation, Networking and Business Growth: Perspectives of Ghanaian Female Entrepreneurs</i>	<i>This paper has provided a preliminary understanding of the motivating factors driving Ghanaian females to start their own business as well as the level of support they receive from within their social network generally and their networking activities specifically. Additionally, it examines how these women perceive growth and success.</i>	Menggunakan variabel yang sama yaitu motivasi, jaringan sosial, dan women entrepreneur	Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan berbeda objek.
3	Virginia Barba-Sánchez dan Carlos Atienza-Sahuquillo (2012)	<i>Entrepreneurial behavior: Impact of motivation factors on decision to create a new venture</i>	<i>The motivation that encourages entrepreneurs to start up new business, their commitment with the idea of the new firm or the efforts they are willing to perform in order to start up the new business, along with their flair for the process, are key in the start up of the new ventures.</i>	Menggunakan variabel yang sama yaitu motivasi.	Berbeda objek
4	Retno Ariyani Puji Lestari, Agung Yulianto (2013)	Pengaruh Efikasi Diri, Lingkungan Sosial, Akses Kepada Modal, Dan Kepemilikan Jaringan Social Terhadap Sikap Kewirausahaan	Ada pengaruh efikasi diri, lingkungan sosial, akses kepada modal, dan kepemilikan jaringan sosial secara simultan berpengaruh terhadap sikap kewirausahaan mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Angkatan 2013 Universitas Negeri Semarang sebesar 70%.	Membahas jaringan sosial	Berbeda Objek
5	Syed Shah Alam,	<i>An Empirical Study of Success</i>	<i>The results suggest that family support, social</i>	Membahas variabel yang	Berbeda objek penelitian.

	Mohd Fauzi Mohd Jani, dan Nor Asiah Omar (2011)	<i>Factors of Women Entrepreneurs in Southern Region in Malaysia</i>	<i>ties and internal motivation affect positively and significantly to the success of women entrepreneurs in the small business.</i>	sama, yaitu motivasi, jaringan sosial, dan keberhasilan usaha.	
6	Zhouqiaoq in, Xie ying ying, Zhang Lu , Suresh Kumah (2013)	<i>Factors that influence the success of women entrepreneur in China: a survey of women entrepreneurs in Beijing</i>	<i>From the results, we get that human capital, women characteristics, and motivation has a significant influence in the success of women entrepreneurs; family background has a less significant influence in the success of women entrepreneurs.</i>	Sama-sama meneliti pengaruh faktor motivasi terhadap keberhasilan wirausaha wanita dan menggunakan metode penelitian kuantitatif.	Berbeda objek penelitian
7	V Krishnamoorthy and R Balasubramani (2014)	<i>Motivational Factors Among Women Entrepreneurs And Their Entrepreneurial Success: A Study</i>	<i>The present study identified seven dimensions of entrepreneurial motivation namely, Ambition, Skills and Knowledge, Family Support, Market Opportunities, Independence, Government Subsidy and Satisfaction. Out of identified seven dimensions only the 'Ambition', 'Skills and Knowledge' and 'Independence' dimensions has significant impact of entrepreneurial success. Therefore entrepreneur should focus more attention on the 'Ambition', 'Skills and Knowledge' and 'Independence' dimensions of entrepreneurial motivation to become success in their endeavor</i>	Menggunakan variabel motivasi dan keberhasilan wirausaha	Berbeda Objek
8	Oke, Dorcas.F (2013)	<i>The Effect of Social Network on women Entrepreneurs in Nigeria: A</i>	<i>The result indicated significant relationships between business growth and social network. The</i>	Sama-sama membahas women entrepreneur, jaringan sosial,	Berbeda objek

