

**MENGELOLA PERILAKU KEWIRAUSAHAAN *MOMPREENEUR*
BERBASIS TEKNOLOGI, INFORMASI DAN KOMUNIKASI
DI KOTA TANGERANG SELATAN**

Ranthy Pancasasti¹
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
ranthyipb@gmail.com

Enis Khaerunnisa²
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
khaerunnisaenis@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi faktor individu dan faktor eksternal dari *mompreneur*, (2) menganalisis pengaruh faktor individu dan faktor eksternal terhadap perilaku wirausaha *mompreneur*, (3) menganalisis pengaruh perilaku wirausaha terhadap kinerja usaha *mompreneur* sebagai anggota Komunitas Bunda *Online* (KBO) Kota Tangerang Selatan, dan (4) menganalisis langkah strategis yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kinerja usaha *mompreneur* di Kota Tangerang Selatan.

Data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis menggunakan metode *Focus Group Discussion* (FGD), *Root Case Analysis* (RCA), Analisis Tabulasi, dan Deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan: (1) faktor individu direfleksikan oleh pelatihan, dukungan suami/keluarga, keinginan berprestasi dan motivasi berwirausaha. Faktor eksternal direfleksikan oleh peran komunitas, tumbuhnya usaha pendukung, dan tumbuhnya *e-commerce*. Perilaku wirausaha *mompreneur* direfleksikan dalam sikap mandiri, fleksibel, *risk taker*, inovatif, dan percaya diri. Kinerja usaha *mompreneur* direfleksikan dengan pendapatan, daya tahan usaha, dan wilayah pemasaran, (2) faktor individu berpengaruh positif terhadap perilaku wirausaha. Keinginan berprestasi merupakan faktor individu dari anggota KBO yang memiliki pengaruh paling besar (LF=0.914). Faktor eksternal berpengaruh positif terhadap perilaku wirausaha. Tumbuhnya *e-commerce* menjadi variabel yang paling menggambarkan faktor eksternal dari anggota KBO (LF=0.849), (3) perilaku wirausaha berpengaruh positif terhadap kinerja usaha dimana sikap fleksibel merupakan variabel yang paling menggambarkan perilaku wirausaha (LF=0.876). Wilayah pemasaran paling baik dalam merefleksikan kinerja usaha *mompreneur* (LF=0.901), dan (4) Upaya yang dapat dilakukan untuk mendukung peningkatan kinerja usaha *mompreneur*.

Kata Kunci: *Mompreneur*, Teknologi Informasi Dan Komunikasi, Perilaku Wirausaha, dan Kinerja Usaha.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kota Tangerang Selatan dikenal sebagai kota sejuta industri dan menjadi kota penyangga (*bufferzone*) bagi ibukota negara Republik Indonesia, dimana pada tahun 2017 jumlah penduduk Kota Tangerang Selatan sebanyak 1.644.899 jiwa, dengan komposisi jumlah penduduk laki-laki sebanyak 828.392 jiwa (50.36 persen) dan perempuan sebanyak 816.507 jiwa (49.64 persen). Di sisi lain, sebanyak 1.186.421 jiwa (72.13 persen) atau dua

pertiga dari jumlah keseluruhan penduduk Kota Tangerang Selatan merupakan penduduk usia produktif. Hal ini jika dikelola dan diberdayakan dengan baik akan menjadi peluang bagi tumbuhnya usaha kecil dan menengah (UKM) di Kota Tangerang Selatan (BPS Provinsi Banten, 2017). Di sisi lain, saat ini Kota Tangerang Selatan telah menjadi salah satu kota yang memiliki UKM terbanyak di Provinsi Banten. Dimana sebagian besar pelaku wirausaha kecil dan menengahnya adalah para wanita, yang juga berprofesi sebagai ibu rumah tangga (*mompreneur*). Jenis UKM yang banyak dipilih oleh *mompreneur* di Kota Tangerang Selatan adalah usaha kuliner (makanan dan minuman), souvenir, dan garmen (Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Provinsi Banten, 2017). Sejalan dengan pesatnya arus teknologi, informasi, dan komunikasi (TIK) pada era digital seperti sekarang ini, sebagian *mompreneur* di Kota Tangerang Selatan telah beralih dari menjual produk usahanya secara manual (*offline*) ke penjualan secara digital (*online*) melalui media sosial dan *website* menggunakan komputer maupun *smartphone*.

