

VIRUS PRENEUR : SINGLE MOTHER

by Chusnul Rofiah

Submission date: 06-Apr-2023 08:55AM (UTC+0700)

Submission ID: 2057119359

File name: Virus_Preneur_Single_Mother.pdf (454.97K)

Word count: 5707

Character count: 35423

VIRUS PRENEUR : SINGLE MOTHER

14

Chusnul Rofiah

STIE PGRI Dewantara Jombang

Korespondensi: chusnulstiegridewantara@gmail.com

Dikirim: 3 Mei 2021, Direvisi: 18 Juli 2021, Dipublikasikan: 3 Agustus 2021

Abstrak

Peran sebagai seorang ibu tunggal (single mother) adalah hal yang tidak diharapkan, namun apabila hal itu terjadi, maka wanita harus siap dalam segala hal termasuk kesiapan menopang perekonomian keluarga. Hal yang paling umum dilakukan adalah dengan bekerja tanpa meninggalkan perannya sebagai ibu dan kepala keluarga bagi anak-anaknya. Wirausaha adalah jawabannya. Penelitian ini bertujuan untuk menghadirkan pandangan dari para single mother baru tentang kegiatan wirausaha yang dilakukan para single mother. Penelitian ini menggunakan paradigma *postpositivist* dengan metode penelitian kualitatif dan pendekatan fenomenologi dengan desain *Simple Research With Triangulation Theory*. Hasil pemikiran baru yang diperoleh disajikan melalui diagram fishbone untuk membantu memudahkan pemahaman tentang pendirian dan pengembangan usaha *single mother* yang menghasilkan dua puluh tiga hal penting yang perlu disiapkan pada saat memulai mendirikan dan mengembangkan usaha bagi *single mother*. Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi bahan diskusi bagi para peneliti selanjutnya serta motivasi dan *virus preneur* bagi para wanita wirausaha khususnya *single mother* lainnya.

Kata kunci : wirausaha wanita, single mother, kewirausahaan, virus preneur

25

Abstract

The role of a single mother is something that is not expected, but if it happens, then women must be ready in everything, including the readiness to support the family economy. The most common thing to do is to work without leaving her role as mother and head of the family for her children. Entrepreneurship is the answer. This study aims to present the view of new single mothers about entrepreneurial activities carried out by single mothers. This study uses a post-positivist paradigm with qualitative research methods and a phenomenological approach with a Simple Research With Triangulation Theory design. The results of the new ideas obtained are presented through a fishbone diagram to help facilitate understanding of the establishment and development of a single mother business which produces twenty-three important things that need to be prepared when starting a business for a single mother. The results of this study are expected to be a discussion material for further researchers as well as the motivation and preneur virus for women entrepreneurs, especially other single mothers.

Keywords: female entrepreneur, single mother, entrepreneurship, virus-preneur

23

A. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah membawa dampak negative termasuk kesejahteraan keluarga. Tercatat, selama pandemi Covid-19 terjadi 3.513 perceraian karena faktor ekonomi dari total 5.709 putusan pengadilan. Jumlah ini dihitung antara Maret 2020 hingga Februari 2021 atau selama pandemi Covid-19. Jumlah kasus yang ditarik oleh pengadilan lebih besar dari jumlah kasus yang diajukan. Pada Desember 2019 terdapat 591 kasus baru. (Kompas TV, n.d., 20/04/2021).

Angka perceraian di Indonesia, khususnya di kalangan umat Islam, mencapai 480.618 kasus pada tahun 2019. Sejak tahun 2015, jumlah ini terus meningkat setiap

9
 tahunnya. Berdasarkan data dari Pengadilan Agama Mahkamah Agung. Pada tahun 2015 terdapat 394.246 kasus, 401.717 kasus pada 2016, 415.510 kasus pada 2017, dan 444.358 kasus pada 2018. Pada tahun 2020, hingga Agustus, jumlah tersebut telah mencapai 306.688 kasus. Artinya, rata-rata jumlah perceraian di Indonesia adalah seperempat dari dua juta pernikahan dalam setahun. (Merdeka.com, n.d. 20/03/2021).

Kehilangan pasangan karena perceraian atau kematian pasangan menjadikan seseorang status baru sebagai janda atau duda. Bagi wanita, menjadi janda adalah salah satu tantangan emosional yang paling sulit, karena di dunia ini, tidak ada wanita yang berencana menjadi janda karena kematian suaminya atau perceraian dari pasangan hidupnya. (Sudin, 1982:5). Hidup menjadi janda itu sulit. Sebab, di satu sisi, janda bertanggung jawab menjadi orang tua tunggal bagi anak-anaknya, dan di sisi lain janda merasakan beban psikologis masyarakat yang seringkali menganggap janda sebagai hal yang negatif. (Soernarnatalina, 1995:2). Janda yang membesarkan anak seorang diri karena tidak memiliki pasangan (cerai, meninggal, lajang) atau janda yang memiliki pasangan tetapi harus absen karena berbagai alasan untuk mencari nafkah. Keluarga mereka (Dwiyani, 2013)

Para janda juga menghadapi masalah keuangan, terutama jika mereka tidak bekerja ketika mereka menikah dan hanya bergantung pada pendapatan suami mereka. Tentu saja, para janda tidak dapat memperoleh penghasilan yang stabil ketika mereka tiba-tiba kehilangan suami yang telah memberikan dukungan keuangan bagi keluarga. Akibatnya, para janda sering menghadapi kesulitan keuangan. (Soernarnatalina, 1995: 6-7). Dalam periode lima belas tahunan, wirausaha di antaranya perempuan meningkat 172,8%, mewakili tingkat pertumbuhan tercepat dari selama periode ini, lebih dari setengah juta orang, pengusaha wanita menjadi kekuatan penting dalam bisnis (Bérard dan Brown, 1994).

Tidak mengherankan, mengingat tren demografis ini, wirausaha telah menjadi pilihan yang layak bagi sebagian wanita. Wanita mulai bisnis pada tiga kali lipat tingkat laki-laki dan tidak hanya bertahan hidup, tapi berkembang (Olson dan Currie, 1992). Dengan demikian, perempuan pengusaha menjadi kekuatan penting dalam bisnis, kenyataan yang diakui oleh pemerintah, industri, dan lembaga keuangan (Lavoie, 1988; Mancera, 1987). Namun pengusaha perempuan menghadapi sejumlah hambatan yang unik wanita dalam bisnis (Belcourt *et al.*, 1991; Bérard dan Brown, 1994).