		<i>case study of Ado- Ekiti Small scale Enterprise</i>	<i>study further shows that family /friends shared the largest part of the social network of the group studied. Practical suggestions were given which will aid those concerned with developing networks to support female entrepreneurs.</i>	dan pertumbuhan bisnis.	
9	Gina Santos and Carla Susana Marques (2018)	<i>Entrepreneurial women's networks: the case of D'Uva – Portugal wine girls</i>	<i>The benefits of this network in terms of relationships were examined, showing that the stimulation of better performance and the effects of antecedents were important in the creation and formalization of the network.</i>	Membahas Women Networks	Berbeda objek penelitian
10	Riesta Devi Kumalasari (2017)	Faktor Pendorong Keberhasilan Wanita Pedesaan Dalam Berwirausaha	Terdapat empat faktor pendorong wanita pedesaan menjalankan usaha pribadi yaitu: motivasi, keluarga, lingkungan, dan lembaga pendamping.	Menggunakan variabel wanita sukses berwirausaha.	Menggunakan metode penelitian kualitatif.
11	Primadona dan Emrizal (2017)	Pengaruh Modal Sosial Terhadap Keberhasilan Wirausaha Di Kota Padang	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.	Sama-sama menggunakan jaringan sosial sebagai variabel independen dan keberhasilan wirausaha sebagai variabel dependen.	Berbeda Objek
12	Azzam Azmi Abou-Moghli & Mohammed Mufaddy Al-Kasasbeh (2012)	Social Network and the Success of Business Start-Up	<i>Social networks provide better access to outside resources and support. Businesses obtain resources and support through their networks. In addition to entrepreneurs network relationships with other individuals or organizations; new products offering and pro growth strategy foster success of business</i>	Sama-sama membahas variabel jaringan sosial dan keberhasilan usaha	Berbeda objek
13	Ming-Huei	Creative	<i>This study shows that</i>	Sama-sama	Berbeda

	Chen, Yu-Yu Chang, dan Chia-Yu Lee (2014)	entrepreneurs guanxi networks and success: Information and resource	<i>information accessibility and resource availability indeed facilitate entrepreneurial success in creative industries. Artists and creative workers could be introverted and less capable to socialize (Eikhof & Haunschild, 2006), and our results imply creative entrepreneurs will obtain benefits by going out of their studios from time to time and networking with external key stakeholders. Guanxi activities may help confront potential obstacles in entrepreneurial process through obtaining network benefits and legitimacy (Sheng et al., 2011). These benefits, in turn, can support venture success by helping creative entrepreneurs enhance their firm creativity, earn social reputation, and realize career achievement.</i>	menggunakan jaringan sosial dan keberhasilan usaha sebagai variabel.	objek.
14	Chuthamas Chittithaworn et al., (2011)	<i>Factors Affecting Business Success of Small & Medium Enterprises (SMEs) in Thailand</i>	<i>We attempted to find out the most significant factors that affect the Business Success of SMEs in Thailand and found out that SMEs characteristic, customer and market, the way of doing business and cooperation, resources and finance, and external environment are the most significant determinants of Business Success of SMEs in Thailand. External Environment hypothesis accepted as</i>	Meneliti variabel keberhasilan usaha	Berbeda objek

			<i>social network help entrepreneurs in Thailand to reduce risks and transaction costs, improve access to business ideas, knowledge and capital.</i>		
15	Chamdan Purnama dan Suyanto (2010)	Motivasi dan Kemampuan Usaha Dalam meningkatkan Keberhasilan Usaha Industri Kecil	Dari hasil pengujian ini menunjukkan bahwa motivasi usaha dengan indikator motif (keinginan pengusaha untuk berusaha), harapan (kesempatan yang diperoleh karena tercapainya tujuan usaha) dan insentif (imbalan yang diperoleh karena menjalankan usaha) berpengaruh positif terhadap kemampuan usaha dan keberhasilan usaha.	Sama-sama membahas variabel motivasi dan keberhasilan usaha.	Berbeda objek dan pada penelitian sebelumnya terdapat variabel kemampuan usaha.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kewirausahaan merupakan salah satu faktor utama dalam pertumbuhan ekonomi dan pembangunan yang membantu menciptakan lapangan kerja dan juga memiliki peran penting dalam pengembangan daya saing suatu negara. Uniknya, pelaku kewirausahaan atau yang sering disebut sebagai *entrepreneur* saat ini tidak hanya didominasi oleh laki-laki, namun wanita dapat berperan dalam kewirausahaan atau bahkan mengambil beberapa peran yang seharusnya dilakukan oleh laki-laki, mereka disebut pengusaha wanita atau *women entrepreneur (womenpreneur)*. Wanita yang menjalankan suatu bisnis disebut *women entrepreneur* atau pengusaha wanita. Indonesia memiliki peluang yang besar untuk meningkatkan jumlah wirausaha wanita. Fenomena yang terjadi dilapangan menunjukkan bahwa wirausaha wanita di Indonesia memiliki peran