Pada tahun 2016, para *mompreneur* di Kota Tangerang Selatan telah membentuk Komunitas Bunda *Online* (KBO), yang bertujuan untuk menjalin tali silaturahmi dan sebagai tempat berkumpul, bertukar ide, berbagi saran sekaligus memperluas jaringan usaha *mompreneur* agar dapat terus tumbuh dan berkembang serta berdaya saing. Pada dasarnya prinsip pembentukan KBO Kota Tangerang Selatan sama dengan KBO yang berada di kota lainnya, seperti KBO Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, dan Bandung. Dengan kata lain, KBO Kota Tangerang Selatan merupakan salah satu wadah para *mompreneur* yang mencoba memberdayakan perempuan sebagai sumber ekonomi baru tanpa meninggalkan kewajibannya sebagai seorang istri dan ibu dengan menggunakan TIK. Komunitas ini diperuntukkan bagi para perempuan yang memiliki bisnis *online* dan *offline*. Saat ini KBO Kota Tangerang Selatan sudah memiliki anggota lebih dari tiga puluh anggota terdaftar. Antusias *mompreneur* di Kota Tangerang Selatan dalam membangun usaha *online* maupun *offline* terus meningkat. Berdirinya KBO Kota Tangerang Selatan menjadi dukungan tersendiri bagi *mompreneur* khususnya dalam edukasi dan penciptaan lingkungan bisnis tanpa harus meninggalkan kewajiban utamanya sebagai seorang istri dan ibu (KBO, 2017).

Tujuan penelitian ini untuk: (1) identifikasi faktor individu dan faktor eksternal dari *mompreneur*, (2) analisis pengaruh faktor individu dan faktor eksternal terhadap perilaku wirausaha *mompreneur*, (3) analisis pengaruh perilaku wirausaha terhadap kinerja usaha *mompreneur* sebagai anggota Komunitas Bunda *Online* (KBO) Kota Tangerang Selatan,

dan (4) analisis langkah strategis yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kinerja usaha *momprenneur* di Kota Tangerang Selatan.

STUDI PUSTAKA

Teori *Momprenneur*

Momprenneur merupakan gabungan dari dua suku kata yaitu *mommy* atau ibu dan *entrepreneur* atau wirausaha. Istilah *momprenneur* diberikan kepada ibu rumah tangga yang memiliki dan mengelola usahanya sendiri (Malahayati, 2015). Kemampuan *momprenneur* dalam menyeimbangkan antara aktivitas sebagai ibu dan wirausaha dianggap mampu menjadi tantangan bagi perkembangan ideologi wirausaha yang meyakini bahwa tujuan wirausaha adalah memperoleh keuntungan (Koorsgard, 2007). *Momprenneur* adalah generasi baru dari wanita wirausaha yang tumbuh akibat dorongan kebutuhan untuk menyeimbangkan kehidupan berumah tangga dengan kebutuhan untuk bekerja/melakukan aktivitas produktif (Sutikno dan Novita, 2009). Meskipun dianggap sebagai bagian dari generasi baru, fenomena *momprenneur* bukanlah fenomena baru. Menurut Huet *et al.* (2013), *momprenneur* hanyalah konsep memandang yang baru terhadap sekelompok wirausaha yang masih memerlukan definisi teoritis yang didukung empirik yang valid. Costin (2012) menemukan bahwa motivasi *momprenneur* untuk memulai bisnis yakni fleksibilitas yang tinggi dan kebebasan untuk mengelola usaha dengan mempertimbangkan komitmen keluarga. Motivasi yang berasal dari keluarga dianggap akan menjadi sumber konflik apabila *momprenneur* memutuskan untuk mengembangkan usahanya. Sehingga menjadi tantangan untuk para *momprenneur* di kemudian hari untuk memastikan alasan memulai usaha. Kehadiran teknologi bagi *momprenneur* menjadi penting namun memunculkan ketergantungan yang tinggi antara *momprenneur* dengan perkembangan teknologi, informasi dan komunikasi (TIK). Hampir segala aktivitas baik transaksi maupun inovasi bergantung pada perkembangan TIK sehingga TIK menjadi tulang punggung bagi usaha.