Sejumlah survei statistik memberikan profil demografis pengusaha perempuan, dan gambaran kesuksesan mereka hingga saat ini. Beberapa lembaga nasional telah menunjukkan minat pada pengusaha perempuan. Melihat trend peningkatan jumlah wirausaha wanita, maka tidak heran jika k²⁸an tentang wirausaha wanita termasuk para single mother menarik untuk dibahas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, memahami dan menganalisa lebih dalam faktor-faktor apasajakah yang menjadi kunci s³kses dan ketangguhan para wirausaha single mother dalam menjalankan usahanya. Hasil dari penelitian ini diharapkan akan menjadi bahan kajian bagi para peneliti selanjutnya serta motivasi dan *virus preneur* bagi para wanita wirausaha khususnya *single mother* lainnya.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Success faktor menjadi wirausaha

2
 Zimmerer dan Scarborough (2005) menyatakan bahwa wirausahawan adalah seseorang yang memulai bisnis baru dengan mengambil risiko dan ketidakpastian, mengidentifikasi peluang, mewujudkan keuntungan dan pertumbuhan dengan

mengumpulkan sumber daya yang diperlukan untuk membangunnya. Keberhasilan kewirausahaan bergantung pada kombinasi faktor motivasi, ciri kepribadian, pendidikan, inovasi, dan kondisi lingkungan (Kalleberg dan Leicht, 1991; Wee *et al.*, 1994). Wee *et al.*, (1994) membedakan antara peran fungsional pengusaha, yang mana termasuk bakat manajerial dan pengakuan peluang, dan ciri-ciri psikologis, yang meliputi kepribadian, pendidikan, dan motivasi. Kondisi lingkungan yang dimaksud oleh Kalleberg dan Leicht, (1991) antara lain ketersediaan peluang yang dipengaruhi oleh kondisi ekonomi. Hal lain yang juga perlu adalah dukungan dari keluarga, teman, dan rekan bisnis. Meskipun Sementara tidak langsung terkait dengan kesuksesan kewirausahaan, dukungan sosial berkontribusi signifikan terhadap perasaan kepercayaan diri dan harga diri (Deng *et al.*, 1995) karena merupakan karakteristik kepribadian yang memprediksi keberhasilan wirausaha (Wee *et al.*, 1994).

2. Pengusaha Wanita (*womanpreneur*)

Ibu dari seorang anak adalah citra wanita yang kuat. Wanita yang bisa melakukan pekerjaan rumah dan membesarkan anak juga mendapat penghasilan. Ibu tunggal memainkan banyak peran berbeda dalam keluarga. Kesepian, ibu dan ayah pada saat yang sama. Semua ini perlu dilakukan untuk keluarganya, terutama anak-anak yang sangat membutuhkannya sebagai orang tua (Layliyah, 2013). Selain menjadi ibu rumah tangga, wanita paruh waktu juga bisa menjadi motor penggerak Ekonomi Keluarga. Wanita mandiri membutuhkan dukungan keluarga dan lingkungan. Kreativitas dan inovasi memungkinkan pengusaha perempuan menjadi pengusaha yang kompetitif. Peran wanita dalam berwirausaha dan bagaimana perjalanan wanita untuk menjadi wirausaha mandiri. Inovasi seperti apa yang diciptakan wirausahawan wanita untuk bertahan dan menjadi wirausaha hebat seperti wirausahawan pria (Sarah, 2010). Ada beberapa karakteristik wanita pengusaha antara lain: 1) cenderung mengambil risiko, 2) Tidak pernah bosan, 3) Motif pribadi yang kuat, 4) Menikah dan anak pertama, 5) ayah yang juga berwirausaha, 6) Pemahaman kondisi sosial setempat, 7) Kemampuan finansial, 8) Sosial dan 9) Terampil dalam manajemen bisnis (Susane, E., 2007).

3. Tantangan Khusus Bagi Wanita Wirausaha

Ada banyak tantangan dan kendala dalam memulai usaha bisnis baru, termasuk perencanaan bisnis, pembiayaan, pengembangan produk, pemasaran, dan pengembangan klien (Bérard dan Brown, 1994).

Secara umum ada dua jenis dukungan yang dibutuhkan yaitu: 1) dukungan bisnis kegiatan kewirausahaan, dan 2) dukungan keluarga. Sebagian besar literatur tentang dukungan bagi perempuan pengusaha berfokus pada jenis-jenis dukungan yang membantu bisnis. Sekitar 60% perempuan pemilik usaha pernah memilikinya pengalaman kerja sebelumnya di bidang pilihan mereka (D Lavoie, 1992). Banyak wanita mendapatkan pengalaman manajemen pertama mereka dalam bisnis mereka sendiri (Stevenson, 1986). Dari fenomena diatas dibutuhkan suatu pemikiran atau konsep baru yang membawa manfaat bagi wirausaha *single mother*.

8

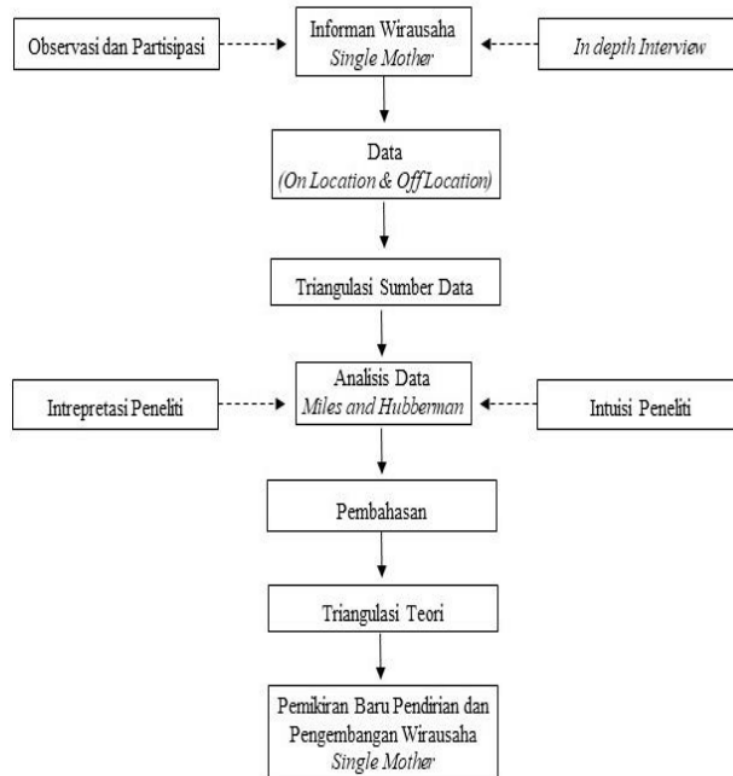
C. METODE PENELITIAN

1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma *postpositivist* dengan metode penelitian kualitatif dan pendekatan fenomenologi dengan desain *Simple Research With Triangulation Theory* (Rofiah, 2021). Fenomenologi adalah pendekatan yang digunakan