penting dibidang UMKM, dimana keterlibatan wanita di sektor UMKM, dari 52 juta UMKM di Indonesia, 60 persen dimiliki oleh wanita. Hal ini dapat mengatasi permasalahan di Indonesia sendiri mengenai pengangguran. Wanita terbukti mampu menjalankan usahanya dengan baik dan bahkan mampu membuat usahanya berhasil.

Keberhasilan usaha yang dijalankan oleh wirausaha wanita tentu tidak datang dengan sendirinya, namun didasari oleh motivasi individu dalam dirinya maupun yang datang dari luar. Motivasi dianggap sangat penting dalam semua model teoritis kewirausahaan wanita untuk memulai, mengatur, dan mengelola bisnis. Motivasi mampu menentukan arah kegiatan bisnis yang dijalankan dan menjadi salah satu penentu dalam sebuah pencapaian.

Selain motivasi, faktor lain yang harus dimiliki oleh seseorang yang menjalankan usaha adalah jaringan sosial (*social networks*). Jaringan sosial biasa berupa jaringan profesional, teman-teman, rekan-rekan kerja sebelumnya mulai dari dalam organisasi, kumpulan perusahaan, atau orang-orang yang membantu menjalankan usaha. Jaringan sendiri mengacu pada aliran informasi, uang, kekuatan, dan persahabatan melalui hubungan jaringan. Jaringan bagi pengusaha penting karena menyediakan cara untuk mendapatkan akses informasi dan pengetahuan dari kontak sosial. Jaringan memungkinkan penggunaan sumber-sumber eksternal untuk membangun kohesi dan keanekaragaman dalam suatu bisnis. Dengan membentuk jaringan sosial maka semua kesempatan bisnis yang ada, permasalahan modal kerja, teknologi produksi, informasi bisnis, investasi, perubahan kebijakan dan peraturan, dan lain-lain dapat dibagi sehingga usaha

akan lebih efektif dan efisien, mengurangi risiko usaha, mempermudah dalam mengembangkan usaha sehingga akan menimbulkan keberhasilan usaha.

Jika bisa diibaratkan oleh peneliti, ketiga variabel di atas dapat diibaratkan sebuah pohon. Dimana variabel motivasi menjadi akar dan batang yang kokoh (pondasi yang kokoh) yang dimiliki oleh pelaku usaha, variabel jaringan sosial diibaratkan dengan cabang-cabang pohon (membangun hubungan sosial untuk mendapatkan aliran informasi, uang, kekuatan, dan persahabatan), dan variabel keberhasilan usaha merupakan buah yang dihasilkan oleh akar, batang, dan cabang yang terbentuk. Menghasilkan buah yang manis yaitu keberhasilan usaha.

2.2.1 Keterkaitan Antar Variabel Penelitian

2.2.1.1 Pengaruh Faktor Motivasi (X1) terhadap Keberhasilan Usaha Women Entrepreneur (Y)

Motivasi menurut Heminarto dan Hamzah (2012) adalah kekuatan dari dalam atau luar yang mendorong seseorang untuk mencapai tujuan tertentu melalui tingkah laku atau perbuatan. Motivasi adalah proses psikologis yang dapat menjelaskan perilaku seseorang.