METODE PENELITIAN

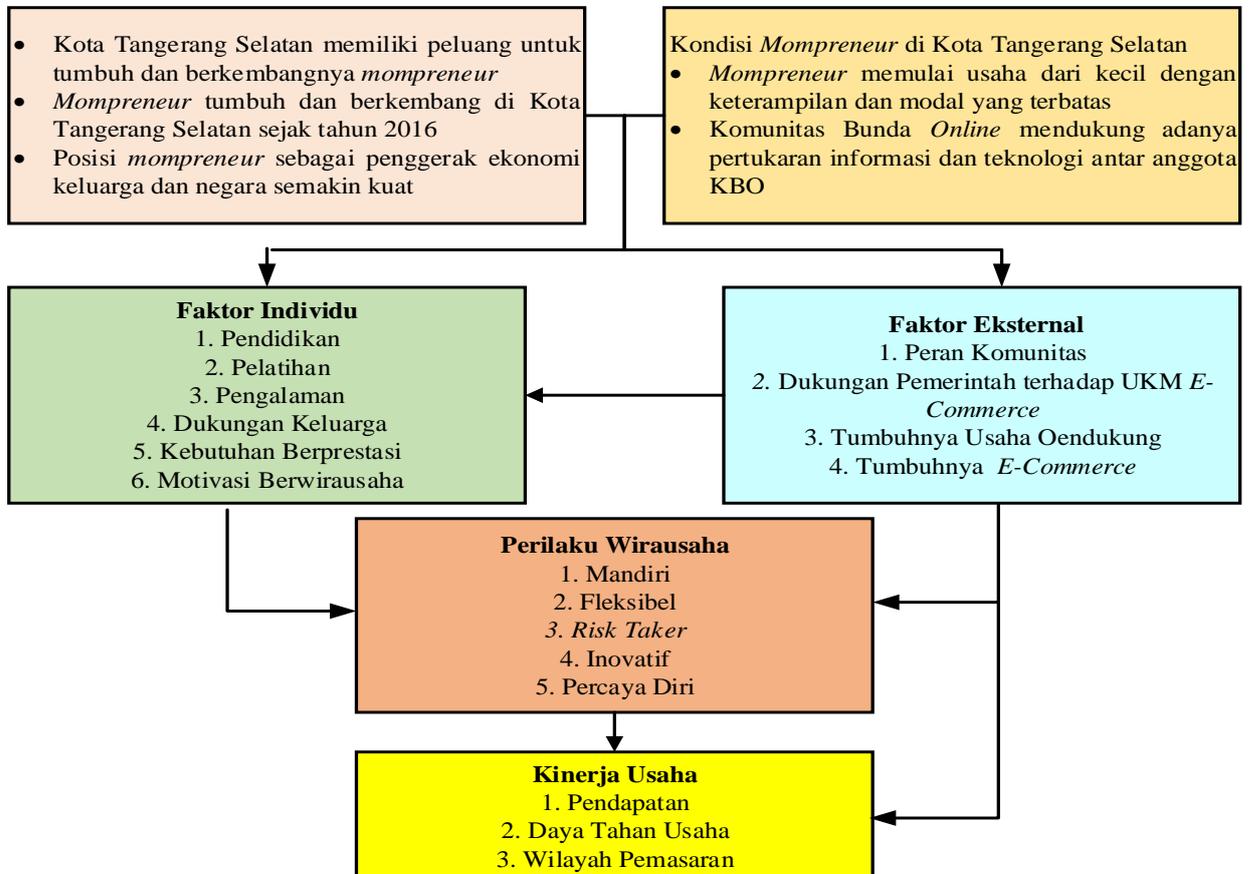
Lokasi dan Periode Penelitian, serta Sumber dan Jenis Data

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kota Tangerang Selatan pada tahun 2017-2018. Data yang digunakan adalah data primer yang berasal dari responden *momprenneur* KBO Kota Tangerang Selatan, dan data sekunder yang berasal dari Badan Pusat Statistik, Komunitas Bunda *Online* dan lembaga serta organisasi yang terkait dengan kegiatan penelitian ini ataupun literatur hasil penelitian.