dalam penelitian ini. Tujuan fenomenologi, setelah diringkas, adalah untuk menjelaskan hipotesis manusia tentang fenomena tampak yang muncul dari kesadaran manusia dan makna di balik apa yang muncul, serta aspek-aspek yang muncul darinya, aspek subjektif dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Untuk mengetahuinya, kita harus memasuki ²⁹unia kesadaran. Dari mata pelajaran yang dipelajari. Kajian fenomenologi berusaha menjelaskan atau menafsirkan makna suatu konsep atau fenomena yang dialami berdasarkan kesadaran individu (Sugiono, 2018).

Penelitian ini menggunakan situs usaha *single mother* yang ada di Kabupaten Jombang Jawa Timur. Dalam penelitian ini, informan diidentifikasi dengan menggunakan sampling yang diinginkan ⁴ diikuti dengan avalanche sampling. Pengambilan sampel objektif adalah metode pengambilan sampel sumber data dengan mempertimbangkan pertimbangan tertentu. Avalanche sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data, yang awalnya kecil tetapi akhirnya penting. Hal ini dikarenakan jumlah sumber data yang terbatas tidak dapat memberikan data yang jelas dan lengkap oleh karena itu mencari lebih banyak orang untuk digunakan sebagai sumber data. Jumlah sampel dapat ditambah sesuai dengan kebutuhan dan konsep yang dikembangkan di lapangan.



Gambar 1: Kerangka Pikir Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada owner usaha *single mother* yang telah menjalankan usahanya minimal 10 tahun, memiliki karyawan minimal 10 orang, jangkauan pasar minimal 7 tingkat propinsi dan memutuskan berwirausaha setelah berstatus janda serta bersedia diwawancarai secara mendalam (*Indepth Interview*) untuk mendapatkan informasi yang valid, relevan dan memadai yang merupakan jawaban dari permasalahan yang sedang diteliti. Berubahnya jumlah informan dalam penelitian kualitatif adalah hal yang lumrah, semula ada 5 (lima) informan yang sesuai kriteria ada 2 (dua) calon informan yang 27 tidak bersedia di wawancarai secara mendalam, sehingga hanya 3 (tiga) informan yang akan menjadi informan dalam penelitian ini.

2. Profil Informan

Informan 1 (satu) adalah ibu Atin Handayatin yang berusia usia 43 tahun. Lokasi usaha beliau ada di Dusun Mojokuripan RT/RW 03/02 Desa Jogoloyo Kecamatan Sumobito Kabupaten Jombang. Ibu Atin memiliki usaha konveksi dengan nama Lanvin Collection yang sudah beroperasi selama 14 Tahun dengan jumlah karyawan sebanyak 15 Orang. Jangkauan pemasaran berskala nasional dengan omzet usaha mencapai Rp. 130.000.000,00/bulan

Informan 2 (dua) adalah Ibu Jarwati yang berusia 47 tahun. Lokasi usaha beliau ada di Dusun Karobelah RT/RW 05/03 Desa Karobelah Kecamatan Mojoagung Kabupaten Jombang. Ibu Jarwati memiliki usaha Sandal yang sudah beroperasi selama kurang lebih 13 Tahun dengan jumlah karyawan sebanyak 11 Orang. Jangkauan Pemasaran beliau berskala nasional dengan omzet usaha mencapai Rp. 100.000.000,00 /bulan

Informan 3 (tiga) adalah ibu Sri Wahyuni yang berusia 49 tahun. Lokasi usaha beliau ada di Dusun Kedungpapar RT/RW 01/02 Desa Kedungpapar 20 kecamatan Sumobito Kabupaten Jombang. Ibu Sri Wahyuni memiliki usaha tas yang sudah beroperasi selama kurang lebih 20 tahun dengan jumlah karyawan sebanyak 17 orang. Jangkauan pemasaran beliau juga berskala nasional dengan omzet usaha mencapai Rp. 120.000.000,00/bulan

24 D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dari hasil wawancara mendalam dengan para informan diperoleh beberapa hasil yang dapat dirangkum sebagai berikut:

1. 11 Faktor-Faktor Pendukung Kewirausahaan

a. Percaya diri

Percaya diri adalah sikap dan keyakinan yang harus dimiliki seorang wirausahawan ketika berhadapan dengan tugas dan tugas. Percaya diri mencakup nilai-nilai percaya diri, optimisme, individualisme dan kemandirian, dan kami yakin dengan kemampuan kami untuk menjadi sukses Seperti kutipan pembahasan dari informan 1 berikut ini :

“Usaha ini berdiri tahun 2009 mbak, sejak saat itu saya yakin dapat berhasil dalam usaha ini” (Hidayatin, 43, Sumobito, 22 Januari 2021).

b. Berorientasi tugas dan hasil

Seorang wirausahawan yang mengutamakan misi dan hasil adalah seseorang yang menghargai nilai 31 tivasi, kesabaran, keteguhan, ketekunan dan energi serta memiliki keinginan yang kuat untuk mencapai tujuan dan sasaran perusahaan. Untuk

hasil terbaik, wirausahawan perlu menunjukkan inisiatif, disiplin diri, pemikiran kritis, daya tanggap, dan kesuksesan.

"...awalnya ngambil di Surabaya dulu, terus lama-lama jahit sendiri dan dipasarkan sendiri...", (Hidayatin, 43, Jombang, 22 Januari 2021).

c. **Pengambilan Risiko**

Keberanian dan kemampuan mengambil risiko merupakan nilai penting dalam berwirausaha. Seorang pengusaha takut mengambil risiko bisnis yang membuatnya sulit dikendalikan. Tentu saja, pengambilan risiko ini dilakukan setelah menjadi bahan refleksi, analisis, perhitungan dan refleksi yang mendalam.

"Tujuan mendirikan usaha saya membuat produk sesuai pesanan dan hasil yang baik, itu aja mbak, usaha saya berdiri tahun 2008", (Jarwati, 47, Karobelah, 24 Januari 2021)

"Awalnya memang takut gak laku mbak tapi harus berani ambil risiko" (Hidayatin, 43, Jombang, 22 Januari 2021).

d. **Kepemimpinan**

Seorang pengusaha yang sukses tidak terlepas dari karakter kepemimpinan yang perintis dan teladan dalam mengelola kegiatan usahanya. Selain itu, seorang pemimpin yang mengelola bisnis dengan transparansi dan integritas dengan tujuan tidak hanya mengejar keuntungan tetapi juga meningkatkan kesejahteraan karyawan.

"...dulu awalnya ngambil mbak, trus lama-lama jahit sendiri, semuanya saya kerjakan sendiri, kalo sekarang ada bagian-bagian yang kerjakan, tapi tetap saya turun tangan sendiri mbk..." (Jarwati, 47, Karobelah, 24 Januari 2021).

"...Usaha tas ini saya mulai tahun 2001 mbak" (Wahyuni, 49, Kedungpapar, 19 Januari 2021).

e. **Berorientasi ke masa depan**

Wirausahawan perlu memiliki wawasan ke masa depan, memiliki visi untuk masa depan dan tahu kemana arah bisnis dan apa yang ingin dicapai, Strategi apa yang perlu diterapkan untuk memastikan bisnis serta harapan agar perusahaan akan tumbuh.

"...dulu awalnya saya belajar dirumah saudara, lama-lama saya jahit dirumah sendiri, dalam usaha ya harus dilakukan Perencanaan Usaha yang baik dan mumpuni, kan itu arah kedepannya mbak ", (Wahyuni, 49, Kedungpapar, 19 Januari 2021).

f. **Fokus Pada Tujuan**

Kunci sukses bisnis paling utama adalah Fokus. Sebagai seorang wirausahawan, tentu sulit untuk menolak hal-hal baru dan menarik, meskipun memiliki daya tarik yang lebih menjanjikan dari segi keuntungan. Bahkan ide terbaik pun sering menjadi

masalah. Bahkan, beberapa pengusaha terobsesi dengan peluang bisnis. Sebagai seorang pengusaha harus memiliki semangat, kesabaran, ketelitian, kewirausahaan dan melanjutkan model ekonomi yang sudah terintegrasi, dan mempertahankan keberanian untuk terus berjalan.

“...kalo saya yang penting hasilnya bagus, rapi dan jujur mbak, ya... saya bekerja sendiri untuk memenuhi kebutuhan saya dan anak. Alhamdulillah saya bisa mencukupi. Pokoknya hal yang saya utamakan adalah perekonomian keluarga saya jadi kalau semua itu saya bisa penuhi saya sudah senang.” (Wahyuni, 49, Kedungpapar, 19 Januari 2021).

g. Terampil mengelola usaha

Secara kultural, perempuan bukanlah makhluk yang produktif, tetapi kebutuhan mereka memaksa mereka untuk terlibat dalam kegiatan produktif yang secara kultural diwajibkan bagi laki-laki. Akibatnya, upaya perempuan untuk mengembangkan usaha mereka tidak hanya membahas masalah teknis kewirausahaan, tetapi juga hubungan yang tidak setara dan otoriter antara perempuan dan laki-laki. Kontribusi perempuan untuk usaha mikro dalam mendukung ekonomi keluarga. Meningkatnya partisipasi perempuan di sektor mikro UKM tidak dapat dipisahkan dari situasi makro di Indonesia. Di tingkat makro, kebijakan industrialisasi Indonesia cenderung mengandalkan teknologi tinggi untuk membangun industri besar padat modal yang hanya dapat diperoleh oleh sejumlah kecil orang terampil. Akibatnya, dalam proses industrialisasi, beberapa kelompok masyarakat telah "dijauhi" oleh usaha mikro di pedesaan, terutama yang dipimpin oleh perempuan. Situasi telah berkembang sedemikian rupa sehingga usaha mikro dan UKM menjadi satu-satunya pilihan bagi perempuan, terutama perempuan miskin yang tidak memiliki akses ke sumber daya lain..

“...dipertimbangkan berapa banyak barang yang harus diproduksi saya juga mempertimbangkan pemasukan dan pengeluaran jumlah barang konveksi saya mbak, selain itu saya mengikuti permintaan pelanggan mbak”, (Hidayatin, 43, Jombang, 22 Januari 2021).

“iya mbak ...kadang-kadang tergantung pesanan “, (Jarwati, 47, Karobelah, 24 Januari 2021).

h. Akses Permodalan

Akses permodalan yang tidak mudah dijangkau oleh *single mother* dikarenakan dibatasi oleh mobilitas fisik dan kultur komunitasnya, peraturan "izin suami", Sektor perbankan menolak karena pinjaman terlalu kecil, catatan akuntansi sederhana dan ada jaminan kredit untuk peminjam.

“...untuk masalah modal saya pinjam ke BRI” (Hidayatin, 43, Jombang, 22 Januari 2021).

“modalnya dari tabungan suami saya dulu mbak”, (Jarwati, 47, Karobelah, 24 Januari 2021).

“.....modalnya dari tabungan saya mbak..”, (Wahyuni, 49, 19 Januari 2021).

i. Pantang Menyerah

Bagi banyak wanita, memiliki bisnis dan membuat jadwal kerja sendiri adalah cara untuk meredakan ketegangan antara kewajiban pribadi dan tuntutan kerja. Jumlah bisnis milik perempuan meningkat 78%. Bisnis wanita tumbuh dua kali lebih cepat dari pria. Berkat produktivitas dan kinerja yang luar biasa ini, bisnis milik perempuan kini mempekerjakan lebih banyak orang.

“....lagian saat ini anak sekolah dah dapat seragam gratis dari Jombang,.....ya....gimana lagi mbak” (Hidayatin, 43, Jombang, 22 Januari 2021).

j. Motivasi pribadi yang tinggi

Kesediaan untuk mencurahkan banyak upaya untuk tujuan organisasi telah memberik²¹ kemampuan upaya itu untuk memenuhi kebutuhan beberapa orang. Motivasi merupakan salah satu faktor penentu untuk mencapai tujuan. Motivasi berkaitan dengan motivasi dan kekuatan manusia. Alasannya terletak pada orang yang tidak bisa dilihat dari luar. Sikap dan motivasi saling berkaitan dan menunjukkan perlunya motivasi untuk memenuhi kebutuhan kepribadian seorang wirausahawan. Artinya, ketekunan, Tuhan yang tulus yang tidak pernah menyerah, kemauan dan tekad yang tinggi. Motivasi adalah kemauan untuk melakukan sesuatu, dan motivasi adalah kebutuhan, keinginan, keinginan atau desakan. Motivasi seseorang tergantung pada kekuatan motivasi itu. Motivasi memiliki kekuatan yang besar dalam menentukan perilaku seseorang. Kekuatan mesin ini bisa berubah sesuai kebutuhan.

“ ini juga untuk memenuhi kebutuhan keluarga kalo gak usaha sendiri siapa lagi mbak yang kasi uang lha saya jaga janda “(Hidayatin, 43, Jombang, 22 Januari 2021).

“ya... saya harus berusaha menghidupi anak-anak saya mbak”, (Jarwati, 47, Karobelah, 24 Januari 2021).

“...ya...untuk mencukupi kebutuhan saya dan anak-anak..”, (Wahyuni, 49, Kedungpapar, 19 Januari 2021).

k. Memahami Kondisi Sosial Setempat

Kewirausahaan juga memiliki fungsi penting bagi masyarakat di lingkungan. Pada hakekatnya masyarakat memberikan kontribusi kepada pengusaha sebagai tenaga kerja, sebagai penyedia ruang, dan sebagai konsumen dari produk yang dibuatnya. Untuk itu, pengusaha juga perlu memberikan sesuatu yang baik dan berdampak positif bagi masyarakat. Kami memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen dengan hal-hal yang baik untuk karyawan, gaji yang baik, hubungan yang baik, menjaga lingkungan tempat kerja dan produk yang halal dan berkualitas tinggi. Sekaligus menciptakan dampak positif, seiring dengan implementasi dari segala upaya yang dilakukan.

“...lingkungan juga berpengaruh mbak, seperti saat ini aja, masa pandemi, anak-anak sekolah online, jadi penjualan seragam saya turun hingga 60 % dari tahun lalu “(Hidayatin, 43, Jombang, 22 Januari 2021).

“.....Iya mbak, contohnya saat ini usaha banyak yang sepi dan pesanan juga menurun”, (Jarwati, 47, Karobelah, 24 Januari 2021).

2. Pandangan Enterprenuer Wanita

a. Sektor Bisnis

Ada banyak bisnis yang berkembang pesat seperti pakaian jadi, kecantikan, restoran dan retail yang mudah dipelajari dari selera dan latar belakang wanita.,

“...saya mulai dengan modal 2 juta, saya memilih usaha ini karena dari dulu saya suka menjahit mbak, ...awalnya hanya 2 orang orang yang mengambil seragam, saat ini sekitar 20 orang yang langganan di sini,...tergantung, kalo ajaran baru biasanya omsetnya tinggi sekitar 130 an perbulan”, (Hidayatin, 43, Jombang, 22 Januari 2021).

“...modal awal saya sekitar 1,5 juta, saya dah punya langganan 8 orang yang bisanya ngambil, kalo omset 100 an mbak” (Jarwati, 47, Karobelah, 24 januari 2021).

“...dulu sekitar 3 juta mbak, saya kirim ke Surabaya dan kadang ke Jombang, omset usaha tas saya ini kalau pas musim hajatan kurang lebih 120 perbulan” (Wahyuni, 49, Kedungpapar, 19 Januari 2021).

b. Wanita Tidak Dianggap Pesaing

Sebagai “kaum yang lebih lemah”, Wanita tidak dianggap sebagai pesaing dan mungkin menerima bantuan dari rekan pria mereka. Dunia bisnis menjauhkan wanita, dan keberadaan bisnis milik wanita menarik perhatian dan membuat sesuatu terlihat. Terhubung dengan orang lain meningkatkan peluang Anda untuk berbisnis. Saat bekerja di dunia laki-laki, perempuan tidak harus merelakan eksistensinya. Pria akan menyukai wanita karena mereka memiliki wanita yang berkonflik di tempat kerja.

“...kalo pesaing ya mesti ada, tapi saya yakin dengan memberikan kualitas yang baik gitu aja, tetapi ada teman2 saya dengan usaha sejenis yang dengan sukarela membantu saat saya tidak bisa mengcover orderan” (Hidayatin, 43, Jombang, 22 Januari 2021).

“...masalah bersaing itu sportif, yang penting tidak saling menjatuhkan, tetapi mitra saya orangnya terbuka bahkan gampang orange” (Jarwati, 47, Karobelah, 24 januari 2021).

c. Fleksibel Manajerial

Wanita bisa menjadi otoriter, baik hati, konfrontatif, dan suportif. Kombinasi kualitas ini memberikan manajer feminis kebebasan untuk mengkategorikan diri mereka sebagai karyawan campuran dan satu jenis kelamin.

“...pekerja saya itu ke rumah hanya mengambil orderan saja, mereka lakukan pekerjaan dirumah mereka masing-masing, saya tidak perlu mengawasi mereka setiap saat yang penting kerjaan mereka selesai tepat waktu dan bagus” (Hidayatin, 43, Jombang, 22 Januari 2021).

“...anak buah saya kan ada yang laki-laki dan perempuan, mereka dengan mudah bisa saya ajak kerjasama bahkan ada yang sudah lebih dari 10 tahun bekerjasama saya” (Jarwati, 47, Karobelah, 24 Januari 2021).

“...terkadang anak buah saya itu sering ngebon meskipun belum waktunya gajian, karena harus bayar sekolah anaknya, ya kasian saya kasih aja, biar mereka tambah semangat kerjanya” (Wahyuni, 49, Kedungpapar, 19 Januari 2021).

d. Pengembangan Kemampuan dan Pengalaman serta Hambatan Diskriminatif

Kebebasan perempuan untuk mencapai jenjang pendidikan tertinggi merupakan peluang untuk mengembangkan keterampilan dan pengalaman yang dapat menjadi modal utama dalam menekuni dunia usaha. Masalah paling mendasar yang menghambat pertumbuhan perempuan dalam bisnis adalah masih adanya diskriminasi terhadap perempuan. Oleh karena itu, upaya pemberantasan kejahatan ini merupakan langkah komprehensif dalam memberikan kesempatan bagi perempuan untuk mewujudkan keberanian dan kewirausahaan.

“...saya itu lulusan sma tapi saya merasa sangat beruntung bisa menjalankan usaha ini selama kurang lebih 14 tahunan, meskipun terkadang kalau ada pelanggan baru saat tahu yang menjalankan usaha perempuan merasa ragu-ragu...hehe” (Hidayatin, 43, Jombang, 22 Januari 2021).

“...sekolah itu tidak harus secara formal mbak, saya ndak pernah S1 tapi saya bisa mengelola pekerja dan orderan saya hingga bisa menghidupi anak-anak saya,meskipun kadang ada yang membatalkan pesanan dalam jumlah besar karena belum membuktikan hasil pekerjaan saya ” (Jarwati, 47, Karobelah, 24 Januari 2021).

“...penting ya professional.. karena untuk meyakinkan orang baru itu gak gampang mbak, apalagi saya janda tapi ya saya tetap yakin kalua rejeki itu sudah ada yang ngatur....” (Wahyuni, 49, Kedungpapar, 19 Januari 2021).

e. Strategi Pemasaran

Sebuah perusahaan yang dianggap sukses harus mengalami banyak pasang surut untuk menjadi besar. Kualitas produk dan strategi pemasaran produk tidak dapat dipisahkan. Jual produk ini menggunakan offline. Strategi pemasaran ini adalah kunci bisnis Anda. Strategi pemasaran yang diterapkan untuk menarik konsumen sasaran adalah dengan membuat spanduk atau mungkin mendistribusikan materi promosi ke seluruh toko. Namun, sekali lagi orang-orang yang mengunjungi toko

tersebut hanya masyarakat yang berada di daerah sekitarnya. Akan tetapi pengusaha wanita melakukan pemasaran berdasarkan pesanan dari para pelanggan yang sudah menjadi langganan mengambil produk mereka dan mengandalkan *word of mouth*. Pengalaman pelanggan yang dialami oleh pengguna toko offline tentu sangat berbeda dengan pengalaman pelanggan toko online. Untuk toko offline, promosikan toko dari mulut ke mulut jika pelanggan memiliki pengalaman berbelanja yang baik di toko. Pemasaran offline dipilih karena mereka melihatnya sebagai proses transaksi sederhana untuk menjual barang dan jasa secara langsung. Tempat bertemunya produsen dan konsumen di satu tempat untuk jual beli. Latar belakang pemilihan strategi pemasaran offline juga dipengaruhi oleh pengetahuan pemilik perusahaan apalagi pemilik usaha adalah ibu-ibu yang berusia 40 tahun ke atas mereka memilih berjualan offline karena kendala kekurangan pengetahuan tentang media sosial dan segera menyampaikan tentang ketidak mampuannya dalam menggunakan media sosial dengan kata “Saya Gapte”.

“...jualan saya itu model gethok tular gitu lho mbak, jahit baju kecil kecilan saja, saya bisanya gitu e, tapi akhirnya nambah banyak pelanggannya sampai ke sekolah-sekolah gitu ada juga orderan dari bapak-bapak tentara, sekarang melayani dari papua juga, kadang dibantuin anak saya buat ngelayanin gitu” (Hidayatin, 43, Jombang, 22 Januari 2021).

“...saya gak bisa e pake hape-hape an gitu, wes pokoknya ada order ya saya kerjakan gitu mbak, kadang ada langganan yang bawa temen ke rumah.... ” (Jarwati, 47, Karobelah, 24 januari 2021).

“...pernah mbak dulu diajari dari dinas gitu onlenan, tapi ya sudah lupa paling bisa pakai wa buat telponan, kuatir dibujuki saya, mending biar orange aja yang datang order trus ngasih DP dan saya kerjakan” (Wahyuni, 49, Kedungpapar, 19 Januari 2021).

f. Faktor Pendukung

Jiwa wirausaha menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi start-up dan perkembangan seorang ibu tunggal, terutama dalam bidang ekonomi, dimana ibu tiga anak ini nampaknya sangat penting. Fokus pada kehidupan bisnis. Upaya pemenuhan kebutuhan finansial mereka dilakukan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari secara penuh. Setelah perceraian, wanita menghadapi serangkaian masalah penting. Mereka menjadi individu yang berkembang, dan tentu saja mereka menerapkan strategi untuk menghadapi berbagai masalah. Banyak dari mereka adalah individu yang kuat karena mereka memainkan dua peran sekaligus: seorang wanita merawat anak-anaknya dan seorang pria mencari nafkah untuk dirinya dan keluarganya. Beban wanita setelah perceraian sangat berat, beban yang dirasakan sendiri adalah ekonomi.

Ekonomi tentu menjadi kendala penting bagi keluarga, dan juga menjadi salah satu penyebab perceraian. Untuk alasan ini, jelas bahwa wanita yang menjadi orang tua tunggal perlu memiliki strategi untuk dapat sepenuhnya memenuhi kebutuhan finansial pasca perceraian mereka. Tentu saja, para single mother harus berupaya memenuhi kebutuhan finansialnya dengan baik agar dapat memiliki kehidupan yang lebih baik. Padahal, ekonomi adalah titik acuan untuk hidup sejahtera, dan faktanya,

bagi ibu tunggal, kebahagiaan mereka adalah dari sudut pandang ekonomi. Karena menurut mereka, kebahagiaan hanya terkait dengan kepuasan, kebutuhan finansial dan pengasuhan anak. Sebagai perempuan yang terpisah dari kendala fisik dan biologis laki-laki, perempuan seolah-olah tidak memiliki masalah selain ekonomi, tetapi pada kenyataannya memiliki begitu banyak masalah sehingga dibandingkan dengan wanita lain, kami hanya berkomitmen untuk memenuhi kebutuhan finansial. Hal-hal tersebut, kata-kata para informan merupakan bukti bahwa mereka tidak akan mengalami kesulitan jika memiliki cukup uang dalam hidup.

“...saya wes gak kepikiran lain-lain mbak, yang penting kebutuhan saya dan anak-anak saya cukup, dan usaha saya lancar karyawan saya bisa ikut ngerasain hasilnya sudah...” (Hidayatin, 43, Jombang, 22 Januari 2021).

“...menjalani usaha saja sudah asik mbak, males kalau harus ditambahi pikiran lain-lain, menikah lagi misalnya akan tambah repot mbak....” (Jarwati, 47, Karobelah, 24 Januari 2021).

“...sudah nyaman begini mbak....” (Wahyuni, 49, Kedungpapar, 19 Januari 2021).

g. Faktor Internal

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan faktor internal yang mempengaruhi *single mother* dalam mendirikan dan mengembangkan usahanya karena para *single mother* memiliki niat yang kuat untuk mengembangkan usahanya, Mereka memiliki teknik dalam memproduksi barang, selain itu para *single mother* memiliki kemampuan dalam membuat anggaran, karena rata-rata wanita mahir dalam membuat anggaran, bahwa unsur yang berasal dari dalam (pihak internal) antara lain :

1. Adanya niat dari si pengusaha/wirausaha untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih besar.
2. Mengetahui teknik memproduksi barang seperti berapa banyak barang yang harus diproduksi, cara apa yang harus digunakan untuk mengembangkan barang / produk , dan lain – lain.
3. Membuat anggaran yang bertujuan seberapa besar pemasukkan dan pengeluaran produk

“...Alhamdulillah usaha saya ini sudah sangat berjasa bagi kehidupan saya dan keluarga saha hingga bisa menyekolahkan anak-anak saya sampai sarjana, saya Cuma mau mengembangkan usaha dengan terus meningkatkan kualitas dan harga yang terjangkau...” (Hidayatin, 43, Jombang, 22 Januari 2021).

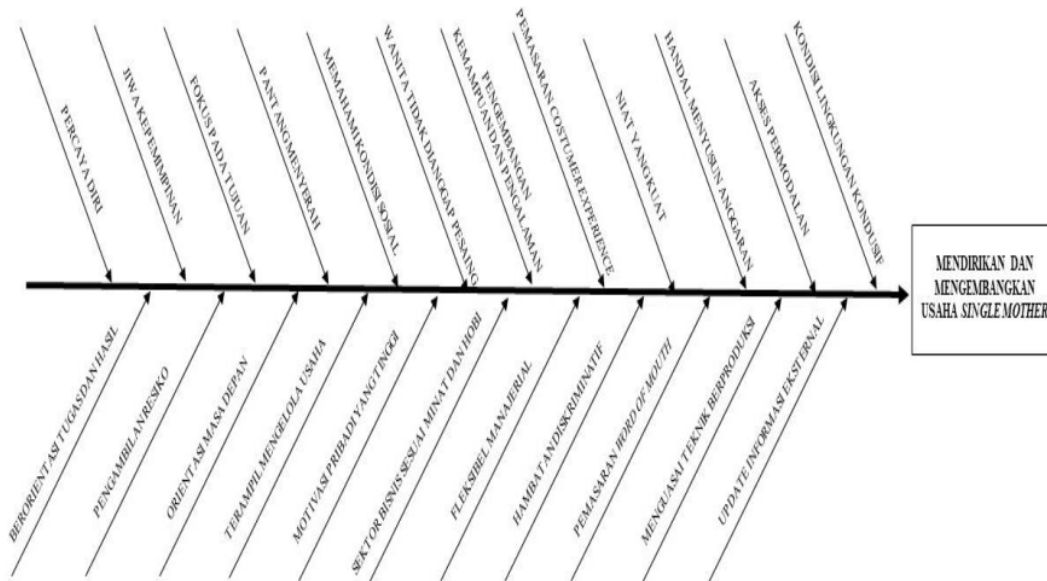
h. Faktor Eksternal

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan faktor eksternal yang mempengaruhi *single mother* dalam mendirikan dan mengembangkan usahanya antara lain para *single mother* mampu mengikuti perkembangan informasi baik melalui media massa, elektronik dan peran pemerintah daerah. Para *single mother* memulai usahanya dari modal sendiri dan untuk mengembangkan usahanya, mereka

meminjam dari pihak Bank. Para *single mother* juga mengetahui kondisi lingkungan sekitar yaitu usaha yang dimiliki merupakan usaha yang cukup diminati masyarakat dan sesuai kebutuhan terutama masyarakat Jombang.

“...saya beberap kali ikut pelatihan apa gitu mbak pokok biar produksinya meningkat dan pernah ditawari bank untuk penambahan modal, selama saya masih bisa mengcover orderan saya belum butuh tambahan modal dari bank, saya biasa menabung mbak jadi saya biasa pakai tabungan saya untuk orderan yang besar kan lumayan ribet ya mbak kalau mau pinjam ke bank ditanyain pembukuan dan macem-macem e.... ”
(Jarwati, 47, Karobelah, 24 Januari 2021.

Kondisi emosional *single mother* mampu membawa ke arah kesuksesan usaha. Faktor emosional sebagai suatu keadaan yang mampu mempengaruhi tindakan seseorang untuk melakukan suatu perencanaan yang dikehendakinya. Tindakan emosional juga merupakan dorongan pribadi seseorang untuk melakukan suatu kegiatan. Dengan prongan emosi maka orang dapat bertindak sesuai keinginannya. Naluri kewanitaan yang bekerja lebih cermat, pandai mengantisipasi masa depan, menjaga keharmonisan, kerja sama dalam rumah tangga dapat diterapkan dalam kehidupan usaha, serta lingkungan kebutuhan hidup atau home industri seperti menjahit, menyulam, membuat kue, aneka masakan, kosmetik mendorong lahirnya wanita pengusaha yang mengembangkan komoditi tersebut. Selanjutnya, dari rangkaian wawancara tersebut diatas dapat digambarkan dalam bentuk diagram tulang ikan (*fish bone*) sebagai berikut:



Gambar 2 : Fishbone Wirusaha Wanita

Diagram fishbone diatas membantu memudahkan pemahaman tentang pendirian dan pengembangan usaha *single mother* yang menghasilkan dua puluh tiga hal penting yang perlu dipersiapkan pada saat memulai mendirikan dan mengembangkan usaha bagi *single mother* diantaranya : (1) Berorientasi pada hasil (2) pengambilan resiko (3) Percaya Diri (4) Orientasi masa depan (5) Jiwa Kepemimpinan (6) Fokus pada tujuan (7) Pantang menyerah (8) Terampil mengelola usaha (9) Motivasi pribadi yang tinggi (10) Memahami kondisi sosial (11) Wanita tidak dianggap pesaing (12) Sektor bisnis yang sesuai dengan minat dan hobi (13) Pengembangan kemampuan dan pengalaman (14) Fleksibel manajerial (15) Hambatan diskriminatif (16) Pemasaran *Costumer Experience* (17) Pemasaran *Word of mouth* (18) Niat yang kuat (19) Menguasai teknik produksi (20) Handal menyusun anggaran (21) *Update* informasi eksternal (22) Akses permodalan (23) Kondisi lingkungan yang kondusif.

Diharapkan dengan adanya pemikiran tentang pendirian dan pengembangan usaha *single mother* bisa menjadi *virus preneur* yang memotivasi para *single mother* untuk tetap berjuang memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga bahkan bisa menjadi inspirasi bagi *single mother* yang lain. *Virus Preneur* adalah agen wirausaha yang bisa menghasilkan ribuan salinan identik *virus preneur* asli dengan cepat dan massif.

E. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa unsur-unsur yang berperan bagi para *single mother* dalam membangun dan meluaskan antara lain: 1) mempunyai semangat kewirausahaan, 2) Percaya Diri, 3) Berorientasi pada hasil, 4) berani mengambil resiko, 5) berjiwa pemimpin dan 6) Berorientasi jauh ke masa depan.

Hasil dari pemikiran baru tersebut diatas diharapkan akan menjadi panduan bagi para wirausaha agar tidak ragu untuk memulai usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Belcourt, M. L., Burke, R. J., & Lee-Gosselin, H. (1991). *The glass box: Women business owners in Canada* (Vol. 90, Issue 2). Canadian Advisory Council on the Status of Women.
- Bérard, J., & Brown, D. (1994). *Services to women entrepreneurs: The Western Canadian case*. Western Economic Diversification Canada, Manitoba Office.
- Deng, S., Hassan, L., & Jivan, S. (1995). Female entrepreneurs doing business in Asia: A special investigation. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 12(2), 60–80.

- Dwiyani, V. (2013). *Jika aku harus mengasuh anakku seorang diri*. Elex Media Komputindo.
- Kalleberg, A. L., & Leicht, K. T. (1991). Gender and organizational performance: Determinants of small business survival and success. *Academy of Management Journal*, 34(1), 136–161.
- Kompas TV. (n.d.). Selama Pandemi, Angka Perceraian Meningkat. *Kompas TV*. <https://www.kompas.tv/article/153571/selama-pandemi-angka-perceraian-meningkat>
- Lavoie, D. (1992). Women in business: A collective profile. *A Resource Guide to Selected*.
- _____. (1988). *Women entrepreneurs: Building a stronger Canadian economy*. Canadian Advisory Council on the Status of Women.
- Layliyah, Z. (2013). Perjuangan hidup single parent. *The Sociology of Islam*, 3(1).
- Mancer, K. (1987). Entrepreneurial women in Manitoba: Options and opportunities. *Women's Advisory Council*.
- Merdeka.com. (n.d.). Kemenag Sebut Angka Perceraian Mencapai 306.688 Per Agustus 2020. *Merdeka.Com*. <https://www.merdeka.com/peristiwa/kemenag-sebut-angka-perceraian-mencapai-306688-per-agustus-2020.html>
- Olson, S. F., & Currie, H. M. (1992). Female entrepreneurs: Personal value systems and business strategies in a male-dominated industry. *Journal of Small Business Management*, 30(1), 49.
- Rofiah, C. (2021). Qualitative Methods: Simple Research With Triangulation Theory Design. *Develop*, 5(1), 18–28.
- Sarah. (2010). *Thebaud*.
- Soernamatalina. (1995). *Stigma Negatif Janda*.
- Stevenson, L. A. (1986). Against all odds: The entrepreneurship of women. *Journal of Small Business Management*, 24, 30.
- Sudin. (1982). *Kehilangan Pasangan Hidup*.
- Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif*,

Kualitatif dan R & D. Alfabeta.

Susane, E., J. (2007). Tampilnya Perempuan Pengusaha di Seluruh Dunia. *UG Jurnal, Vol. 8 No.*

Wee, C.-H., Lim, W.-S., & Lee, R. (1994). Entrepreneurship: A review with implications for further research. *Journal of Small Business & Entrepreneurship, 11(4), 25–49.*

Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (2005). *Essentials of entrepreneurship and small business management.* Prentice-Hall.

VIRUS PRENEUR : SINGLE MOTHER

ORIGINALITY REPORT

6%

SIMILARITY INDEX

5%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Meci Nilam Sari, Nadia Angraini, Azmen Kahar, Rika Septrizarty, Dabitha Wise Maliha. "Online Shop Trends For Women Entrepreneurs In Improving The Family Economy", Journal on Education, 2023 Publication	<1 %
2	ejournal.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
3	pusatilmiah.blogspot.com Internet Source	<1 %
4	Submitted to Universitas Negeri Makassar Student Paper	<1 %
5	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	<1 %
6	Submitted to Politeknik Negeri Bandung Student Paper	<1 %
7	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1 %

8	journal.student.uny.ac.id Internet Source	<1 %
9	Herliana Nana, Yulia Hairina, Imadduddin Imadduddin. "Hubungan antara Self Disclosure dengan Trust pada Suami dan Istri dalam Hubungan Pernikahan di Kota Banjarmasin", Jurnal Al-Husna, 2022 Publication	<1 %
10	repository.lppm.unila.ac.id Internet Source	<1 %
11	repository.unika.ac.id Internet Source	<1 %
12	Ismiranda Dalvi, Tesi Hermaleni. "Factors Affecting Divorce During The Covid-19 Pandemic Period in Bukittinggi", Psikologia : Jurnal Psikologi, 2022 Publication	<1 %
13	Lina Marlina, Restiana Restiana. "PERANAN KEPALA SEKOLAH DALAM MENGEMBANGKAN SIKAP CIVIC RESPONSIBILITY TERHADAP DISIPLIN GURU", Pro Patria: Jurnal Pendidikan, Kewarganegaraan, Hukum, Sosial, dan Politik, 2019 Publication	<1 %
14	ejournal.unitomo.ac.id Internet Source	<1 %

15	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1 %
16	issuelab.org Internet Source	<1 %
17	journal.trunojoyo.ac.id Internet Source	<1 %
18	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
19	docobook.com Internet Source	<1 %
20	dokita.co Internet Source	<1 %
21	e-journal.upstegal.ac.id Internet Source	<1 %
22	earsiv.atauni.edu.tr Internet Source	<1 %
23	egsa.geo.ugm.ac.id Internet Source	<1 %
24	ejournal.jiaionline.com Internet Source	<1 %
25	ejournal2.undiksha.ac.id Internet Source	<1 %
26	issuu.com Internet Source	<1 %

27	luiserdiana.blogspot.com Internet Source	<1 %
28	repository.maranatha.edu Internet Source	<1 %
29	ululazmi-zabaz.blogspot.com Internet Source	<1 %
30	www.beritasumbawa.net Internet Source	<1 %
31	www.teambuilding-outbound.com Internet Source	<1 %
32	"Abstracts", Public Health Nutrition, 2013 Publication	<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On