Berbagai penelitian mengenai bagaimana pengaruh motivasi terhadap keberhasilan usaha yang dijalankan oleh wanita, seperti penelitian yang dilakukan oleh Zhouqiaoqin *et al.*, (2013). 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."

Pada penelitian lainnya juga memperoleh hasil yang serupa yaitu bahwa motivasi berpengaruh terhadap keberhasilan usaha yaitu penelitian oleh V Krishnamoorthy dan R Balasubramani (2014), "penelitian ini mengidentifikasi tujuh dimensi motivasi kewirausahaan yaitu, ambisi, keterampilan dan pengetahuan, dukungan keluarga, pasar peluang, kemandirian, pemerintahan subsidi dan kepuasan. Dari tujuh yang diidentifikasi hanya dimensi 'ambisi', 'keterampilan dan dimensi pengetahuan dan independensi dampak signifikan dari kesuksesan wirausaha."

Yang ketiga yaitu penelitian yang dilakukan oleh Ivan Stefanovic, Sloboda Prokic, Ljubodrag Rankovic (2010) dengan judul "*Motivational and success factors of entrepreneurs: the evidence from a developing country*" memperoleh hasil penelitian bahwa faktor motivasi dan kesuksesan dapat membantu pengusaha dan UKM, karena dapat mempengaruhi peningkatan persentase usaha yang sukses.

Pada penelitian oleh Purnama dan Suyanto (2010) menunjukkan bahwa motivasi usaha dengan indikator motif (keinginan pengusaha untuk berusaha), harapan (kesempatan yang diperoleh karena tercapainya tujuan usaha) dan insentif (imbalan yang diperoleh karena menjalankan usaha) berpengaruh positif terhadap kemampuan usaha dan keberhasilan usaha.

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

Membentuk jaringan sosial akan membuat semua kesempatan bisnis yang ada, permasalahan modal kerja, teknologi produksi, informasi bisnis, investasi, perubahan kebijakan dan peraturan, dan lain-lain dapat dibagi sehingga usaha akan lebih efektif dan efisien dan mengurangi risiko usaha.

Hasil penelitian oleh Gadar dan Yunus (2009) menemukan bahwa jaringan sosial merupakan faktor kelima terpenting pada wirausaha wanita di Malaysia. Penelitian oleh 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.

Penelitian lainnya oleh Ming-Huei Chen, Yu-Yu Chang, dan Chia-Yu Lee (2014) memperoleh hasil bahwa aksesibilitas informasi dan ketersediaan sumber daya memang memfasilitasi keberhasilan kewirausahaan di industri kreatif, dan hasil penelitian ini menyiratkan pengusaha kreatif akan memperoleh manfaat dengan keluar dari studio mereka dari waktu ke waktu dan menjalin hubungan dengan pemangku kepentingan kunci eksternal. Manfaat ini, pada gilirannya, dapat mendukung keberhasilan usaha dengan membantu wirausahawan kreatif meningkatkan kreativitas perusahaan mereka, mendapatkan reputasi sosial, dan mewujudkan pencapaian karier.