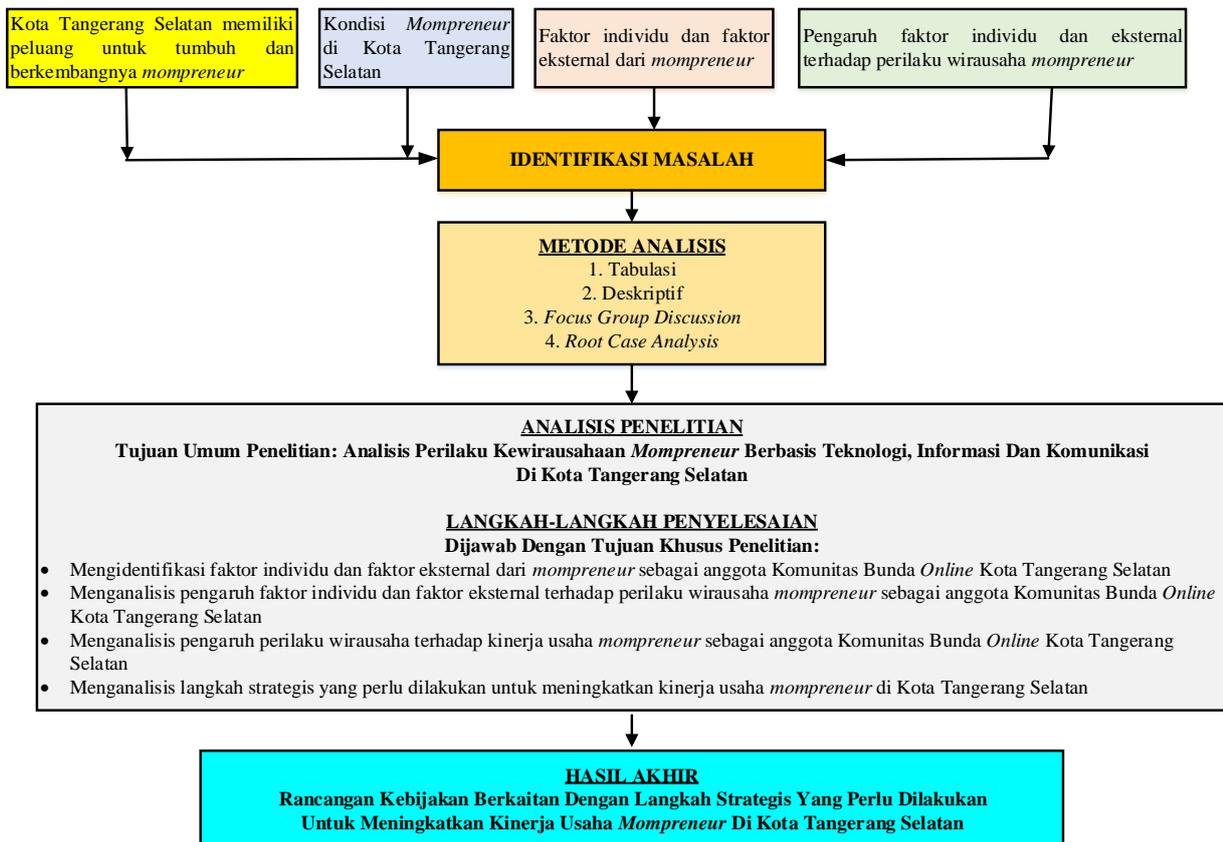
Model Analisis

Model analisis dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1 tentang kerangka operasional dan Gambar 2 tentang kerangka berfikir penelitian.

Gambar 1. Kerangka Operasional Penelitian



Gambar 2. Kerangka Berfikir Penelitian



PEMBAHASAN

Faktor individu dan faktor eksternal yang mempengaruhi munculnya mompreneur sebagai anggota Komunitas Bunda Online (KBO) Kota Tangerang Selatan

Berdasarkan hasil penelitian, terlihat adanya pengaruh faktor individu dan faktor eksternal terhadap kinerja usaha melalui perilaku wirausaha. Faktor individu direfleksikan oleh pelatihan, dukungan suami dan keluarga, keinginan berprestasi dan motivasi berwirausaha. Keinginan berprestasi memiliki nilai paling besar dalam merefleksikan faktor individu, hal ini menjelaskan bahwa keinginan berprestasi atau *need of achievement* merupakan ciri khas mompreneur, dimana mompreneur memiliki kebutuhan untuk bersaing dan memberikan yang terbaik sangat menggambarkan personal dari seorang mompreneur. Tingginya keinginan untuk berprestasi membuat mompreneur berupaya keras menyeimbangkan antara perannya menjadi ibu rumah tangga dan sebagai wirausaha. Selain keinginan berprestasi, pelatihan menjadi salah satu indikator yang merefleksikan

faktor individu dari seorang *mompreneur*. Pelatihan dalam rangka meningkatkan kapasitas dan kapabilitas sebagai seorang wirausaha menjadi suatu keharusan bagi seorang *mompreneur*.

Perilaku wirausaha *mompreneur* turut dipengaruhi faktor individu dimana sikap fleksibilitas menjadi sikap yang paling merefleksikan perilaku wirausaha *mompreneur*. Fleksibel ini menjadi kunci keberhasilan *mompreneur* (Koorsgaard, 2007; Breen, 2014; Ekinsmyth, 2011). Semakin fleksibel seorang *mompreneur* akan semakin mudah tercapai tujuan dan target dari usaha yang dikelola. Sikap fleksibel ini juga erat kaitannya dengan kondisi *mompreneur* yang memperhitungkan *opportunity cost* ketika memilih untuk menjadi wirausaha. Ada biaya yang harus dikeluarkan dan waktu yang harus dikorbankan ketika seorang *mompreneur* memilih menjadi seorang wirausaha. Untuk itulah dukungan keluarga dalam faktor individu juga memiliki pengaruh besar dalam merefleksikan faktor individu. Dukungan keluarga yang dapat diberikan tidak harus berupa ijin tertulis yang bersifat formal, namun bisa berupa kesepakatan tertulis maupun tidak tertulis antara *mompreneur* dengan pasangan dan keluarga terkait dengan pembagian tugas dalam rangka memaksimalkan kinerja usaha maupun kinerja anak/keluarga. Dukungan keluarga secara tidak langsung akan mempengaruhi tingkat percaya diri *mompreneur*. Percaya diri merupakan salah satu sikap yang merefleksikan perilaku wirausaha *mompreneur*, hal ini menunjukkan kepercayaan diri menjadi ciri khas dan keunggulan dari *mompreneur*. Dengan kepercayaan diri yang tinggi *mompreneur* mampu menjalankan peran gandanya tanpa kekhawatiran.

Faktor eksternal terbukti mempengaruhi perilaku wirausaha dengan tumbuhnya *e-commerce* sebagai faktor yang paling baik dalam merefleksikan faktor eksternal. Costin (2012) membuktikan perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi (TIK) akan meningkatkan pula jumlah *mompreneur*. Tumbuhnya pangsa pasar *e-commerce* menunjukkan pangsa pasar yang semakin luas dan memberikan peluang yang besar bagi *mompreneur* untuk memperluas wilayah pemasaran. Wilayah pemasaran dan pendapatan merupakan indikator dalam penelitian ini yang dapat merefleksikan kinerja usaha *mompreneur*.

Pengaruh faktor individu dan faktor eksternal terhadap perilaku wirausaha *mompreneur* sebagai anggota Komunitas Bunda Online (KBO) Kota Tangerang Selatan

Faktor individu berpengaruh positif terhadap perilaku wirausaha. Keinginan berprestasi merupakan faktor individu dari anggota KBO yang memiliki pengaruh paling

besar (LF=0.914). Semakin tinggi keinginan untuk berprestasi (memiliki target pencapaian usaha dan memberikan pelayanan terbaik), maka akan berpengaruh positif terhadap perilaku wirausaha dari anggota KBO. Faktor eksternal berpengaruh positif terhadap perilaku wirausaha. Tumbuhnya *e-commerce* menjadi variabel yang paling menggambarkan faktor eksternal dari anggota KBO (LF=0.849). Semakin tumbuh pangsa pasar *e-commerce*, maka akan meningkatkan perilaku wirausaha dari anggota KBO.

Pengaruh perilaku wirausaha terhadap kinerja usaha *mompreneur* sebagai anggota Komunitas Bunda Online (KBO) Kota Tangerang Selatan

Perilaku wirausaha berpengaruh positif terhadap kinerja usaha dimana sikap fleksibel merupakan variabel yang paling menggambarkan perilaku wirausaha (LF=0.876). Semakin sering anggota KBO bersikap fleksibel dalam menjalankan usaha, maka akan meningkatkan kinerja dari usahanya. Kinerja usaha dalam penelitian ini direfleksikan oleh pendapatan, daya tahan usaha, dan wilayah pemasaran, dimana wilayah pemasaran paling baik dalam merefleksikan kinerja usaha *mompreneur* (LF=0.901).