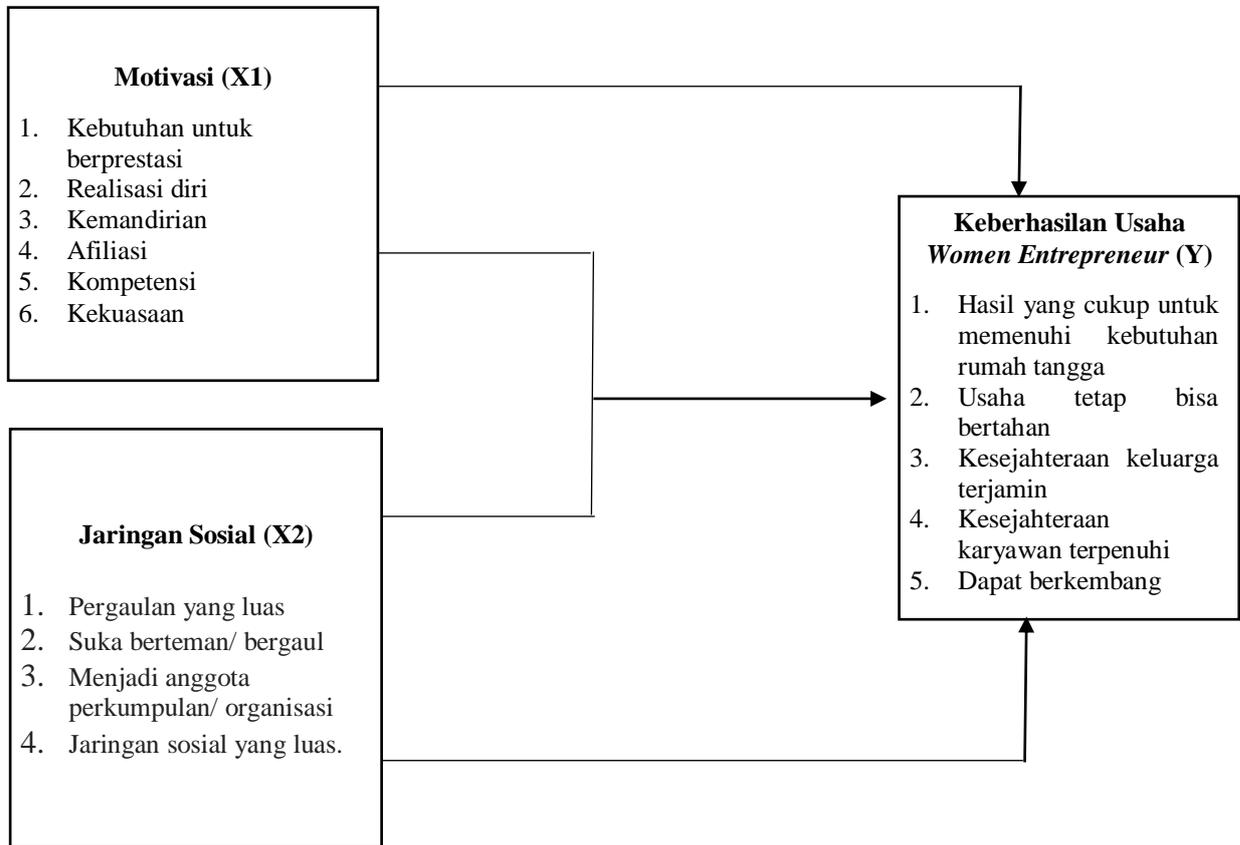
Pada penelitian oleh Chittithaworn *et al.*, (2011) dihasilkan bahwa faktor terpenting yang memengaruhi keberhasilan bisnis UKM di Thailand dan menemukan bahwa karakteristik UKM, pelanggan dan pasar, cara melakukan bisnis dan kerjasama, sumber daya dan keuangan, dan lingkungan eksternal adalah penentu paling signifikan keberhasilan Bisnis UKM di Indonesia Thailand. Hipotesis lingkungan eksternal diterima sebagai jejaring sosial membantu wirausahawan di Thailand untuk mengurangi risiko dan biaya transaksi, meningkatkan akses untuk ide bisnis, pengetahuan, dan modal.

Sementara 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.

2.2.1.3 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.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dibuatlah paradigma penelitian seperti di bawah ini:



Gambar 2.1
Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis

Karena sifatnya dugaan, maka hipotesis hendaknya mengandung implikasi yang lebih jelas dalam pengujian hubungan yang dinyatakan. Oleh karena itu, hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis Utama:

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

Sub Hipotesis:

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