Langkah strategis yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kinerja usaha *mompreneur* di Kota Tangerang Selatan

1. Pemerintah perlu berperan aktif dalam mendukung *mompreneur* dan menciptakan *mompreneur* baru sebagai wirausaha potensial. Hal ini dapat dilakukan dengan keaktifan pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan UKM dan Kementerian Pemberdayaan Wanita dan Anak untuk mengadakan pelatihan yang dapat meningkatkan *skill* dan *soft skill* serta membuka wawasan ibu rumah tangga diantaranya dengan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan mengelola usaha dengan mempehitungkan kondisi *mompreneur* yang tidak dapat meninggalkan anak dalam waktu yang lama, serta kemudahan dalam pengurusan izin usaha. Selain itu peran pemerintah dalam meningkatkan pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia dengan memperbaiki infrastruktur teknologi.
2. KBO perlu lebih aktif dalam mengadakan pelatihan dan bimbingan terhadap *mompreneur* mengingat adanya pengaruh komunitas terhadap perilaku dari *mompreneur*. Pelatihan lebih diarahkan untuk meningkatkan *soft skill* dari *mompreneur* khususnya dalam meningkatkan sikap fleksibel dan percaya diri yang menjadi ciri khas dari *mompreneur*.
3. Anggota KBO yang memiliki usaha perlu meningkatkan kapasitas dirinya dengan mengikuti berbagai pelatihan usaha, mengikuti seminar pengembangan diri, baik yang diadakan oleh komunitas maupun diadakan oleh lembaga lain. Selain itu perlunya

mengurus izin usaha bagi usaha yang sudah berjalan dalam rangka memudahkan *mompreneur* memperoleh bantuan dan dukungan dari pemerintah.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Faktor individu direfleksikan oleh pelatihan, dukungan suami/keluarga, keinginan berprestasi dan motivasi berwirausaha. Pendidikan dan pengalaman tidak dapat merefleksikan faktor individu dari *mompreneur* berdasarkan hasil evaluasi model. Faktor eksternal direfleksikan oleh peran komunitas, tumbuhnya usaha pendukung, dan tumbuhnya *e-commerce*. Dukungan pemerintah terhadap UMKM *e-commerce* tidak dapat merefleksikan faktor eksternal dari *mompreneur*. Perilaku wirausaha *mompreneur* direfleksikan dalam sikap mandiri, fleksibel, *risk taker*, inovatif, dan percaya diri. Kinerja usaha *mompreneur* direfleksikan dengan pendapatan, daya tahan usaha, dan wilayah pemasaran.
2. Faktor individu berpengaruh positif terhadap perilaku wirausaha. Keinginan berprestasi merupakan faktor individu dari anggota KBO yang memiliki pengaruh paling besar (LF=0.914). Semakin tinggi keinginan untuk berprestasi (memiliki target pencapaian usaha dan memberikan pelayanan terbaik), maka akan berpengaruh positif terhadap perilaku wirausaha dari anggota KBO. Faktor eksternal berpengaruh positif terhadap perilaku wirausaha. Tumbuhnya *e-commerce* menjadi variabel yang paling menggambarkan faktor eksternal dari anggota KBO (LF=0.849). Semakin tumbuh pangsa pasar *e-commerce*, maka akan meningkatkan perilaku wirausaha dari anggota KBO.
3. Perilaku wirausaha berpengaruh positif terhadap kinerja usaha dimana sikap fleksibel merupakan variabel yang paling menggambarkan perilaku wirausaha (LF=0.876). Semakin sering anggota KBO bersikap fleksibel dalam menjalankan usaha, maka akan meningkatkan kinerja dari usahanya. Kinerja usaha dalam penelitian ini direfleksikan oleh pendapatan, daya tahan usaha, dan wilayah pemasaran, dimana wilayah pemasaran paling baik dalam merefleksikan kinerja usaha *mompreneur* (LF=0.901)

Saran

1. Anggota KBO perlu meningkatkan keinginan berprestasi (khususnya dalam mengelola usaha), diantaranya dengan menetapkan target usaha yang lebih tinggi dan meningkatkan kreativitas dan inovasi untuk meningkatkan persaingan.

2. Dukungan pemerintah perlu diberikan dalam rangka menumbuhkan *e-commerce* karena berdasarkan penelitian *pertumbuhan e-commerce* akan berdampak langsung terhadap perilaku wirausaha khususnya anggota KBO. Salah satu dukungan yang dapat diberikan adalah perbaikan infrastruktur seperti jalan dan infrastruktur yang terkait teknologi, informasi, dan komunikasi.
3. *Momprenneur* khususnya anggota KBO perlu meningkatkan sikap fleksibel khususnya kemampuan manajemen waktu dan sumber daya agar usaha yang dijalankan dapat terus berkembang mengingat kemampuan dalam mengatur waktu dan membagi peran menjadi kunci kesuksesan *momprenneur*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahl H. 2006. Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions; Entrepreneurship. Theory and Practice. 30:5, 595-621.
- Alma B. 2010. Kewirausahaan. Edisi Revisi. Bandung: Alfabeta.
- Badan Pusat Statistik. 2016. Buku Statistik Indonesia. BPS Jakarta. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Banten. 2016. Banten Dalam Angka. Badan Pusat Statistik Provinsi Banten, Serang.
- Casteleijn O. R. 2014. Comparing Sense-Making of Identities of Momprenneurs in Malta and Finland. [Thesis]. Departement of Management and International Business Aalto University School Business.
- Costin Y. 2012. ICT as an Enabler for Small Firm Growth; The Case of the Momprenneur [Internet]. hlm 1-3 [diunduh 2016 2 November]; Ireland (IE): University of Limerick. Tersedia pada <http://www.igiglobal.com/book/regional-development-concepts-methodologies-tools/60787>.
- Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi Provinsi Banten. 2016-2017. UMKM Banten: Peluang, Tantangan, dan Hambatan. Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi Provinsi Banten, Serang.
- Delmar F. 1996. Entrepreneurial Behaviour and Business Performance. [Dissertation]. Stockholm: Ekonomiska Forsknings Institute.
- Ekinsmyth C. 2011. Challenging the Boundaries of Entrepreneurship. The Spatial and Practices of the UK Momprenneurs. Geoforum 42(1); 102-114.
- Fauziyah D. 2015. Pengaruh Karakteristik Peternak Melalui Kompetensi Peternak Terhadap Kinerja Usaha Ternak Sapi Potong Di Kabupaten Bandung. [Tesis]. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Himam F, Saputri R K. 2015. Mindset Wanita Pengusaha Sukses. Jurnal Psikologi Volume 42 No. 2 Agustus 2015; 157-172.
- Huet K R, Vial V, d'Andria A. 2013. Mumpreneurship: An New Concept for an Old Phenomenon? International Journal of Entrepreneurship and Small Business. DOI 10.1504/IJESB.2013.054966.

- Ilmer J. 2016. Why are 10 Million Moms Missing from The Workplace. [diunduh pada 2016 26 May]. Tersedia pada <https://www.entrepreneur.com/article/274568>.
- Jean M dan Forbes C.S. 2011. Mompreneurs: An Exploration of Their Entrepreneurial Reality [Internet]. Journal of Business Diversity vol. 12(2) 201. Montreal, Canada (CA). hlm 1-19 [diunduh 2016 20 Oktober]. Tersedia pada: http://t.www.na-businesspress.com/JBD/JeanM_Web12_2_.pdf.
- Korsgaard S. 2007. Mompreneurship as a Challenge to the Growth Ideology of Entrepreneurship, Kontur, Vol. 16, No. 1 [diunduh 2016 23 November]. Tersedia pada [http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.627.5357&rep=rep1](http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.627.5357&rep=rep1&type=pdf) &type=pdf.
- Martauli E.D. 2016. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Usaha Wanita Wirausaha Kerupuk Udang Di Provisini Jambi [Tesis]. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Nurhayati P, Sarianti T, Daryanto HK, Muflikh YN.2011. Analisis Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Kinerja Wirausaha Pada Unit Usaha Kecil Menengah (Agroindustri) Di Kabupaten Bogor. Prosiding Seminar Penelitian Unggulan Departemen Agribisnis 2011.
- Sari. 2016. Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Gula Aren Di Kabupaten Lombok Barat [Tesis]. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Tambun T. 2012. Wanita Pengusaha UMKM Di Indonesia: Motivasi Dan Kendala. Jakarta (ID): Lembaga Penelitian Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti.