

# MANAJEMEN STRATEGI

Perempuan dan Kewirausahaan Berkelanjutan

## Penulis

Dr. Monalisa, S.E., M.M

Dr. Elia Ardyan, S.E., MBA

Dr. Carolina Novi Mustikarini, S.E., M.Sc.,

## Editor

Cindy Yoel Tanesia

Asriah Syam. S.E., M.M.,



**BUKU REFERENSI**

# **MANAJEMEN STRATEGI**

**Perempuan dan Kewirausahaan Berkelanjutan**

**Penulis :**

**Dr. Monalisa, S.E., M.M**

**Dr. Elia Ardyan, S.E., MBA**

**Dr. Carolina Novi Mustikarini, S.E., M.Sc.,**

**Editor :**

**Cindy Yoel Tanesia, S.E., MBA**

**Asriah Syam, S.E., M.M.,**

**Penerbit**



# MANAJEMEN STRATEGI

## Perempuan dan Kewirausahaan Berkelanjutan

Penulis

**Dr. Monalisa, S.E., M.M**

**Dr. Elia Ardyan, S.E., MBA**

**Dr. Carolina Novi Mustikarini, S.E., M.Sc.,**

Diterbitkan oleh:

**Penerbit**

**Lajagoe Pustaka**

**Jl. Harapan Bangsa Perumahan BTN Batulappa Blok D1/1 Sidenreng Rappang**

**Tlp. 0421-3594821**

**Email [info@lajagoe.com](mailto:info@lajagoe.com)**

**[www.lajagoe.com](http://www.lajagoe.com)**

Penyunting:

Tata letak: Cindy Yoel Tanesia, S.E., MBA & Asriah Syam. S.E., M.M.,

Terbit: 15 Agustus, 2024

ISBN: 978-623-10-2979-9

Anggota IKAPI : 050/SSL/2023

---

---

### **UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta**

#### **Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4**

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

#### **Pembatasan Pelindungan Pasal 26**

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

#### **Sanksi Pelanggaran Pasal 113**

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

## KATA PENGANTAR

Dengan hormat,

Selamat datang dalam buku ini yang berjudul "Manajemen Strategi: Perempuan dan Kewirausahaan Berkelanjutan". Buku ini lahir dari keinginan untuk mengintegrasikan teori manajemen strategis dengan tantangan dan peluang yang dihadapi oleh perempuan dalam kewirausahaan, sambil mengedepankan prinsip keberlanjutan. Di tengah perubahan global yang cepat dan kesadaran yang meningkat akan pentingnya tanggung jawab sosial dan lingkungan, buku ini bertujuan untuk menawarkan panduan praktis dan wawasan mendalam bagi para pemimpin, wirausahawan, dan akademisi.

Sebagai penulis, saya menyadari bahwa perempuan wirausahawan menghadapi tantangan unik yang memerlukan pendekatan strategis yang holistik. Oleh karena itu, buku ini tidak hanya membahas konsep-konsep manajemen strategis yang sudah mapan, tetapi juga menyoroti bagaimana prinsip Triple Bottom Line (TBL) dapat diterapkan dalam praktek kewirausahaan perempuan untuk mencapai keberlanjutan yang lebih luas. Dengan menggabungkan teori seperti Theory of Planned Behavior (TPB) dan Resource-Based View (RBV), buku ini berusaha menjembatani teori dengan aplikasi praktis di lapangan.

Saya berharap bahwa buku ini akan menjadi sumber inspirasi dan panduan yang berguna untuk setiap pembaca yang tertarik dalam menerapkan strategi yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial tetapi juga pada dampak sosial dan lingkungan. Dalam bab-bab berikut, Anda akan menemukan berbagai teori yang relevan, studi kasus, dan analisis mendalam yang diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai bagaimana manajemen strategis dapat mendukung

kewirausahaan perempuan dalam mencapai tujuan yang berkelanjutan.

Terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam proses penulisan buku ini. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat yang besar dan menginspirasi para pembaca untuk menerapkan strategi yang efektif dan berkelanjutan dalam dunia kewirausahaan.

Selamat membaca dan semoga sukses dalam perjalanan Anda menuju keberhasilan yang berkelanjutan.

Hormat kami,

Para Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENERBIT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>BAB I PENGANTAR KEWIRAUSAHAAN BERKELANJUTAN</b> .....	<b>1</b>
A. Konsep Kewirausahaan Berkelanjutan .....	1
B. Survei Kewirausahaan Perempuan .....	16
<b>BAB II KEWIRAUSAHAAN</b> .....	<b>28</b>
A. Konsep Kewirausahaan.....	28
B. Kewirausahaan Perempuan.....	29
C. Pembelajaran Individu dan Kapasitas Kewirausahaan .....	34
D. Pola Pikir Wirausaha.....	38
E. Sasaran Kewirausahaan .....	41
<b>BAB III TEORI DASAR MANAJEMEN STRATEGI</b> .....	<b>44</b>
A. <i>Grand Theory: Triple Bottom Line (TBL)</i> .....	44
B. <i>Theory Reasoned Action (TRA)</i> .....	47
C. <i>Theory Of Planned Behavior (TPB)</i> .....	48
D. <i>Resource-Based View Theory (RBV)</i> .....	51
<b>BAB IV MANAJEMEN STRATEGI</b> .....	<b>53</b>
A. Definisi Manajemen Strategi.....	53
B. Peran Manajemen Strategi .....	55
C. Manfaat Manajemen Strategi .....	57
D. Tahap-Tahap Dalam Manajemen Strategi .....	58
E. Pentingnya Manajemen Strategi Dalam Kewirausahaan ....	59
F. Risiko Manajemen Strategi.....	62

<b>BAB V ENTERPRENEURSHIP .....</b>	<b>65</b>
A. Pandangan Teoritis Tentang <i>Learning Entrepreneurship</i> ...	65
B. Keterampilan, Pengetahuan dan Sikap .....	66
C. Intiuisi dan Faktor Keberuntungan .....	67
D. Pandangan Teoritis Tentang Peluang .....	68
E. Pandangan Teoritis tentang <i>Entrepreneur Orientation</i> .....	70
F. Pandangan Teoritis Tentang <i>Opportunity</i> .....	77
G. Pandangan Teoritis Tentang <i>Decision Making</i> .....	78
H. <i>Decision-Making Women Entrepreneur</i> .....	79
I. Pandangan Teoritis Tentang Keberlanjutan .....	80
<b>BAB VI PENGAMBILAN KEPUTUSAN .....</b>	<b>82</b>
A. Konsep Pengambilan Keputusan .....	82
B. Pengambilan Keputusan dalam Kewirausahaan .....	83
C. Metodologi Pengambilan Keputusan .....	84
D. Tantangan dalam Pengambilan Keputusan .....	86
E. Strategi Mengatasi Tantangan dalam Pengambilan Keputusan .....	87
F. Contoh Kasus Pengambilan Keputusan dalam Kewirausahaan .....	88
G. Dasar-dasar Pengambilan Keputusan .....	89
H. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan .....	91
I. Proses Pengambilan Keputusan .....	95
<b>BAB VII PENGEMBANGAN DAN PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DALAM KEWIRAUSAHAAN .....</b>	<b>97</b>
A. <i>Learning Dan Sustainability Women Entrepreneur</i> .....	97
B. <i>Decision Making dan Sustainability Women Entrepreneur</i>	105
C. <i>Learning dan Decision Making</i> .....	110

D. <i>Entrepreneur Orientation dan Decision Making</i> <i>Women Entrepreneur</i> .....	114
E. <i>Businies Opportunity dan Decision Making</i> .....	118
F. <i>Businies Opportunity dan Sustainability</i> <i>Women Entrepreneur</i> .....	123
<b>BAB XI KESIMPULAN</b> .....	<b>130</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>PENULIS &amp; EDITOR</b>	

# **BAB I**

## **PENGANTAR KEWIRAUSAHAAN BERKELANJUTAN**

### **A. Konsep Kewirausahaan Berkelanjutan**

Kewirausahaan, atau kegiatan memulai dan menjalankan bisnis, merupakan unsur penting dari pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. Kewirausahaan tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, produktivitas, dan peningkatan kesejahteraan sosial, tetapi juga dapat mengubah dunia dengan memecahkan berbagai masalah (Bosma et al. 2018; Galindo dan Méndez-Picazo, 2013). Namun beberapa penelitian menunjukkan bahwa kewirausahaan akan tumbuh subur atau berkelanjutan ketika banyak pemangku kepentingan memainkan peran sinergis dan berkolaborasi (Van de Ven, 1993; Hanlon & Saunders, 2007; Volkmann, Fichter, Klofsten, and Audretsch 2019). Akibatnya, kewirausahaan berkelanjutan (*Sustainable Entrepreneurship*) menjadi konsep yang mendapatkan perhatian wirausaha yang melihat perlunya mengintegrasikan stakeholder eksternal yaitu kepedulian lingkungan dan sosial ke dalam strategi utama mereka (Hart, 2010; Schwab, 2018; Volkmann, Fichter, Klofsten, and Audretsch, 2019; Nunez, 2020) dan menjadi konsep yang menonjol dalam penelitian terkait kewirausahaan (Sarrango-Lalangui et al, 2018; Nunez, 2020). Meskipun konsep ini semakin menonjol dalam publikasi terkait kewirausahaan, sebagian besar peneliti setuju bahwa sebagai subbidang, kewirausahaan berkelanjutan masih merupakan konsep baru dan masih mengalami kurangnya kejelasan tentang konstruksi kunci.

Istilah kewirausahaan secara luas telah didefinisikan di berbagai literatur tetapi tidak memiliki definisi secara umum (Zhao, Ritchie, & Echtner, 2011). Disebabkan kompleksitasnya, gagasan kewirausahaan hampir sulit untuk dimasukkan dalam satu definisi tunggal (Ateljevic & Li, 2009, p. 22). Risiko, peluang, dan orang-orang yang ambisius dibutuhkan untuk berwirausaha. Pengusaha dimotivasi oleh faktor ekonomi dan psikologis (Basu & Altinay, 2002).

Kewirausahaan adalah proses memanfaatkan peluang yang ada di lingkungan atau diciptakan melalui inovasi dalam upaya menciptakan nilai. Schumpeter (1934), seorang pendukung alasan psikologis, mendefinisikan kewirausahaan sebagai penciptaan barang baru, jasa, proses, sumber daya mentah, struktur organisasi, dan pasar. Lebih lanjut Schumpeter (1934) dengan paradigma kewirausahaannya memandang Kewirausahaan sebagai tindakan kreatif dan inovasi. Kewirausahaan adalah tentang menciptakan sesuatu yang sebelumnya tidak ada dan merupakan suatu proses penciptaan menambah nilai bagi individu dan komunitas, dan didasarkan pada persepsi dan menangkap peluang (Johnson, 2001).

Inovasi bergantung pada keberadaan sistem organisasi, budaya, dan sosial yang melampaui" (Huijbens, Hjalager, Björk, Nordin, & Flagestad, 2009, p. 56). Inovasi menurut Christensen (seperti yang dijelaskan dalam Howard, 2013) bersifat Disrupsi yang berarti destruktif dan kreatif, menggantikan pasar, industri, atau teknologi yang ada untuk menciptakan sesuatu yang lebih efisien dan diinginkan, terutama dalam ekonomi global kontemporer. Dengan demikian, kewirausahaan mempromosikan gagasan bahwa perubahan itu bermanfaat dan stagnasi merupakan keadaan yang tidak diinginkan. Dalam pengaturan kontemporer, kewirausahaan yang tidak terkendali dapat merusak atau menghancurkan budaya hidup. Padahal menurut Venkatraman (1997) kewirausahaan merupakan aktivitas yang bukan hanya

menitikberatkan pada proses penciptaan tetapi juga terkait pada dampak yang ditimbulkan.

Kewirausahaan berkelanjutan mengacu pada penemuan, penciptaan, dan eksploitasi kemungkinan untuk menciptakan barang dan jasa masa depan yang melestarikan lingkungan alam dan / atau masyarakat dan membawa manfaat pembangunan bagi orang lain" (Patzelt dan Shepherd 2011, hal. 632) . Istilah berkelanjutan kewirausahaan / Sustainable Entrepreneurship (SE) diciptakan oleh Global Entrepreneurship Monitor pada tahun 2005 untuk menggambarkan "suatu proses yang bertujuan untuk mencapai pembangunan berkelanjutan, melalui penemuan, evaluasi, dan eksploitasi peluang serta penciptaan nilai yang menghasilkan kemakmuran ekonomi, kohesi sosial, dan perlindungan lingkungan" (Rodriguez, 2016, hlm. 427). Schaltegger dan Wagner (2011) menyatakan bahwa SE memecahkan masalah sosial dan lingkungan dengan membantu bisnis, besar dan kecil, menghasilkan pembangunan berkelanjutan. Ini mencakup inisiatif untuk melindungi ekosistem, mengurangi degradasi lingkungan dan deforestasi, meningkatkan akses ke air bersih, menetralkan perubahan iklim, memelihara keanekaragaman hayati, dan meningkatkan pendidikan dan produksi. Shepherd dan Patzelt (2011) dan Munoz dan Cohen (2018) berpendapat bahwa Sustainability Entrepreneur merupakan topik yang unik yang memasukkan faktor lingkungan, sosial, dan ekonomi dalam pencarian peluang dan eksploitasi.

*Sustainability Entrepreneur* membantu menciptakan ekonomi yang berkelanjutan (Hall et al. 2010). Strategi organisasi untuk kewirausahaan berkelanjutan membutuhkan aktivitas kewirausahaan yang mempertimbangkan keberlanjutan ekonomi, ekologi, dan sosial (Schaltegger dan Wagner 2011). Sustainability Entrepreneur berbeda secara signifikan dari konsep kewirausahaan tradisional terkait efek yang direncanakan dan

dampak aktual. Menurut Shepherd dan Patzelt (2011) praktik Sustainability Entrepreneur terkait dengan mempertahankan dan mengembangkan enam elemen: tiga dari literatur pembangunan berkelanjutan-alam, sistem pendukung kehidupan, dan masyarakat-dan tiga dari literatur kewirausahaan-keuntungan ekonomi, keuntungan non-ekonomi untuk individu, dan non-keuntungan ekonomi bagi masyarakat. Meskipun Tilley dan Young (2009) dan Shepherd dan Patzelt (2011) menggunakan kerangka teoretis yang berbeda (keberlanjutan bisnis dan kewirausahaan), mereka setuju bahwa aktivitas kewirausahaan semacam ini mengintegrasikan tujuan sosial, ekonomi, dan lingkungan.

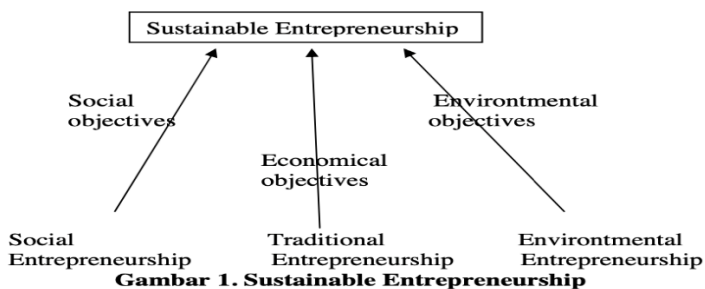
World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) mendefinisikan Sustainability Entrepreneur sebagai komitmen bisnis untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi serta meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja, keluarga mereka, dan masyarakat lokal dan global, serta generasi masa depan. Dengan demikian, dari perspektif Sustainability Entrepreneur, pengusaha harus memiliki tanggung jawab terhadap investor, alam, masyarakat, dan generasi masa depan, Basu et al (2009), Implementasi konsep Sustainability Entrepreneur dicakup dalam tiga variabel utama, sebagaimana digunakan oleh Global Entrepreneurship and Development Index (GEDI) dalam menentukan indeks kewirausahaan, yaitu *Entrepreneurial Attitudes*, *Entrepreneurial Activity* dan *Entrepreneurial Aspirations* (Acs & Szerb, 2010).

Konsep *Sustainability Entrepreneur* tidak dapat dilepaskan dari Sustainable Development yang memiliki tiga prinsip keberlanjutan, yakni: keberlanjutan lingkungan alam, keberlanjutan sosial, dan keberlanjutan ekonomi. Olekonomi (faktor driven), faktor pendorong efisiensi (efficiency driven), dan faktor pendorong inovasi (innovation driven) sebagaimana dikemukakan oleh Porter et al (2002). Penelitian yang dilakukan

oleh Amoros et al (2011) di negara-negara Amerika Latin membuktikan bahwa tingkat pertumbuhan kewirausahaan dapat meningkatkan indikator daya saing mereka yang kemungkinan menjadi faktor kunci dalam mencapai tahap pembangunan selanjutnya. Carree et al (2007) mengemukakan bahwa di negara-negara berkembang dinamika kewirausahaan dapat membantu untuk bertransisi dari “Managed Economies” menuju “Entrepreneurial Economies”.

Untuk mendefinisikan *Sustainability Entrepreneur* serta menarik batas yang jelas antara berbagai bentuk dan istilah kewirausahaan yang berkembang, Vonck (2013) menyarankan metode umum yaitu dengan melihat kategori tujuan dari kewirausahaan tersebut. Hal ini disebabkan adanya penggunaan ambigu tentang terminologi yang digunakan, misalnya untuk menyatakan makna atau tujuan lingkungan (environmental objectives) sering digunakan interpretasi yang berbeda, seperti: sustainable entrepreneurship (Dean & McMullen, 2007), environmental entrepreneurship (Keogh & Polonsky, 1998), ecopreneurship (Schaper, 2002) dan green entrepreneurship (Berle, 1991). Oleh karena itu, istilah “sustainable” (berkelanjutan) tidak hanya digunakan untuk tujuan lingkungan tetapi juga sebagai istilah umum untuk triple bottom line (TBL) yaitu : sosial, lingkungan, dan ekonomi (Parrish & Tilley, 2006).

Gambar 1 Konsep *Sustainable Entrepreneurship*



Sumber: Vrank (2013)

Berdasarkan Gambar 1 di atas dapat dijelaskan bahwa para kewirausahaan yang berkelanjutan (Sustainable Entrepreneurship) adalah mereka yang berusaha untuk menggabungkan komponen lingkungan, ekonomi dan sosial, dan berbeda dengan kewirausahaan tradisional/konvensional yang hanya mencapai keuntungan. Thompson, Kiefer dan York (2011) mengemukakan bahwa wirausaha berkelanjutan, memiliki tujuan utama yaitu memikirkan orang-orang dan planet, hari ini dan besok, dan laba bukanlah semata-mata tujuan pokok. Secara khusus, kewirausahaan berkelanjutan menggunakan perusahaannya sebagai alat untuk mengkonsolidasikan sumber daya dengan melibatkan totalitas desain perusahaan dan berfokus pada pembangunan berkelanjutan. Sehingga merupakan mekanisme untuk meningkatkan kualitas lingkungan dan kesejahteraan sosial yang melekat dalam kegiatan bisnis utamanya.

Hasil atau proposisi nilai kewirausahaan yang berkelanjutan dapat dibingkai sebagai “sepakat” Kesepakatan adalah substansi tawar-menawar yang mendefinisikan siapa dalam suatu usaha memberikan apa, siapa mendapatkan apa, dan kapan pengiriman dan penerimaan itu akan dilakukan” (Austin et al., 2006:5). Setiap kesepakatan membutuhkan penciptaan nilai dan perlu memberikan serangkaian nilai, termasuk dalam hal kewirausahaan berkelanjutan, manfaat ekonomi, sosial dan lingkungan kepada pemangku kepentingan terkait.

Pengusaha berkelanjutan juga dicirikan oleh nilai yang mereka ciptakan di tingkat organisasi dan masyarakat. Dengan mengartikulasikan proposisi nilai holistik (O'Neill et al., 2009) mereka telah terbukti mampu mendamaikan tujuan ganda pembangunan berkelanjutan dan akumulasi kekayaan, sehingga menyelesaikan kesenjangan dualistik antara bisnis oportunistik dan amal altruistik (Tilley dan Young 2009 ; Paroki 2010). Ketika digunakan secara efektif, perilaku strategis kewirausahaan dapat

menciptakan nilai bagi masyarakat, organisasi, dan individu (Hitt et al., 2011), yang selaras dengan gagasan pengorganisasian hibrida (Doherty et al., 2014). Dengan menggunakan usaha mereka sebagai kendaraan untuk berkontribusi pada kualitas lingkungan dan kesejahteraan sosial, selain untuk memenuhi kepentingan mereka sendiri, mereka memenuhi dua fungsi utama: bersama-sama dengan menciptakan nilai ekonomi, kegiatan kewirausahaan yang berkelanjutan dapat berdampak besar pada skala yang lebih besar. pergeseran struktural menuju masyarakat yang lebih berkelanjutan (Parrish dan Foxon 2009). Dengan demikian, bentuk kewirausahaan berkelanjutan memperluas peran bisnis di luar keberhasilan pasar untuk memulai perubahan masyarakat dan mengubah kondisi pasar dan peraturan (Schaltegger dan Wagner 2011).

Pengusaha diharuskan membuat banyak keputusan termasuk identifikasi peluang, perolehan sumber daya, komposisi tim. Setiap kesalahan pengambilan keputusan dapat menyebabkan kegagalan startup. Pengambilan keputusan kewirausahaan memainkan peran penting dalam hasil kewirausahaan dan merupakan faktor utama penyebab perbedaan kinerja (Franco dan Haase, 2009). Dalam praktik keberlanjutan kewirausahaan, pengembangan solusi integratif bukanlah proses yang mulus, tetapi seringkali menghadirkan ketegangan dan konflik antara beberapa tujuan kepada manajer (Haffar dan Searcy 2019; Hahn et al. 2015; Joseph et al. 2020).

Literatur tentang kerangka kognitif dalam keberlanjutan menunjukkan bahwa efektivitas pendekatan manajerial untuk keberlanjutan bisnis ditentukan oleh pengakuan manajer terhadap ketegangan organisasi yang melibatkan pilihan terkait lingkungan, sosial, dan ekonomi (Hahn et al. 2014, 2015; Sharma dan Jaiswal 2018; Todaro dkk.2019). Wirausaha harus mampu membuat keputusan organisasi dengan mempertimbangkan biaya dan manfaat finansial, lingkungan, dan sosial. Keputusan ini

biasanya memprioritaskan kegiatan yang penting bagi keberhasilan perusahaan tetapi tidak berdampak negatif terhadap lingkungan ekologi dan sosial di mana perusahaan beroperasi (Shepherd dan Patzelt, 2011) dan/atau memprioritaskan kegiatan yang berpotensi memulihkan atau memelihara lingkungan tersebut di upaya untuk membangun kembali keseimbangan yang sehat antara alam, masyarakat, dan kegiatan ekonomi (Parrish 2010). Dengan demikian, sikap, motivasi, dan kondisi mental lain yang diperlukan untuk pengambilan keputusan dalam konteks keberlanjutan kewirausahaan dianggap berbeda dari sikap yang mendukung jenis pengambilan keputusan yang mengarah pada hasil ekonomi tunggal, seperti dalam usaha komersial murni (Munoz, 2017).

Di negara berkembang Usaha kecil dan menengah berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi global dan penciptaan lapangan kerja UKM berkontribusi sekitar 90% mewakili bisnis dan lebih 50% lapangan kerja diseluruh duni. UKM berkontribusi hingga 40% untuk pendapatan nasional dinegara berkembang. Ini merupakan angka yang cukup tinggi dimana menurut data yang ada sekitar 600 juta pekerjaan akan dibutuhkan pada tahun 2030. Di pasar negara berkembang, sebagian besar pekerjaan formal dihasilkan oleh UKM, yang menciptakan 7 dari 10 pekerjaan. Namun, akses ke keuangan merupakan kendala utama bagi pertumbuhan UKM, ini adalah kendala kedua yang paling sering dihadapi UKM untuk mengembangkan bisnis mereka di pasar negara berkembang dan negara berkembang. (Worldbank.org. 2022)

Menurut survei Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) bersama Badan Pusat Statistik (2016), industri ekonomi kreatif di Indonesia pada tahun 2015 tercatat menyumbang Rp. 852 triliun terhadap pendapatan domestik bruto (PDB) nasional, dan pada tahun 2016 tercatat mengalami peningkatan mencapai Rp. 922,58 triliun dengan nilai kontribusi terhadap PDB nasional sebesar

7,44 persen. Dari data di atas terlihat bahwa pertumbuhan ekonomi di Indonesia tidak lepas dari dukungan usaha kecil dan menengah.

Pemilik usaha atau Pengusaha adalah faktor kunci dalam pembangunan ekonomi suatu negara (Gibkas et al., 2010; Simpson et al., 2010) dan merupakan elemen penting dalam keberhasilan negara (Antonsic, 2008). Dan itu adalah sumber perubahan besar dalam industri, produksi, dan servis (Lord Kipands, 2002). Banyak peneliti memperkenalkan kewirausahaan sebagai alat dimana depresi pasar yang terdiri dari perusakan lingkungan dan sosial dapat direformasi (Hell et al., 2010). Peneliti lain dalam kewirausahaan menemukan berbagai kombinasi faktor pribadi, struktural dan lingkungan yang mempengaruhi alasan dan postur fenomena kewirausahaan. Dalam studi ini, pengaruh faktor pribadi (termasuk informasi, pemikiran kreatif dan pengambilan risiko) pada pengambilan keputusan pengusaha. (Ikso et al., 2007). Pengambilan keputusan adalah proses Menilai dan Memilih dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan tertentu dengan menentukan pilihan yang dianggap paling menguntungkan. (Brinckloe, 1977)

Wulandari (2020) mengemukakan bahwa Prinsip pengambilan keputusan suatu entitas bisnis telah lama menjadi hal yang sangat penting di semua disiplin ilmu. Prinsip perusahaan dalam pengambilan keputusan berorientasi untuk menghasilkan laba yang maksimal. Garis besar sebuah perusahaan adalah mendapatkan keuntungan ekonomi secara maksimal dan sebisa mungkin mencegah kerugian atau menekan kerugian. Dalam pendekatan tradisional pengambilan keputusan yang bersumber dari teori ekonomi yang mengasumsikan bahwa seorang manajer akan membuat keputusan untuk memaksimalkan profitabilitas. Manajer harus menginvestasikan sumber daya dalam proyek untuk menghasilkan keuntungan terbesar bagi

perusahaan dan mengevaluasi kinerja ekonomi proyek secara berkala. Harrison dan Harrell, (1993).

Pembelajaran adalah suatu proses yang mengarah pada perubahan, yang terjadi sebagai hasil dari pengalaman dan meningkatkan potensi untuk peningkatan kinerja serta pembelajaran di masa depan, Ambrose et al, (2010). Pembelajaran kewirausahaan sering digambarkan sebagai proses keberkelanjutan yang memfasilitasi pengembangan pengetahuan yang diperlukan agar efektif dalam memulai dan mengelola usaha baru. Pembelajaran kewirausahaan merupakan sebuah pengetahuan yang diperlukan untuk meningkatkan kinerja perusahaan secara terus menerus dan merupakan proses berkelanjutan untuk merubah pengalaman menjadi informasi yang relevan untuk meningkatkan pengaturan dan pengelolaan usaha kecil. Namun, meskipun ada upaya ekstensif dalam menyelidiki efek pembelajaran potensial dari pengalaman wirausaha, hanya ada sedikit upaya untuk membedakan antara "pengalaman wirausaha" dan "pengetahuan wirausaha" Reuber, Dyke, dan Fischer (1990). Reuber dan Fisher (1994). Menyatakan bahwa dengan memahami dua konsep diatas merupakan salah satu titik awal untuk mempelajari proses pembelajaran kewirausahaan karenanya dapat menarik perbedaan antara pengalaman pengusaha dan pengetahuan yang diperoleh.

Menurut Reuber & Fischer, (1994), Salah satu cara untuk membedakan antara konsep pengalaman dan pembelajaran kewirausahaan ini adalah dengan mempertimbangkan pengalaman pengusaha sebagai pengamatan langsung, atau partisipasi dalam, peristiwa yang terkait dengan penciptaan usaha baru, sedangkan kebijaksanaan praktis yang dihasilkan dari apa yang telah ditemui pengusaha mewakili pengetahuan yang diperoleh dari pengalaman khusus (Reuber et al., 1990). Garis penalaran Kolb (1984) dibagi menjadi dua dimensi dasar dari experiential learning—akuisisi (menggenggam) dan

transformasi. Yang pertama dapat dikatakan sesuai dengan "pengalaman" (selanjutnya disebut sebagai pengalaman pengusaha), sedangkan yang terakhir dianggap setara dengan "pengetahuan yang diperoleh dari pengalaman" (selanjutnya disebut sebagai pengetahuan kewirausahaan). Sedangkan kebijaksanaan praktis yang dihasilkan dari apa yang dihadapi seorang wirausahawan mewakili pengetahuan yang diperoleh dari pengalaman khusus ini (Reuber et al., 1990).

Penelitian terkait kewirausahaan memberikan pemahaman yang signifikan meneliti Orientasi Kewirausahaan (EO) (Jiang, Liu, Fey dan Jiang 2018), Orientasi Kewirausahaan adalah Orientasi strategis yang menguraikan dan memberikan kerangka kinerja untuk keputusan strategis dan Tindakan operasional untuk organisasi (Jiang et al, 2018, Riberto et al, 2021), Entrepreneur Orientasi mangacu pada perilaku inovatif, proaktif, serta pengambilan keputusan dan hasilnya hal tersebut dinyatakan sebagai pendorong fundamental kinerja organisasi (Wang, Dass, Arnett dan Yu, 2020) dan termasuk UKM (Lee & Pennings, 2020)

Pelaku wirausaha kecil dan menengah diharapkan mengenali kondisi mikro di pasar mereka sehingga lebih mampu berinovasi sesuai kebutuhan konsumen yang sulit dilakukan oleh perusahaan besar (Sumodiningrat & Ari, 2015). Akan tetapi teknologi dan modal yang terbatas membuat UKM tidak dapat terus melanjutkan inovasinya (Rum, 2012). Disamping itu menurut penelitian (Sumodiningrat & Ari, 2015), terdapat kontradiksi dalam inovasi yang dilakukan oleh pihak UKM, disatu sisi terdapat pelaku UKM yang kreatif dan terus mengembangkan usahanya, disisi lain terdapat pelaku UKM yang hanya melakukan imitasi terhadap tren yang sudah ada. Sehingga ketika tren produk tersebut surut, maka usaha yang melakukan imitasi ikut mati. Karena itu penting bagi pelaku usaha ini untuk memutuskan terus berinovasi agar usahanya dapat terus

berlanjut. Keberlanjutan usaha juga tidak terlepas dari pengambilan keputusan yang tepat. Dasar untuk melakukan aktivitas pembuatan keputusan yang efektif terletak pada kemampuan mereka dalam mengidentifikasi permasalahan dan mengambil tindakan koreksi tepat waktu. Semakin tepat keputusan yang diambil maka kinerja usaha akan semakin baik. (Ediraras, 2010).

Orientasi kewirausahaan mengacu kepada perusahaan yang bergerak dalam inovasi pasar produk menjalankan usaha yang berisiko dan muncul dengan inovasi yang proaktif untuk mengalahkan pesaing (Eggers et al, 2013). Namun, tuntutan dari lingkungan yang dihadapi organisasi bisnis saat ini, ternyata masih sulit untuk dipenuhi oleh UKM di Indonesia (Kuncoro, 2006). Lebih lanjut dikatakan bahwa Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia secara kualitas sulit berkembang di pasar karena menghadapi beberapa masalah internal, yaitu rendahnya kualitas sumberdaya manusia seperti kurang terampilnya sumberdaya manusia, kurangnya orientasi kewirausahaan (entrepreneurial orientation) rendahnya penguasaan teknologi dan manajemen, minimnya informasi. (Kuncoro, 2006)

Porter (2008) mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam market place yang sama. Sementara itu, Gosselin (2005) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara orientasi kewirausahaan yang ditetapkan dengan kinerja perusahaan. Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong ke arah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu berani mengambil risiko, bertindak secara proaktif dan selalu inovatif (Lumpkin dan Dess, 1996). Berani mengambil risiko merupakan sikap wirausahawan yang melibatkan kesediaannya untuk mengikat sumber daya dan berani menghadapi tantangan dengan melakukan eksploitasi atau terlibat dalam strategi bisnis

dimana kemungkinan hasilnya penuh ketidakpastian (Keh et al. 2002).

Pada tahun 2018, jumlah pengusaha wanita Indonesia di sektor kecil dan sektor usaha menengah diperkirakan sekitar 60%, (pelakubisnis.com, 2020). Sedangkan Survei Mastercard Index of Women Entrepreneurs di tahun 2020, Indonesia berada pada posisi 20 dari 58 negara secara global yang menyediakan kondisi kewirausahaan yang paling mendukung bagi perempuan. Posisi tersebut naik dari tahun 2019. Dari semula posisi 22 di tahun 2019, menjadi 17 di tahun berikutnya. Hal ini membuktikan kondisi Indonesia kondusif dalam mendukung ekosistem kewirausahaan perempuan untuk tetap berkembang.

Pentingnya wirausahawan perempuan dalam berkontribusi terhadap perekonomian pembangunan harus didukung oleh potensi kendala yang mereka miliki, seperti kepribadian dan dukungan lingkungan (Nneka, 2015; Molino et al., 2018). Kepribadian yang kuat dan pantang menyerah, termasuk dukungan dari lingkungan, terutama lingkungan keluarga (Neneh, 2017), sangat penting untuk keberlanjutan bisnis (Genoveva & Gaby, 2019). Selain itu, studi lainnya telah menyarankan bahwa keterampilan manajerial atau kompetensi dalam bisnis dapat mendukung kinerja usaha yang berkelanjutan (Ismail, 2014; Schneider, 2017; Genoveva & Gaby, 2019).

Indarti dan Rokhima (2008), menjelaskan faktor yang mempengaruhi intensi kewirausahaan, antara lain: faktor kepribadian, dimana yang mempengaruhi intensi kewirausahaan meliputi, kebutuhan akan prestasi, efikasi diri, locus of control, dan pengambilan risiko. Faktor karakteristik meliputi akses pada modal, informasi dari jejaring sosial, disamping itu juga faktor infrastruktur fisik dan instisional, dan faktor budaya juga mempengaruhi intensi kewirausahaan. Faktor demografi meliputi gender, umur, latar belakang pendidikan, pekerjaan orang tua,

dan pengalaman kerja mempengaruhi intensitas kewirausahaan. (Indarti dan Rokhima 2008).

Disisi lain Kewirausahaan perempuan dipandang oleh banyak peneliti sebagai fenomena yang muncul di abad ke-21, karena perempuan tidak hanya bekerja dengan giat untuk mendapatkan kesejahteraan, tetapi juga untuk menghidupi keluarga mereka (Rashid dan Ratten, 2020). Para peneliti telah menganalisis atribut kewirausahaan mereka, seperti kompetensi kewirausahaan, perilaku, dan orientasi kewirausahaan, dengan tujuan untuk membantu mereka mengenali aspek-aspek yang paling tepat dari kinerja dan faktor pendorong, serta motivasi mereka (Corrêa et al. 2021). Penelitian lain juga berfokus pada aspek kebijakan, pengelolaan, dan aspek praktis, dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran akan kebijakan yang harus diambil untuk mengatasi tantangan kewirausahaan mereka (Corrêa et al. 2022). Akan tetapi, "setiap daerah memiliki tantangan sosial dan budaya yang berdampak berbeda pada pengusaha perempuan" (Rashid dan Ratten 2020, hlm. 37). Hal ini menimbulkan pentingnya untuk melakukan riset yang lebih kualitatif dan kuantitatif yang menyelidiki lebih jauh dan membantu kita memahami fenomena di negara berkembang dengan lebih baik (Rashid dan Ratten 2020). Menurut GEM (2022b), perempuan di negara berkembang jauh lebih mungkin untuk memulai bisnis mereka sendiri daripada di negara berpenghasilan tinggi, dengan sekitar 25% perempuan di negara berpenghasilan rendah dan 13% di negara berpenghasilan menengah ke bawah dibandingkan dengan sekitar 10% di seluruh dunia. Alasannya adalah karena para wanita ini menghargai kewirausahaan sebagai cara untuk mendapatkan pendapatan yang lebih baik bagi keluarga mereka.

Di Indonesia sendiri berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2021, mayoritas dari total usaha Mikro kecil dan menengah berjumlah 64,5 persen atau 37 juta yang

umumnya dikelola oleh kaum perempuan. Ini menjadi kemajuan yang signifikan, terutama karena partisipasi perempuan tidak hanya ikut menggerakkan roda ekonomi negara, namun juga memperkuat aspek personal, relasional, dan aspek ekonomi dari setiap perempuan yang terlibat. (liputan 6.co.id. 2022). Terlepas dari kontribusi mereka terhadap pembangunan ekonomi, kebebasan mereka untuk memimpin dan membuat keputusan bisnis yang strategis serta berkelanjutan kadangkala terhambat oleh budaya, status keuangan, dan kurangnya Pendidikan (Bitange Ndemo & fides, 2016).

Pengusaha di dunia barat dimotivasi oleh ketersediaan peluang untuk dieksploitasi sementara pengusaha di negara kurang berkembang dimotivasi oleh kebutuhan. Sementara pendapatan dari bisnis wirausaha di negara-negara barat hanya dapat digunakan untuk mendorong pertumbuhan perusahaan, sebagian dari pendapatan dari negara-negara kurang berkembang digunakan untuk pengeluaran pribadi untuk mendukung kehidupan para wirausahawan. Realitas ini telah menimbulkan kebutuhan untuk mengukur kinerja Usaha mikro kecil menggunakan indikator kekayaan pribadi Karena penggunaan kekayaan pribadi (Eijdenberg, 2016). Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu dimana hasil penelitian menemukan bahwa keunggulan kompetitif memediasi hubungan antara orientasi kewirausahaan dan kinerja Usaha mikro kecil untuk pertumbuhan perusahaan dan ukuran kinerja kekayaan pribadi. Studi ini telah berkontribusi pada literatur yang ada dengan memberikan bukti tentang penggunaan kekayaan pribadi sebagai ukuran. (Ardjouman Diabate.2019).

Kewirausahaan perempuan telah menjadi topik yang sangat menarik di kalangan peneliti, hal ini diakibatkan karena banyak negara memberikan akses dan peluang wirausaha kepada perempuan, hak yang secara historis lebih banyak diberikan kepada laki-laki, telah menginspirasi banyak perempuan yang

awalnya adalah ibu rumah tangga atau pekerja untuk memulai bisnis mereka sendiri. Pengusaha perempuan mulai menetapkan standar perilaku yang membedakan mereka sebagai upaya menciptakan identitas sendiri (Teoh & Chong, 2014). Lockyer & George (2012).

### **B. Survei Kewirausahaan Perempuan Di Dunia**

Pengembangan kewirausahaan perempuan dinegara maju, telah mendapatkan perhatian yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Percepatan pertumbuhan ekonomi membutuhkan peningkatan pasokan pelaku usaha perempuan (Shah, 2012). Pelaku usaha perempuan mampu memberi perubahan ekonomi dalam keluarga dan masyarakat, serta menginspirasi orang lain untuk menjadi mandiri. Pelaku usaha perempuan memiliki 37% dari semua bisnis di seluruh dunia dan menghasilkan sekitar US\$ 29–36 miliar melalui bisnis di wilayah Asia (VanderBrug, 2013).

Tabel 1 Hasil Survei Tingkat Kemajuan Wirausaha Perempuan Di Beberapa Negara

<b>2020 Rank</b>	<b>Economy</b>	<b>Rank Change From 2019</b>	<b>2020 MIWE Score</b>
1	Israel	3	74.7
2	United States	-	74.0
3	Switzerland	8	71.5
4	New Zealand	3	70.1
5	Poland	11	68.9
6	United Kingdom	2	68.7
7	Canada	4	68.6
8	Sweden	17	68.3
9	Australia	-	67.5
10	Spain	4	67.3
11	Thailand	1	66.9
12	Chinese Taipei	3	66.6
13	Ireland	8	66.3

2020 Rank	Economy	Rank Change From 2019	2020 MIWE Score
14	Colombia	10	66.3
15	Hong Kong SAR	8	65.8
16	Philippines	10	65.5
17	Indonesia	5	65.2
18	France	1	65.1
19	Portugal	6	64.9
20	Denmark	3	64.9

Sumber: MIWE, 2020

*Survey The Mastercard Index of Women Entrepreneurs* mengemukakan bahwa Wanita di seluruh dunia telah terkena dampak yang tidak proporsional oleh pandemi COVID-19 - 87% pemilik bisnis wanitapun telah terkena dampak buruk. Melalui metodologi unik memanfaatkan data yang tersedia untuk umum dari organisasi internasional terkemuka, seperti OECD dan Organisasi Buruh Internasional – MIWE 2020 mencakup peringkat global tentang kemajuan perempuan dalam bisnis dalam kondisi pra-pandemi di 58 negara (termasuk 15 di wilayah Asia Pasifik), mewakili hampir 80% dari angkatan kerja perempuan. Table 1.1 diatas menunjukkan bahwa Selandia Baru, Australia, Thailand, Tionghoa Taipei, Hong Kong SAR, Filipina, dan Indonesia masuk dalam daftar 20 ekonomi teratas dunia yang menawarkan kondisi kewirausahaan paling mendukung bagi perempuan.

Studi tentang wirausaha perempuan dapat memberikan pemahaman lebih baik tentang bagaimana perempuan terlibat dalam aktivitas ekonomi dan bagaimana mereka berkontribusi pada perkembangan ekonomi suatu negara. Kajian tentang wirausaha perempuan dapat membuka wawasan mengenai potensi kreativitas dan inovasi yang mereka bawa ke dalam dunia bisnis. Selain itu perempuan yang sukses sebagai wirausaha dapat memberikan inspirasi bagi perempuan lainnya yang ingin

memulai bisnis. Di sisi lain, penelitian ini juga dapat mengungkapkan tantangan individu yang dihadapi oleh wirausaha perempuan dan membantu dalam merancang program dukungan yang lebih efektif. Memilih wirausaha perempuan sebagai fokus penelitian adalah langkah yang berarti untuk memahami kontribusi dan tantangan mereka dalam dunia bisnis serta mendorong inklusivitas dan kesetaraan gender dalam kegiatan ekonomi. Ada beberapa faktor yang menjadi penghambat keberhasilan serta keberlanjutan wirausaha perempuan yaitu, (1) Tidak adanya Dukungan dari keluarga (2) sulitnya mendapatkan izin usaha (3) beratnya kompetisi pasar (4) Sulitnya Mengatur waktu antara keluarga dan bisnis (5) bahan mentah sulit didapat (6) akses permodalan masih sulit. Hambatan lainnya yaitu Kondisi perempuan dalam menghadapi globalisasi, diskriminasi terhadap perempuan yang berkaitan dengan kesetaraan gender, serta Kurangnya pendidikan dan keterampilan sering kali memaksa perempuan masuk ke dalam perekonomian informal yang berisiko sebagai pedagang kaki lima, pembantu rumah tangga, pekerja rumahan, dan buruh musiman.(Tambunan 2017).

Terlepas dari segala tantangan yang dihadapi oleh wirausaha perempuan, namun pada hakikatnya wirausaha perempuan adalah individu yang giat dan memiliki visi yang jelas untuk mengidentifikasi peluang pasar, potensi untuk mengambil risiko, memiliki kecerdasan komersial, dan motivasi untuk menjalankan bisnis. Keterlibatan perempuan diperlukan untuk pengembangan sosio-ekonomi dan budaya secara keseluruhan (Agarwal & Lenka, 2015). Meningkatkan kemampuan perempuan untuk berpartisipasi dalam pengembangan entrepreneurship menjadi tantangan dari pemerintah (Okah-Efogo & Timba, 2015).

Perempuan sekarang ini banyak yang bekerja di sektor tradisional, dan juga di industri yang dulunya dianggap sebagai industri laki-laki (Tan, 2008). perempuan meruntuhkan

hambatan-hambatan sosial, agar kontribusinya terhadap sosial-ekonomi semakin besar dibandingkan sebelumnya. Menjadi wirausaha relatif mudah dan dapat mengubah arah usaha, sedangkan di sisi lain, perempuan pelaku usaha dapat bekerja sama dengan orang-orang dari seluruh dunia (Beverley dan Atsese, 2004).

Pengetahuan tentang wirausaha perempuan berkembang seiring meningkatnya kapasitas pengambilan keputusan, sehingga kewirausahaan perempuan telah berkembang dan berubah dari waktu ke waktu. Pengetahuan kewirausahaan tumbuh dengan pengumpulan informasi, pendidikan, pengalaman kerja meningkat, khususnya di lingkungan masyarakat (Welsh, Memili, Kaciak, dan Sadoon, 2014). Sudah banyak pengakuan bahwa Pemberdayaan Perempuan menjadi sarana yang efektif bagi kemajuan negara dan Dunia, serta penting untuk meningkatkan kualitas sumber daya perempuan, baik dari segi pendidikan, kesehatan, dan kesejahteraan untuk generasi berikutnya (UNDP, 2014).

Pemberdayaan perempuan secara ekonomi menurunkan angka kekerasan dalam rumah tangga dan meningkatkan kelangsungan hidup keluarga dan meningkatkan kesejahteraan keluarga (Kabeer, 2005). Hasil penelitian menunjukkan bahwa perempuan pengusaha umumnya mengambil keputusan tradisional dalam menjalankan bisnis dikarenakan faktor sosial-budaya yang lebih mempengaruhi keputusan mereka dibandingkan faktor teknis atau finansial (Tan, 2008). Teori institusional berfokus pada peranan politik, Ekonomi, dan sosial dimana perempuan wirausahawan bekerja, beserta pilihan dan perilaku yang melekat pada diri mereka (Vossenbergh, 2013).

Kewirausahaan perempuan merupakan isu penting, sehingga telah banyak didiskusikan oleh banyak akademisi. Terdapat tiga faktor utama yang mempengaruhi perilaku wirausahawan, yaitu : Pertama, sistem regulasi yang berfokus

pada legalitas dan kebijakan lingkungan wirausahawan, seperti kepemilikan properti, pajak, akses ke dana, pinjaman, dan lain-lain. Kedua, ada sistem normatif terkait gender yaitu peran laki-laki terhadap perempuan, tanggung jawab keluarga, ekspektasi gender, agama, dan beragam Faktor Budaya. Terakhir, terdapat pula sistem kognitif yang terkait dengan pendidikan, pelatihan, dan pemanfaatan teknologi informasi (Vossenbergh, 2013). Orang-orang yang terlibat dalam kewirausahaan perempuan dipengaruhi oleh gender, keyakinan dan etnis, dan unsur itu mencerminkan perilakunya (Essers dan Benschop, 2009).

Karakter wirausaha Perempuan dalam tiga bidang karakteristik pribadi, pendidikan dan latar belakang keluarga serupa dengan karakteristik karyawan perempuan (Lee, 1996). Perilaku yang bertanggung jawab secara sosial hendaknya bermanfaat untuk mengatasi hambatan sosial serta memberi dukungan bagi perkembangan bisnis perempuan (Lerner, Brush, Hisrich, 1997). Oleh karena itu, kajian tentang kewirausahaan Perempuan memberikan implikasi jangka panjang dan cenderung berkelanjutan karena melibatkan mata rantai dari sukses kewirausahaan yang dibangun, yaitu baik dari aspek ketenagakerjaan dan juga pemasok yang terlibat (Hoyos-Ruperto, et al., 2013).

Dinegara berkembang tingkat pertumbuhan perempuan yang menciptakan bisnis baru lebih besar pertumbuhannya dibanding pengusaha pria (Reynolds et al., 2002). Terlepas dari kontribusi mereka terhadap pembangunan ekonomi, kebebasan mereka untuk memimpin dan membuat keputusan bisnis yang strategis serta berkelanjutan kadangkala terhambat oleh budaya, status keuangan, dan kurangnya Pendidikan (Bitange Ndemo & fides, 2016). Disamping itu peningkatan jumlah wirausaha perempuan dinegara berkembang meningkatkan lapangan kerja, kekayaan dan inovasi yang menghasilkan peluang bagi keberlanjutan usahanya (Reynolds et al., 2002).

Seiring dengan gaya hidup dan kebutuhan masyarakat saat ini, kewiraswastaan telah berkembang menjadi pilihan karir yang luar biasa di kalangan perempuan, terutama di Indonesia. Padahal, perempuan memiliki peran ganda. Selain kewajiban mereka terhadap keluarga, suami dan anak-anak, perempuan telah bertindak sebagai mesin alternatif pertumbuhan ekonomi karena mereka dapat menciptakan peluang bisnis dan pekerjaan bagi orang lain. (Anggadwita et al. 2017). Indonesia memiliki keragaman lingkungan sosio-kultural, yang mempengaruhi karakteristik masyarakat lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa status perempuan di masyarakat Toraja telah meningkat, dan kewirausahaan mereka berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan dan mengurangi terjadinya migrasi keluar (ILO,2022),walaupun kegiatan wirausaha perempuan di Tana Toraja dan Toraja Utara kebanyakan dalam lingkup mikro kecil.

Kemampuan perempuan berwirausaha lebih unggul dibandingkan laki-laki (Stoet et al (2013) keunggulan pereumpauan yaitu lebih unggul dalam muti tasking (melakukan beberapa pekerjaan sekaligus dalam satu waktu). Pounder & Coleman (2002) menjelaskan bahwa perempuan memiliki kemampuan kepemimpinan dalam beberapa aspek yang lebih baik dibandingkan laki-laki, Shmailan (2016) menjelaskan bahwa pengusaha laki-laki dan perempuan membuat keputusan secara berbeda, Laki-laki cenderung membuat keputusan lebih cepat sedangkan perempuan membutuhkan lebih banyak waktu. Pengusaha laki-laki fokus pada memastikan biaya terkendali dan lebih berorientasi pada keuntungan. Bila menyangkut risiko finansial, laki-laki lebih rela melakukan risiko dibanding perempuan. Berdasarkan penelitian tersebut diatas maka peneliti sangat tertarik untuk mengkaji tentang wirausaha perempuan khususnya untuk kabupaten Tana Toraja dan Toraja Utara yang masih kental akan budaya dan wirausaha yang merupakan warisan turun temurun. Namun Perempuan di Tana Toraja dan

Toraja Utara menghadapi hambatan sosial dan budaya yang membatasi akses mereka ke sumber daya, jaringan, dan peluang. (Paula Fernandes and Marisa Sanfilippo, 2022 )

Wirausaha perempuan di Indonesia, termasuk Tana Toraja dan Toraja Utara, menghadapi tantangan khusus karena hambatan sosial, budaya, dan ekonomi. Berbagai hambatan tersebut mengharuskan adanya penanganan dan strategi spesifik guna meningkatkan kapasitas perempuan untuk mengembangkan potensi mereka. (Retno Purwani. et.al, 2022) lebih lanjut dikemukakan bahwa Pemahaman tentang berbagai faktor yang berkontribusi pada keberhasilan wirausaha perempuan merupakan bidang penelitian yang menarik. Masyarakat Toraja banyak yang memiliki sawah sehingga sebagian besar penduduk Toraja bermata pencaharian sebagai petani,peternak dan kerajinan tangan. Dalam rumah tangga bagi orang Suku Toraja suami dan isteri sama-sama mencari nafkah, seperti dalam pertanian kalau suami mencangkul disawah adalah kewajiban isteri menanaminya Mereka juga masih terikat oleh upacara adat istiadat yang mengharuskan mereka bekerja lebih keras untuk memenuhi kebutuhan ekonominya. Hal ini merupakan pendorong perempuan Toraja menjadi pekerja keras, (Kwatkhasyin, 2011). Hasil penelitian menunjukkan pandangan masyarakat toraja tentang kesetaraan gender dapat dilihat dari segi peran dan ketimpngan. Sedangkan bentuk kesetaraan gender dalam perspektif masyarakat Tana Toraja & Toraja Utara yitu perempuan dan laki-laki sama kedudukannya dalam bidang politik, perempuan dan laki-laki mendapatkan kesempatan yang sama untuk sekolah, dan perempuan dan laki-laki sama-sama bekerja. (Yudith,2022) semboyan yang selalu dipegang teguh tentang gotong royong saling bahu membahu membuat para perempuan etnis toraja menajdi pekerja keras, perilaku yang sangat menghargai nilai-nilai sosial budaya serta menjunjung tinggi kerukunan dalam bermasyarakat.

Melalui pembelajaran dari pengalaman dan kontribusi mereka, kita dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang cara memberdayakan dan mendukung wirausaha perempuan. Intervensi yang bertujuan memberdayakan wirausaha perempuan perlu memperhatikan tidak hanya akses terhadap modal finansial dan sumber daya manusia, tetapi juga kendala psikologis, sosial, dan keterampilan. Dengan mempelajari pengusaha perempuan di Toraja, maka diharapkan dapat mengeksplorasi strategi yang efektif untuk mengatasi berbagai hambatan dan mendorong peluang keberhasilan mereka. Dengan mengkaji wirausaha perempuan di Toraja, dapat memberikan wawasan tentang pengalaman, tantangan, dan peran serta perempuan terhadap pertumbuhan ekonomi. Penelitian tersebut juga dapat membantu mengidentifikasi strategi untuk memberdayakan dan mendukung perempuan dalam berwirausaha, baik di Toraja maupun dalam lingkup lebih luas. (Eyerusalem Siba, 2019 )

Pemahaman tentang sukses faktor kewirausahaan, termasuk yang dilakukan Perempuan tidak hanya memberikan implikasi jangka pendek, tapi juga jangka panjang dan nilai potensi keberhasilannya akan secara tidak langsung berpengaruh terhadap peningkatan kesejahteraan keluarga (Lee dan Yang, 2013). Identifikasi dari sukses faktor kewirausahaan wanita juga dapat menjadi acuan bagi pengembangan konsep teoritis dalam riset keperilakuan, termasuk juga implikasinya untuk pembentukan regulasi dan juga kebijakan (Zulkifli dan Rosli, 2013; Alam, et al., 2012).

*Sustainability Entrepreneur* mengacu pada lingkungan, sosial dan ekonomi yang didorong oleh faktor driven, efisiensi dan inovasi (Porter, et.al,2002) . Selanjutnya jika dikaitkan dengan Kewirausahaan Perempuan konsep Sustainability Entrepreneur berhubungan signifikan terhadap keberhasilan serta keberlanjutan wirausaha perempuan. Keberlanjutan adalah

konsep yang mencoba merepresentasikan keseimbangan antara tiga faktor yang berbeda: lingkungan, keadilan dan perekonomian (Mercedes Barrachina Fernández ,et al 2021). Konsep ini didasarkan pada fakta bahwa sumber daya itu terbatas dan harus dilestarikan dan dimanfaatkan sebaik-baiknya melalui konsep keberlanjutan yang mengutamakan aspek keberlanjutan yang bersifat jangka Panjang (Daniel Stefan,et al, 2021).

Lebih lanjut lagi dijelaskan bahwa Pengambilan keputusan terhadap peluang usaha yang berkelanjutan lebih banyak dipengaruhi oleh faktor internal, seperti kekuatan dan kelemahan, daripada faktor eksternal, seperti peluang dan hambatan. Para pengusaha wanita yang diwawancarai menganggap bahwa sebagian besar wanita yang memiliki pikiran untuk mengembangkan bisnis berkelanjutan, karena prinsip-prinsip panduan untuk usaha tersebut agak spesifik untuk aspirasi wanita. Hasil penelitian ini berhubungan dengan keberlanjutan kewirausahaan perempuan (Daniel Stefan,et al, 2021). Ini adalah proses di mana manajer menanggapi peluang dan tantangan yang mereka hadapi dengan menilai pilihan yang tersedia dan membuat penilaian atau keputusan mengenai tujuan dan rencana organisasi tertentu. (Hellriegel et. al. 2005, Stoner et.al. 1995).

Konsep keberlanjutan terkait dengan hal penting yang dibutuhkan untuk dipertahankan-seperti halnya Alam, sumber daya, dan lingkungan hidup-tetapi juga terkait dengan hal yang dibutuhkan untuk dikembangkan, seperti ekonomi, individu, dan masyarakat Salah satu langkah maju dalam kaitannya dengan konsep ini adalah "pembangunan berkelanjutan", sebuah istilah yang digunakan oleh Komisi Brundtland pada tahun 1987, yaitu sebuah lembaga Komisi Dunia untuk Lingkungan dan Pembanguna. Konsep ini difokuskan pada pemecahan masalah aktual dan menghindari kerusakan pada kapasitas generasi mendatang untuk memecahkan problem kehidupan di masyarakat (Mercedes Barrachina Fernández ,et al 2021). Mengingat faktor

yang mempengaruhi wirausaha perempuan seperti yang dijelaskan oleh Vossenbergh (2013) maka konsep *Sustainability Entrepreneur* sangat cocok untuk kewirausahaan perempuan dengan penerapan konsep yang baik maka regulasi, system normative serta kognitif tidak akan menjadi hambatan dalam keberhasilan wirausaha perempuan. Pengambilan keputusan yang tepat akan menghasilkan peluang bisnis yang baru serta kinerja yang baik dalam keberlanjutan sebuah usaha yang keberlanjutan (Ediraras, 2010).

Peran penting pembelajaran yang merupakan sebuah proses mengarah pada perubahan sebagai hasil dari pengalaman akan meningkatkan potensi peningkatan kinerja dimasa depan (Ambrose, et.al, 2010). seperti yang dijelaskan Kalb (1984) dimensi pembelajaran terkait pengalaman dan pengetahuan kewirausahaan sebuah konsep penting dalam kewirausahaan (Rouber, et al, 1990) sedangkan Orientasi Kewirausahaan memberikan pemahaman signifikan yang memberikan kerangka kinerja untuk pengambilan keputusan strategis dan Tindakan operasional (Jiang, et. al, 2018, Riberto, et al, 2021).

Penelitian ini secara keseluruhan menguraikan hubungan antara variabel-variabel penelitian dengan kerangka teoritis yang dibangun, serta menguraikan langkah-langkah konkret dalam menyusun landasan teoretis penelitian. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan dasar yang kuat dalam konsep penelitian, tetapi juga menyusun kerangka teoritis yang mendalam untuk menggambarkan bagaimana variabel-variabel dalam penelitian saling berhubungan dengan teori yang digunakan. Teori yang digunakan dalam konteks ini adalah Triple Bottom Line (TBL), yang menggambarkan keberlanjutan dalam wirausaha perempuan. Pendekatan ini mengintegrasikan tiga elemen penting, yakni People, Planet, dan Profit. Hal ini bertujuan untuk menekankan bahwa wirausaha tidak hanya tentang mendapatkan keuntungan finansial, tetapi juga

memperhatikan dampak sosial dan lingkungan yang dihasilkan oleh usaha mereka.

Selanjutnya, *Teori Reasoned Action* (TRA) diaplikasikan untuk memahami bagaimana sikap para pengusaha mempengaruhi pengelolaan usaha mereka. Pendekatan ini juga mempertimbangkan penerapan praktik ramah lingkungan dan dampak positif yang dihasilkan bagi masyarakat. Kemudian *Theory of Planned Behavior* (TPB) digunakan untuk memberikan pemahaman tentang faktor-faktor psikologis dan sosial yang membentuk niat para pengusaha dalam melanjutkan usaha mereka dengan pendekatan berkelanjutan. Teori ini juga menggambarkan bagaimana proses pembelajaran meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam berwirausaha, termasuk dalam berpikir inovatif dan berani mengambil risiko dalam menjaga keberlanjutan usaha. Terakhir, *Theory Resource-Based View* (RBV) membantu memberikan pandangan dan strategi berpikir bagi para wirausaha perempuan dalam meraih kesuksesan. Teori ini khususnya mengarahkan pandangan mereka dalam mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki guna mencapai tujuan berkelanjutan. Penelitian ini juga membawa konsepsi pemikiran yang berkembang dan menawarkan cara pandang yang lebih kaya tentang bagaimana setiap teori saling berinteraksi dengan variabel-variabel dalam konteks penelitian ini. Dengan menerapkan kerangka teoritis yang beragam dan mendalam, penelitian ini mampu mengeksplorasi dinamika kompleks dalam keberlanjutan wirausaha perempuan.

Kesenjangan penelitian ini diharapkan akan dapat menjawab peran penting konsep kewirausahaan yaitu pembelajaran, orientasi kewirausahaan dan peluang bisnis wirausaha perempuan melalui peran penting pengambilan keputusan dalam keberlanjutan kewirausahaan perempuan, sebuah konsep yang berbeda namun jika diterapkan dengan baik akan menjadi sebuah langkah tepat dalam memulai usaha. Beberapa

penelitian terdahulu mengenai *sustainability women entrepreneurship* menunjukkan bahwa konsep *Sustainability Entrepreneur* dapat dikembangkan di perusahaan berskala besar maupun usaha kecil proporsi nilai holistic menyelaraskan tujuan keberlanjutan kewirausahaan dengan keberlanjutan pembangunan dan akumulasi sehingga terjadi keselarasan antara bisnis opportunistic serta amal altruistic (Tilley & young, 2009, Paroki, 2010).

# BAB II

## KEWIRAUSAHAAN

### A. Konsep Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan sebuah ilmu dasar yang penting dimiliki masyarakat. Pentingnya kewirausahaan bahkan membuatnya sudah diajarkan pada sekolah dasar, menengah, hingga perguruan tinggi. Berwirausaha berarti kita sebuah membuka peluang usaha dengan kewirausahaan, seseorang bisa lebih mandiri secara ekonomi yang mampu membuat konsep dari menciptakan lapangan pekerjaan sendiri.

Secara etimologi, kewirausahaan berasal dari kata wira dan usaha. Wira berarti peluang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani, dan berwatak agung. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, wirausaha adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk mengadakan produk baru, mengatur permodalan operasinya, serta memasarkannya.

Menurut Thomas W. Zimmerer dan Norman M. Scrubrough (2004) wirausahawan adalah orang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil risiko ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mendirikannya. Peter F. Drucker (2004) mengemukakan bahwa sebuah konsep kewirausahaan merujuk pada sifat, watak, dan ciri-ciri yang melekat pada seseorang yang mempunyai kemauan keras untuk mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia usaha yang nyata dan dapat mengembangkannya

dengan Tangguh. Menurut Zimmerer (2004) Kewirausahaan adalah penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan upaya memanfaatkan peluang yang dihadapi setiap hari. Kewirausahaan di 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.

## **B. Kewirausahaan Perempuan**

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 (Zhouqiaoqin et al., 2013). Kalyani dan Mounika (2016) mendefinisikan pengusaha wanita dalam tiga cara berbeda yaitu:

1. Kepada seorang wanita yang telah memulai bisnis Kepada seorang wanita yang telah memulai bisnis.
2. Untuk seseorang yang merupakan pemilik bisnis keluarga atau kemitraan.
3. 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. Kewirausahaan jelas merupakan fenomena yang kompleks dan multifaset. Perubahan ekonomi dan restrukturisasi pasar tenaga kerja dalam hal keterampilan karyawan, deskripsi pekerjaan dan kontrak kerja meningkatkan profil dan pentingnya

kewirausahaan dalam ekonomi global. Meskipun peningkatan pesat dalam jumlah perempuan di posisi profesional dan manajerial, kesenjangan gender dalam kewirausahaan tetap lebar. Perempuan masih kurang mungkin dibandingkan laki-laki untuk memulai bisnis baru, tetapi kesenjangan tampaknya hal yang diabaikan (Arenius, 2003).

Kewirausahaan perempuan jelas merupakan fenomena lintas budaya dengan dimensi budaya tertentu. Akibatnya, pemahaman memiliki dua komponen yang berbeda, meskipun terkait. Pertama, ada variabel yang mempengaruhi perilaku kewirausahaan lintas negara dan gender. Meskipun mereka adalah penentu universal perilaku kewirausahaan, mereka dapat memiliki implikasi gender. Dengan kata lain, mereka mempengaruhi kedua jenis kelamin, tetapi tidak harus dengan cara yang sama atau dengan kekuatan yang sama. Stabilitas dari prevalensi, menunjukkan bahwa perempuan dan laki-laki dipengaruhi oleh banyak variabel yang sama ketika membuat keputusan kewirausahaan.

Namun, fakta bahwa tingkat kewirausahaan laki-laki secara sistematis dan signifikan lebih tinggi daripada tingkat kewirausahaan perempuan menunjukkan asimetri dalam faktor universal antara laki-laki dan perempuan, dan bahwa laki-laki dan perempuan berperilaku berbeda dalam hal kewirausahaan. Kedua, ada aspek perilaku korporasi negara tertentu. Memang, perbedaan dalam prevalensi kewirausahaan di seluruh negara menunjukkan bahwa kewirausahaan dipengaruhi oleh faktor spesifik negara. Berdasarkan hasil penelitian oleh Arenius (2003) juga menemukan ada beberapa perbedaan penting dalam variabel negara dan gender dalam kelompok negara dengan tingkat pendapatan yang sama Arenius juga menuliskan ada beberapa variabel yang penting dalam mempengaruhi tingkat kewirausahaan perempuan di berbagai negara. Hasil penelitian menunjukkan korelasi antara serangkaian variabel yang relevan

dan keseluruhan Total Kegiatan Kewirausahaan, peluang Total Kegiatan Kewirausahaan, dan kebutuhan Total Kegiatan Kewirausahaan untuk pria dan wanita di negara berpenghasilan tinggi dan rendah. Namun, hubungan antara gender dan perbedaan kinerja tidak diterima secara luas.

Peneliti lain tidak menemukan perbedaan gender dalam ukuran keberhasilan seperti keberlangsungan, dan pertumbuhan (Fagenson 1993; Kalleberg dan Leicht 1991; Menzies et al. 2004; Sonfield et al. 2001; Verheul et al. 2002; Verheul dan Thurik 2001; Watson 2002). Kalleberg dan Leicht (1991) menyimpulkan bahwa perusahaan milik perempuan lebih kecil kemungkinannya untuk gagal daripada perusahaan milik laki-laki. Apalagi mereka sama suksesnya. Beberapa penelitian telah memberikan bukti empiris bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan dalam kinerja pengusaha laki-laki dan perempuan, menunjukkan bahwa kinerja dan sikap kepemimpinan konsisten dalam banyak hal (Chaganti dan Parasuraman 1996; Menzies et al. 2004; Orser dan Riding 2004; Watson 2002). Beberapa peneliti menunjukkan dinamika yang lebih kompleks antara gender dan kinerja bisnis. Mereka menantang kebijaksanaan konvensional tentang inferioritas perempuan dalam kewirausahaan (Johnsen dan McMahan 2005; Watson 2002). Oleh karena itu, pertanyaan penelitian perlu bergeser dari apakah perusahaan yang dipimpin perempuan berkinerja buruk menjadi apakah perempuan memiliki jumlah sumber daya awal yang lebih rendah daripada laki-laki.

Menurut Zimmerer dan Scarborough (2002), meskipun bertahun-tahun kontroversi legislatif, perempuan masih menghadapi diskriminasi di tempat kerja. Meskipun demikian, UKM merupakan pionir dalam memberikan peluang ekonomi baik untuk lapangan kerja maupun kewirausahaan. Seperti yang dikatakan seorang penulis. Semakin banyak perempuan yang menyadari bahwa kewirausahaan adalah cara terbaik untuk

menerobos dominasi laki-laki yang menghalangi mereka untuk maju ke puncak organisasi mereka melalui bisnis mereka. Faktanya, wanita memulai bisnis 2,4 kali lebih banyak daripada pria. Usaha yang dimulai oleh perempuan cenderung lebih kecil dibandingkan usaha yang dimulai oleh laki-laki, namun dampaknya tidak kecil. Bisnis milik wanita mempekerjakan lebih dari 15,5 juta orang, 35% lebih banyak dari semua karyawan Fortune 500 di seluruh dunia.

Wanita memiliki 36% dari semua perusahaan. Bisnis mereka cenderung tumbuh lebih lambat daripada bisnis milik pria, tetapi pemilik bisnis wanita lebih menguntungkan daripada bisnis lain. Sementara 72% bisnis yang dijalankan wanita (seperti kebanyakan bisnis) fokus pada ritel dan jasa, pengusaha wanita terjun ke sektor yang sebelumnya didominasi oleh pria, seperti manufaktur, konstruksi, transportasi dan pertanian, yang aktif di industri ini. Ada beberapa faktor yang menghambat perempuan menjadi wirausaha, dikemukakan oleh Alma (2009).

#### 1. Elemen feminine

Ibu rumah tangga penuh waktu memiliki periode kehamilan dan menyusui, yang dapat mengganggu pekerjaan mereka. Hal ini dapat diatasi dengan mendelegasikan wewenang/tugas kepada karyawan/orang lain. Tentu saja delegasi ini memiliki pro dan kontra. Menjalankan perusahaan tidak persis sama dengan menjalankannya sendiri, jadi ada dua Peluang, baik atau buruk.

#### 2. Faktor sosial budaya

Seorang wanita yang merupakan ibu rumah tangga bertanggung jawab penuh atas pekerjaan rumah tangga. Ketika seorang anak atau suami sakit, ia harus memperhatikan, yang mempengaruhi kegiatan usahanya. Kegiatan usaha perempuan tidak sebebaskan laki-laki. Wanita tidak diperbolehkan bepergian ke luar kota, makan malam, dll. Demikian pula, sulit bagi sebuah perusahaan untuk berkembang menjadi perusahaan

besar di bawah premis dan kebiasaan keluarga bahwa suami mencari nafkah dan suami bekerja.

### 3. Faktor emosional

Faktor emosional yang dimiliki wanita tidak hanya menguntungkan, tetapi juga merugikan. Misalnya, dalam pengambilan keputusan, pilihan kehilangan rasionalitas karena faktor emosional. Bahkan eksekutif memiliki komponen emosional yang mempengaruhi hubungan mereka dengan karyawan pria dan wanita yang tidak masuk akal.

### 4. Faktor administratif

Faktor manajemen yang kompleks adalah hambatan nyata bagi kewirausahaan perempuan. Sebuah studi tahun 2003 oleh Proyek Partisipasi Perusahaan Swasta tentang Pengusaha Wanita Indonesia menemukan bahwa 35% wanita menghadapi kesulitan dalam memperoleh kredit.

### 5. Faktor Pendidikan

Faktor pendidikan merupakan salah satu faktor penghambat kewirausahaan perempuan. Data tingkat pendidikan pengusaha dalam profil usaha kecil kerajinan tahun 2002 dari Badan Pusat Statistik sangat mengecewakan, karena tingkat pendidikan perempuan dan laki-laki sangat berbeda, dengan laki-laki lebih dominan.

Menurut Zimmerer (2005), wirausahawan mengambil risiko dan ketidakpastian untuk mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan mengenali peluang dan mengumpulkan sumber daya yang diperlukan untuk membanggunya. Seseorang yang memulai bisnis baru. Menurut Kasmir (2006:16), wirausaha adalah seseorang yang memiliki keberanian mengambil resiko untuk memulai usaha dalam berbagai kesempatan. Mengambil risiko yang berani berarti memiliki kemandirian mental dan keberanian untuk memulai bisnis dalam situasi yang tidak pasti tanpa mengatasi rasa takut atau cemas. Pengusaha selalu berusaha mencari, memanfaatkan, dan

memanfaatkan peluang bisnis yang menguntungkan di benak mereka. Risiko kerugian merupakan hal yang lumrah karena menganut prinsip bahwa pasti ada faktor kerugian. Semakin tinggi peluang rugi, semakin tinggi pula peluang menang. Selama Anda berbisnis dengan keberanian dan perhitungan, Anda tidak akan menyia-nyiakan waktu Anda. Inilah yang disebut berwirausaha.

Singh (2012) menyatakan bahwa wirausaha adalah orang yang memenuhi kebutuhan pribadi, menerima tantangan menjadi seorang ekonomi, dan mengembangkan kualitas wirausaha yang memungkinkan dia untuk berkontribusi pada keluarga dan masyarakat. Penelitian terdahulu oleh Cardella et al (2020) dengan menganalisis klaster memungkinkan untuk mengisolasi 6 jalur penelitian yang berbeda di mana muncul, di satu sisi, pentingnya pendidikan kewirausahaan, kewirausahaan sosial dan konteks referensi sosial budaya (misalnya, budaya, keluarga, dan dukungan kelembagaan) sebagai alat untuk mengatasi kesenjangan gender, di sisi lain, pentingnya kewirausahaan perempuan diasumsikan dalam pertumbuhan ekonomi negara (terutama di negara berkembang), mempromosikan inklusi sosial dan memerangi kemiskinan dan diskriminasi.

### **C. Pembelajaran Individu dan Kapasitas Kewirausahaan**

Titik awal dalam mempertimbangkan hubungan antara pembelajaran dan usaha, kewirausahaan dan inovasi adalah untuk menentukan apa perbedaan dalam keterampilan, pengetahuan dan sikap yang diperlukan untuk yang dapat dianggap pembanding dengan keterampilan sehari-hari, pengetahuan, dan sikap yang semuanya dimiliki oleh manajer. Kewirausahaan dan inovasi, pada akhirnya, adalah tentang orang-orang yang giat yang berperilaku dengan cara yang giat dan jadi jika perbedaan ini dapat ditentukan, mungkin saja

membantu lebih banyak orang untuk belajar bagaimana menjadi lebih giat. Untuk itu kami kembali ke dunia pendidikan.

Sebelumnya kami menyinggung fakta bahwa pemerintah Inggris sedang membuat kebijakan yang dirancang untuk mendorong pendidikan wirausaha di sekolah. Definisi ini menunjukkan bahwa wirausaha mungkin melihat sesuatu yang berbasis keterampilan. Hal Ini ada hubungannya dengan tindakan untuk melakukan sesuatu. Kami telah menyarankan bahwa cara pengusaha dan intrapreneur memproses informasi dan menggunakannya dalam membuat keputusan, di mana mereka merefleksikan pengetahuan dan tindakan mereka yang mungkin penting untuk membedakan mereka dari manajer pada umumnya. Dalam hal ini kita akan melihat pada pembelajaran baik dalam konteks individu dan organisasi, dan peran yang dimainkannya dalam keberhasilan penerapan strategi kewirausahaan.

Akhirnya, kami mengeksplorasi hubungan antara pembelajaran organisasi dan keberhasilan penerapan strategi kewirausahaan dalam jangka panjang dengan mempertimbangkan betapa pentingnya kemampuan belajar untuk mencapai keberhasilan kewirausahaan, dan bagaimana organisasi dapat secara permanen menanamkan pembelajaran dalam pemikiran strategis mereka. Kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha dan atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi dan produksi baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan. Sebagaimana telah dikemukakan, kewirausahaan merupakan jiwa dari seseorang yang diekspresikan melalui sikap dan perilaku yang kreatif dan inovatif untuk melakukan suatu kegiatan. Dengan demikian tujuan pembelajaran kewirausahaan sebenarnya tidak hanya diarahkan untuk menghasilkan pebisnis

atau business entrepreneur, tetapi mencakup seluruh profesi yang didasari oleh jiwa wirausaha atau entrepreneur.

Dalam prakteknya beberapa pengusaha merasa sulit untuk mendelegasikan dan ingin mengambil setiap keputusan sendiri. Para wirausahawan ini menyamakan kepemimpinan dengan mengelola secara detail, dan sering membanggakan diri sebagai orang yang 'langsung', dengan mengabaikan fakta bahwa hal ini dapat menurunkan motivasi orang-orang yang bekerja bersama mereka. Keterlibatan seperti itu mungkin diperlukan dalam situasi start-up tetapi dapat menjadi kewajiban sebagai organisasi tumbuh. Menjadi sangat sulit untuk terlibat dalam hal-hal kecil dari operasi sehari-hari di pasar kompetitif yang bergerak cepat.

Ketika organisasi menjadi lebih kompleks, pengambilan keputusan menjadi lumpuh kecuali jika pengusaha menerima bahwa ada kebutuhan untuk pendelegasian. Richard Branson, lahir di London, Inggris, pada 18 Juli 1950. Ia merupakan seorang pebisnis asal Inggris yang begitu dikenal karena mendirikan 360 perusahaan di bawah naungan Virgin Group. adalah contoh betapa pentingnya delegasi dalam organisasi wirausaha besar. Tidak mungkin baginya untuk terlibat dalam semua bisnisnya yang banyak, dan meskipun dia memegang kendali ketat atas merek Virgin itu sendiri, bisnis tersebut diperbolehkan otonomi yang mereka butuhkan untuk berkembang. Mereka yang memimpin organisasi biasanya mengejar visi mereka sendiri dan interpretasi mereka sendiri tentang peluang di lingkungan tetapi, juga, pada tingkat yang lebih besar atau lebih kecil, mereka mampu menciptakan iklim di mana keterampilan dan ide-ide dari mereka yang bekerja untuk organisasi dapat berkembang, bahkan mungkin menghasilkan kemampuan yang dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif.. Thomas W Zimmerer, (2005) merumuskan manfaat kewirausahaan adalah sebagai berikut:

1. Memberi peluang dan kebebasan untuk mengendalikan nasib sendiri memiliki usaha sendiri akan memberikan kebebasan dan peluang bagi pebisnis untuk mencapai tujuan hidupnya. Pebisnis akan mencoba memenangkan hidup mereka dan memungkinkan mereka untuk memanfaatkan bisnisnya guna untuk mewujudkan cita-citanya.
2. Memberi peluang melakukan perubahan Semakin banyak bisnis yang memulai usahanya karena mereka dapat menangkap peluang untuk melakukan berbagai perubahan yang menurut mereka sangat penting. Mungkin berupa penyediaan perumahan sederhana yang sehat dan layak pakai, dan mendirikan daur ulang limbah untuk melestarikan sumber daya alam yang terbatas, pebisnis kini menemukan cara untuk mengkombinasikan wujud kepedulian mereka terhadap berbagai masalah ekonomi dengan social dengan harapan untuk menjalani hidup yang lebih baik.
3. Memberi peluang untuk mencapai potensi diri sepenuhnya Banyak orang menyadari bahwa bekerja di suatu perusahaan seringkali membosankan, kurang menantang, dan tidak ada daya tarik. Hal ini tentu tidak berlaku bagi seorang wirausahawan,, bagi mereka tidak banyak perbedaan antara bekerja atau menyalurkan hobi atau bermain, keduanya sama saja. Bisnis-bisnis yang dimiliki oleh wirausahawan merupakan alat untuk menyatakan aktualisasi diri. Keberhasilan mereka adalah suatu hal yang ditentukan oleh kreativitas, antusias, inovasi, dan visi mereka sendiri. Memiliki usaha atau perusahaan sendiri memberikan kekuasaan kepada mereka, kebangkitan spiritual dan mampu mengikuti minat atau hobinya sendiri.
4. Memiliki peluang untuk meraih keuntungan Walaupun pada tahap awal uang bukan daya tarik utama bagi

wirausahawan, keuntungan berwirausahawan merupakan factor motivasi yang penting untuk mendirikan usaha sendiri, kebanyakan pebisnis tidak ingin menjadi kaya raya, tetapi kebanyakan diantara mereka yang menang menjadi berkecukupan.

5. Memiliki peluang untuk berperan aktif dalam masyarakat dan mendapatkan pengakuan atas usahanya.

#### **D. Pola Pikir Wirausaha**

Brännback dan Carsrud (2009) berpendapat bahwa pengusaha dan pengusaha sukses memiliki pola pikir dan sikap yang berbeda. Penelitian telah menemukan perbedaan dalam gaya kognitif pengusaha dan bahwa pengusaha sukses memiliki gaya kepemimpinan kewirausahaan yang berbeda. Beberapa keterampilan ini dapat diajarkan, sehingga pendidikan kewirausahaan tidak semuanya buruk. Karena beberapa karakteristik adalah sikap yang dapat dipengaruhi melalui pendidikan, tetapi beberapa di antaranya lebih dekat dengan seni. Untuk diskusi mendalam tentang berbagai aspek pikiran kewirausahaan, kami merujuk Anda ke volume kami yang telah diedit (Carsrud dan Brännback 2009). Berdasarkan penelitian, kami sangat percaya bahwa setiap orang dengan keinginan untuk mengejar peluang dan mencapai tujuan dapat menjadi wirausaha dan dapat menjadi wirausaha jika semua faktor lainnya sama. Meskipun kita harus berhati-hati dalam mendefinisikan kesuksesan karena itu juga masalah jenis dan derajat itu adalah mungkin bagi setiap pengusaha untuk menjadi sukses.

Dalam Bab 2 kita kembali ke pembahasan tentang apa arti sukses. Selain itu, untuk menjadi wirausahawan tidak berarti bahwa orang tersebut harus memulai perusahaan yang mencari laba seperti yang ditunjukkan dalam contoh Dr. Jonas Salk sebelumnya. Bagi kami, kewirausahaan adalah sikap terhadap kehidupan dan juga kemampuan untuk menciptakan dan

kemudian memimpin perusahaan. Karena itu, kami pikir sangat penting untuk memahami bagaimana cara berpikir wirausahawan karena kami juga berpendapat bahwa wirausahawan tampaknya memandang realitas mereka secara berbeda dari mereka yang bukan wirausahawan. Misalnya, mengapa beberapa orang, dan bukan yang lain, memutuskan menjadi pengusaha? Mengapa beberapa orang berhenti dari pekerjaan di sebuah perusahaan besar dengan gaji yang bagus dan tunjangan yang bagus dan menjadi wirausahawan gaya hidup dengan memulai kilang anggur atau galeri seni? Bagaimana beberapa orang menganggap opsi seperti itu diinginkan dan layak sementara yang lain tidak? Sementara teori menyatakan bahwa peluang ada ketika ada ketidaksempurnaan kompetitif, kami berpendapat bahwa sangat sedikit pengusaha yang mempertimbangkan peluang potensial dalam istilah tersebut.

Kami percaya sebagian besar wirausahawan potensial akan memikirkan ide yang mungkin dari perspektif pribadi apakah itu sesuatu yang ingin dilakukan (diinginkan) dan sesuatu yang menurut seseorang dapat dilakukan (layak). Gagasan ini konsisten dengan teori perilaku terencana, yang menyatakan bahwa seseorang yang menemukan peluang yang diinginkan dan layak kemungkinan besar akan melakukannya dan membuat usaha. Niat tidak ada, tidak ada tindakan, dan dengan demikian tidak ada usaha baru. Untuk pembahasan yang lebih mendalam tentang teori ini, lihat Carsrud dan Brännback (2009) dengan beberapa bab yang menjelaskan aspek-aspek teori ini sehubungan dengan wirausahawan.

Untuk memperjelas posisi kami, uraian ini berfokus pada pemikiran individu untuk menciptakan, mencoba, atau sebenarnya sudah memulai usaha untuk mengatasi peluang atau kebutuhan. Namun, kami pikir penting untuk menawarkan beberapa pembenaran terhadap keinginan dan upaya ini dalam

perspektif yang lebih luas. Pada kenyataannya, sebagian besar masyarakat menginginkan wirausahawan dan untuk itu mereka menciptakan usaha. Kewirausahaan tidak hanya terkait dengan masyarakat Kapitalis seperti yang kita temukan di negara-negara Komunis yang diakui seperti Kuba, Vietnam, dan Cina. Sebagian besar masyarakat, selain Korea Utara, telah menyadari bahwa kewirausahaan penting untuk penciptaan kekayaan nasional.

Kami yakin ada pengusaha di Korea Utara, tetapi ini adalah salah satu tempat di mana Anda dapat ditembak untuk menjadi salah satunya. Terlepas dari kenyataan buruk itu, sejak tahun 1980-an kapal wirausaha telah menjadi mantra bagi banyak orang. Itu juga menjadi sumber kekhawatiran ketika tampaknya mengalami penurunan yang lambat seperti di Amerika Serikat sejak tahun 2008. Namun, kewirausahaan telah ada dan dipelajari selama berabad-abad dan kami berharap untuk terus melakukannya untuk masa depan yang tidak terduga. Akhirnya, kami ingin menjadi sangat jelas, kewirausahaan adalah untuk siapa saja yang mau meluangkan waktu dan mengeluarkan energi. Pengusaha adalah pria dan wanita. Mereka datang dalam berbagai warna kulit dan etnis. Mereka adalah gay, straight, dan transgender. Mereka sama-sama muda dan tua. Mereka jenius dan tidak begitu cerdas. Mereka mungkin atlet Olimpiade dan mereka mungkin cacat. Anda tidak harus tinggal di Silicon Valley untuk menjadi pengusaha. Kita tahu banyak pengusaha pedesaan dan pengusaha di pusat kota. Anda tidak harus kaya untuk menjadi pengusaha.

Kami mencoba memberi Anda contoh dari berbagai macam orang yang memiliki menjadi pengusaha. Anda bisa menjadi pengusaha terlepas dari apa yang dilemparkan kepada Anda. Kita teringat kisah seorang wanita berusia 57 tahun yang suaminya menceraikannya dia kehilangan segalanya, termasuk rumah, mobil, dan uangnya. Sebagai jab perpisahan, mantan

suaminya menyuruhnya untuk mendapatkan seekor anjing. Dia melakukannya, Anjing Banteng Inggris yang besar. Dia mulai membuat kartu dengan gambar anjing pada mereka. Mereka terjual dengan cepat, dia membuat lebih banyak, bercabang ke produk lain dengan gambar anjing. Hari ini, dia memiliki tawa terakhir pada mantan suaminya karena usahanya sekarang menjadi bisnis jutaan dolar. Faktor penentunya adalah pola pikir.

### **E. Sasaran Kewirausahaan**

Beberapa ahli berpendapat bahwa tujuan akhir kewirausahaan adalah untuk menciptakan kekayaan, dan jika kekayaan tidak diciptakan, itu adalah sesuatu yang lain dari kewirausahaan. Ini secara implisit berarti bahwa penciptaan kekayaan adalah sama dengan kesuksesan. Posisi ini kami memiliki beberapa kesulitan mendasar dengan kekayaan mungkin bukan tujuan utama atau bahkan sekunder, tetapi hanya pertumbuhan keluar untuk mencapai tujuan lain. Dr Jonas Salk bisa saja mematenkan karyanya vaksin polio tapi pilihannya malah membasmi penyakit tersebut. Untuk menyiratkan anda harus kaya untuk dianggap sebagai pengusaha hanya menggelikan. Tapi, ada kesulitan lain jika Anda mengatakan penciptaan kekayaan adalah satu-satunya tujuan wirausahawan, karena itu berarti wirausahawan adalah wirausahawan hanya jika mereka berhasil (dalam penciptaan kekayaan). Itu berarti bahwa yang gagal bukanlah pengusaha. Mereka adalah sesuatu yang lain.

Cerita-cerita dari pengusaha gagal jarang ditemukan di berita media, entah bagaimana menunjukkan bahwa kegagalan lebih jarang daripada kesuksesan. Namun kita semua tahu ini bukan kasus. Jika saudara kembar Francis Edgar Stanley dan Freelan Oscar Stanley yang mendirikan The Stanley Motor Carriage Company telah berhasil, kita semua akan mengendarai mobil yang digerakkan oleh uap. Kegagalan memang terjadi,

beberapa lebih spektakuler daripada yang lain. Namun, bahkan peneliti akademis belum benar-benar melihat kegagalan pengusaha. Salah satu alasan untuk ini tentu saja sangat sulit ditemukan pengusaha yang bersedia berbicara tentang kegagalan mereka. Itu hanya hal yang sangat manusiawi. Kami lebih suka berbicara tentang kesuksesan kami daripada kami kegagalan. Ada kemungkinan bahwa kegagalan didorong oleh banyak faktor yang sama seperti: kesuksesan.

Kenyataannya adalah bahwa kita tidak dapat benar-benar memahami apa yang mendorong kesuksesan tanpa melihat kegagalan. Di sinilah pekerjaan dilakukan bertahun-tahun yang lalu informatif. Ada bukti bahwa pengusaha akan memiliki banyak sebagai tujuh usaha dalam seumur hidup namun hanya satu dari mereka yang akan dianggap “sebuah kesuksesan.” Masalahnya percobaan ketujuh? Ambil contoh lain statistik kebangkrutan untuk memahami masalahnya adalah tidak mencoba. Masalah sebenarnya adalah apakah masyarakat, keluarga, dan sikap anda akan memungkinkan Anda untuk mencoba lagi. Salah satu kakek kami pernah mengingatkan kami bahwa Anda belum benar-benar menunggang kuda sampai anda terlempar dan kembali lagi. Dalam banyak hal kewirausahaan benar-benar seperti menunggang kuda, kuda besar adalah kapan percobaan yang berhasil itu datang? Apakah di depan proses seumur hidup ini atau apakah itu terjadi pada saat itu saja.

#### Wiraswasta sebagai Entrepreneur

Baru-baru ini, Biro Sensus AS memperkirakan jumlah di dalam negeri usaha berbasis yang tidak memiliki karyawan berkembang sebesar 23 persen di 10 tahun dengan total lebih dari 23 juta perusahaan. Secara nasional, bisnis nonem ployer ini telah melihat pendapatan mereka tumbuh lebih dari \$1,05 triliun. Seharusnya jelas pada titik ini bahwa kita mengambil pandangan yang agak luas dan inklusif pandangan kewirausahaan. Kami pikir ada keuntungan dalam mengambil ini "besar" tent”

pendekatan kepada siapa yang berwirausaha. Ambil, misalnya, materi iklan orang atau seniman yang menjual seni atau kerajinan mereka. Dalam banyak kasus ada sedikit yang baru teknologi yang terlibat dalam proses tersebut, hanya cat, tanah liat, logam, dan kekacauan.

Namun, seperti yang akan ditemukan, Internet dan teknologi digital berkembang pesat mengubah seni visual seperti yang dapat dilihat dalam penggunaan perangkat lunak Photoshop, atau pencetakan 3D. Hal yang sama dapat dikatakan untuk musisi dan artis pertunjukan yang telah memeluk teknologi baru dalam penciptaan bentuk seni mereka. Intinya banyak wiraswasta justru mereka yang mencipta sesuatu, bukan hanya seni, tetapi teknologi baru seperti aplikasi perangkat lunak untuk ponsel. Biasanya, bisnis nonmajikan adalah bisnis satu orang, seperti desainer grafis lepas. Kita semua memiliki orang-orang yang kita kenal siapa lakukan ini di samping serta teman-teman yang ngeblog dan terkadang yang membuat pendapatan dari iklan di tempat. Lalu ada sensasi YouTube dengan memberikan saran tentang berbagai topik dan berakhir dengan mengikuti.

Kami telah melihat hal yang sama terjadi dengan Twitter; pengguna yang akhirnya menghasilkan uang karena posting mereka. Terkadang usaha ini termasuk anggota keluarga dan teman yang tidak dibayar. Ini adalah contoh kita semua bisa berhubungan dengan adalah perusahaan di mana usaha itu adalah yang utama bagi pengusaha sumber pendapatan. Pikirkan saja agen real estat yang Anda kenal, atau bahkan dokter medis pribadi anda. Dalam kasus lain, pengusaha tunggal dapat mengoperasikan usaha mereka sebagai pekerjaan sampingan. Jika anda adalah orang tua, anda tahu orang-orang ini karena mereka menyediakan pengasuhan anak dan bimbingan belajar untuk anak-anak anda.

# BAB III

## TEORI DASAR MANAJEMEN STRATEGI

### A. *Grand Theory: Triple Bottom Line (TBL)*

Elkington (1997) menjelaskan konsep *Triple Bottom Line* digunakan sebagai landasan prinsipal dalam aplikasi program *Corporate Social Responsibility* pada sebuah perusahaan. Tiga kepentingan yang menjadi satu ini merupakan garis besar dan tujuan utama tanggung jawab sosial sebuah perusahaan. Triple bottom line muncul sebagai konseptualisasi yang populer sebagai alat pelaporan untuk mengartikulasi kinerja sosial, lingkungan, dan ekonomi perusahaan. Konsep ini memiliki perhatian yang signifikan sehubungan dengan keberhasilan dan kecukupannya sebagai alat untuk melaporkan sejauh mana Sebuah organisasi telah memenuhi tanggung jawab sosialnya, widianingsih (2013).

Gambar 2 *Triple Bottom Lines*



Sumber: EarthCheck Coordinator Module (2012)

Menurut Iako (2014) Perusahaan yang sudah menghijaukan bisnis dan menjadi perusahaan hijau (*green company*) mendapatkan hasil kongret sebagai berikut:

1. Terjadi penghematan energi dan material serta efisiensi biaya produksi dan biaya operasional. Dengan adanya penghematan dan efisiensi tersebut, profitabilitas serta daya ungkit ekonomi justru kian meningkat.
2. Aktivitas ekonomi, penghasilan, dan kesejahteraan masyarakat sekitar meningkat, sehingga pendapatan perusahaan meningkat. Perkembangan bisnis perusahaan semakin lancar karena reputasi dan citra perusahaan semakin dikenal luas. Perusahaan pun semakin dikenal luas dan diterima oleh para klien nasional serta multinasional sehingga meningkatkan pangsa pasar perusahaan.
3. Lingkungan perusahaan semakin hijau dan nyaman serta memerikan manfaat ekonomi dan nonekonomi (manfaat sosial dan ekologi) kepada perusahaan serta masyarakat. Dengan adanya program penghijauan lingkungan terhadap kawasan bekas pabrik, bekas pertambangan, serta kawasan tandus, muncul kawasan hijau, produktif dan nyaman, serta memerikan banyak manfaat bagi masyarakat sekitar dan juga masyarakat luas.
4. Perusahaan memiliki relasi yang baik dan mendapat pengakuan dari masyarakat sekitar dan pemerintah daerah setempat. Antara masyarakat dan pemerintah daerah setempat dengan perusahaan terbangun kolaborasi serta sinergi yang saling menguatkan dan menguntungkan.
5. Apresiasi dan pengakuan dari para stakeholder, terutama para pemegang saham, investor, kreditor, pemasok, pelanggan, mitra bisnis dan masyarakat luas, makin meningkat.

Konsep triple bottom line yang disampaikan Elkington (1997) yang menyatakan agar bisnis korporasi bisa tumbuh

secara berkelanjutan hanya ada satu pilihan, yaitu menyelaraskan kinerja laba (*profit*), kinerja sosial (*people*), dan kinerja lingkungan (*planet*) secara berkesinambungan.

### 1. Profit

Profit merupakan unsur terpenting dan menjadi tujuan utama dari setiap kegiatan usaha. Tak heran bila fokus utama dari seluruh kegiatan dalam perusahaan adalah mengejar profit atau mendongkrak harga saham setinggi-tingginya, baik secara langsung ataupun tidak langsung. Inilah tanggung jawab yang paling esensial terhadap pemegang saham. Profit sendiri pada hakikatnya merupakan tambahan pendapatan yang dapat digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Aktivitas yang dapat meningkatkan profit adalah dengan menambah produktivitas dan melakukan efisiensi biaya, sehingga perusahaan mendapatkan keuntungan yang kompetitif dan dapat memberikan nilai tambah semaksimal mungkin, Santoso (2016).

### 2. People

Menyadari bahwa masyarakat sekitar perusahaan merupakan salah satu stakeholder penting bagi perusahaan, karena dukungan masyarakat sekitar sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup, dan perkembangan perusahaan, maka sebagai bagian yang tak terpisahkan dengan masyarakat lingkungan, perusahaan perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat. Selain itu juga perlu disadari bahwa operasi perusahaan berpotensi memberikan dampak kepada masyarakat sekitar. Karenanya pula perusahaan perlu untuk melakukan berbagai kegiatan yang menyentuh kebutuhan masyarakat. Intinya, jika ingin eksis dan acceptable, perusahaan harus menyertakan pula tanggung jawab yang bersifat sosial. Menghadapi tren tersebut, saatnya perusahaan melihat serius pengaruh dimensi sosial, dari setiap aktivitas bisnisnya, karena

aspek tersebut bukanlah suatu pilhan yang terpisah, melainkan berjalan beriringan untuk meningkatkan keberlanjutan operasi perusahaan, Santoso (2016).

### 3. Planet

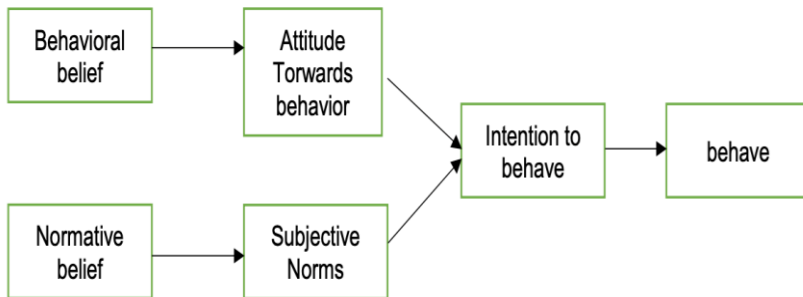
Unsur ketiga yang mesti diperhatikan juga adalah planet atau lingkungan. Jika perusahaan ingin eksis dan acceptable maka harus disertakan pula tanggung jawab kepada lingkungan. Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan kita. Semua kegiatan yang kita lakukan berhubungan dengan 13 lingkungan. Lingkungan dapat menjadi teman atau musuh kita, tergantung bagaimana kita memperlakukannya, Santoso (2016). Hubungan perusahaan dengan lingkungan adalah hubungan sebab akibat, dimana jika perusahaan merawat lingkungan maka lingkungan akan memberikan manfaat kepada perusahaan. Sudah kewajiban perusahaan untuk peduli terhadap lingkungan hidup dan berkelanjutan keragaman hayati. Misalnya, penghijauan lingkungan hidup, perbaikan pemukiman, serta pengembangan pariwisata (*ekoturisme*).

## **B. Theory Reasoned Action (TRA)**

*Theory Reasoned Action* (TRA) dicetuskan oleh Ajzen pada tahun 1975. Asumsi dasar yang disusun pada teori ini adalah bahwa manusia berperilaku dengan cara yang sadar dan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia. Pada teori ini, dilakukan atau tidak dilakukannya suatu perilaku ditentukan oleh niat seseorang. Niat melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu dipengaruhi oleh dua penentu dasar yang pertama berhubungan dengan sikap (*attitude towards behavior*) yang kedua berhubungan dengan pengaruh sosial yaitu norma subyektif (*subjective norms*). Untuk mengungkapkan pengaruh sikap dan norma subyektif terhadap niat untuk dilakukan atau tidak dilakukannya perilaku, Ajzen melengkapi teori tersebut dengan keyakinan (*beliefs*), bahwa sikap berasal dari keyakinan

terhadap perilaku (behavioral beliefs), sedangkan norma subyektif berasal dari keyakinan normatif (normative beliefs). Secara skematik Theory Reasoned of Action digambarkan pada skema berikut :

Gambar 3 Skema Theory Reasoned of Action

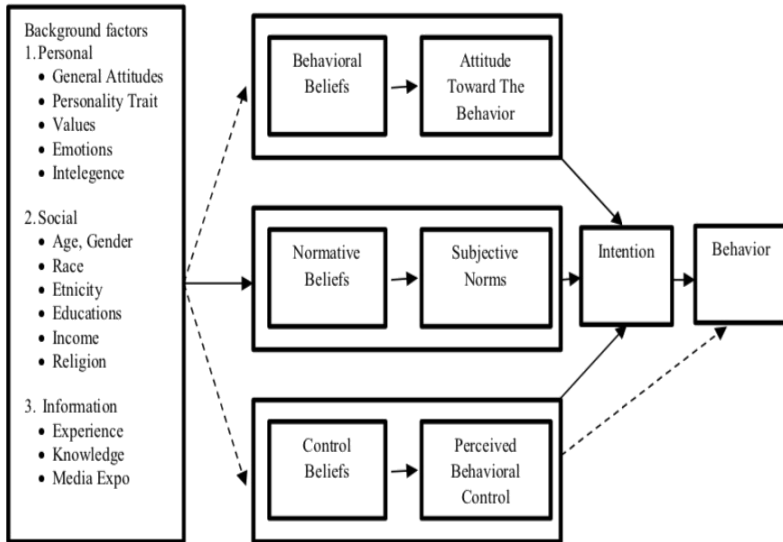


Sumber: Ajzen dan Fishbein (1980)

### C. Theory Of Planned Behavior (TPB )

Pengembangan lebih lanjut dari *Theory Reasoned of Action* (TRA ) adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB). (Ajzen, 1985), dalam TPB menambahkan variabel yang belum ada dalam TRA yaitu persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Penambahan variabel persepsi kontrol perilaku adalah untuk memahami keterbatasan yang dimiliki individu dalam rangka melakukan perilaku tertentu, dengan kata lain dilakukan atau tidak dilakukannya suatu perilaku tidak hanya ditentukan oleh sikap dan norma subjektif tetapi juga oleh persepsi individu terhadap kontrol yang dapat dilakukannya yang bersumber pada keyakinan dirinya terhadap kontrol tersebut (*control beliefs*). (Ajzen, 1991) kemudian melengkapi TPB dengan menambahkan faktor latar belakang individu, sehingga secara skematik TPB dijelaskan dalam skema di Gambar berikut:

Gambar 4 Skema Theory Of Planned Behavior



Sumber: Ajzen, I., 1991

Model Perilaku Yang Direncanakan (*Theory Planned Behavior*) mengandung beberapa variabel, antara lain:

1. Keyakinan Perilaku (*behavioral beliefs*), yaitu hal-hal yang diyakini oleh individu mengenai sebuah perilaku dari segi positif dan negatif, sikap terhadap perilaku atau kecenderungan untuk bereaksi secara afektif terhadap suatu perilaku dalam bentuk suka atau tidak suka pada perilaku tersebut.
2. Hubungan pengaruh latar belakang individu ditunjukkan terhadap keyakinan perilaku dan kontrol perilaku ditunjukkan dengan garis putus-putus untuk menunjukkan bahwa variabel keyakinan perilaku dan kontrol perilaku berasal dari dalam diri sedangkan keyakinan normatif berasal dari pengaruh luar individu Keyakinan Normatif (*normative beliefs*), merupakan hal – hal yang berkaitan langsung dengan pengaruh lingkungan. Menurut (Ajzen, 1991) faktor lingkungan sosial khususnya orang-orang

yang berpengaruh bagi kehidupan individu dapat mempengaruhi keputusan individu.

3. Norma subjektif (*subjective norms*) adalah sejauh mana seseorang memiliki motivasi untuk mengikuti pandangan orang terhadap perilaku yang akan dilakukannya (*normative beliefs*). Jika individu merasa itu adalah hak pribadinya untuk menentukan apa yang akan dia lakukan dan bukan ditentukan oleh orang lain disekitarnya maka dia akan mengabaikan pandangan orang tentang perilaku yang akan dilakukannya. Menurut (Fishbein and Ajzen, 1975) fenomena yang menggambarkan apakah pandangan seseorang dalam hidupnya dipengaruhi oleh orang lain dalam berperilaku disebut sebagai *motivation to comply*.
4. Keyakinan bahwa suatu perilaku dapat dilaksanakan (*control beliefs*) diperoleh dari berbagai hal diantaranya yang pertama adalah pengalaman melakukan perilaku yang sama sebelumnya atau pengalaman yang diperoleh karena melihat perilaku orang lain (misalnya teman, orang tua) sehingga mereka memiliki keyakinan bahwa mereka pun akan dapat melaksanakannya. Selain pengetahuan, ketrampilan, dan pengalaman, keyakinan individu mengenai suatu perilaku ditentukan juga oleh tersedianya fasilitas untuk melaksanakannya, waktu yang tersedia untuk melaksanakan perilaku, dan kemampuan yang dimiliki untuk mengatasi setiap kesulitan yang menghambat pelaksanaan perilaku.
5. Persepsi kemampuan mengontrol (*perceived behavioral control*), yaitu keyakinan (*beliefs*) bahwa individu pernah melaksanakan atau tidak pernah melaksanakan perilaku tertentu, individu memiliki fasilitas waktu dan fasilitas penunjang untuk melakukan suatu perilaku, kemudian individu menilai kemampuan dirinya apakah dia punya kemampuan atau tidak memiliki kemampuan untuk

melaksanakan perilaku. Perspektif kemampuan mengontrol dapat mempengaruhi secara langsung terhadap perilaku yang hubungannya ditunjukkan garis panah putus-putus maupun melalui niat untuk melakukan perilaku

6. Niat untuk melakukan perilaku (behavioral intention) adalah kecenderungan seseorang untuk memilih melakukan atau tidak melakukan sesuatu tindakan. Niat ini dipengaruhi oleh sejauh mana individu memiliki sikap positif pada perilaku tertentu, dan sejauh mana mendapat dukungan dari orang-orang lain yang berpengaruh dalam kehidupannya.
7. Latar belakang (background factors) seperti : usia, jenis kelamin, status sosial ekonomi, suasana hati, sifat kepribadian serta pengetahuan akan mempengaruhi sikap dan perilaku individu terhadap sesuatu hal. Faktor latar belakang pada dasarnya adalah sifat yang hadir di dalam diri seseorang yang dalam model Kurt Lewin dikategorikan ke dalam aspek (organism). (Ajzen, 1991) dalam teori TPB memasukkan tiga faktor latar belakang yaitu Personal, Sosial, dan Informasi. Faktor personal antara lain sikap umum seseorang terhadap sesuatu, sifat kepribadian (personality traits), nilai hidup (values), emosi, dan kecerdasan yang dimilikinya. Faktor sosial antara lain usia, jenis kelamin (gender), etnis, pendidikan, penghasilan, dan agama. Faktor informasi antara lain pengalaman, pengetahuan dan ekspose pada media

#### **D. *Resource-Based View Theory (RBV)***

Resource-based View theory (RBV) atau pandangan berbasis sumber daya perusahaan merupakan kerangka kerja yang menekankan pada pemahaman sumber-sumber keunggulan kompetitif berkelanjutan perusahaan (Barney, 1991). Sumber daya perusahaan dapat meliputi seluruh asset, kapabilitas, proses administrasi, atribut perusahaan, informasi, knowledge dan

lainnya yang dikendalikan perusahaan dan memungkinkan perusahaan untuk merumuskan dan mengimplementasikan strategi yang akan meningkatkan efisiensi dan efektivitasnya (Barney, 1991). Barney mengelompokan sumber daya perusahaan ke dalam tiga katagori yaitu 1) physical capital resources meliputi tehnologi yang digunakan perusahaan, pabrik, peralatan, lokasi usaha dan akses ke bahan baku, 2) human capital resources meliputi pengalaman, kemampuan, kecerdasan individu yang ada didalam perusahaan, dan 3) organizational capital resources meliputi struktur pelaporan, pengawasan baik di dalam maupun hubungan dengan lingkungan luar perusahaan.

RBV memberikan perhatian untuk menganalisis kinerja organisasional dari sumber daya mereka dibandingkan dengan aktivitas pasar produk (Wernerfelt, 2013). Ketika sumber daya yang dimiliki, kemampuan dan kompetensi menghasilkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan dan dapat meningkatkan kinerja organisasional diatas normal. (Wernerfelt, 1984) lebih lanjut menjelaskan bahwa RBV merupakan dasar keunggulan kompetitif organisasi yang utamanya terletak pada sekumpulan aset berwujud atau tidak berwujud perusahaan. RBV menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan ketika sumber daya dikelola sedemikian rupa sehingga apa yang dihasilkan sulit untuk ditiru oleh pesaing. Ditambahkan oleh (Carmeli and Tishler, 2004). bahwa sumber daya yang strategik merupakan aset spesifik dalam organisasi publik dan salah satu aset strategik perusahaan adalah memiliki human capital yang strategik.

# BAB IV

## MANAJEMEN STRATEGI

### A. Definisi Manajemen Strategi

Manajemen strategis adalah proses yang melibatkan pemilihan dan penerapan strategi untuk memastikan organisasi dapat mempertahankan kinerjanya (Barney, 2007). Strategi, dalam konteks ini, merujuk pada pola alokasi sumber daya yang memungkinkan organisasi mencapai tujuan yang diinginkan. Grant (2008) mendefinisikan strategi sebagai rencana menyeluruh mengenai penggunaan sumber daya untuk menciptakan posisi yang menguntungkan, dengan tujuan akhir untuk mengembangkan dan mengimplementasikan strategi-strategi yang mendukung keunggulan bersaing.

Menurut Hitt, Ireland, dan Hoslisson (2006), manajemen strategis adalah proses yang membantu organisasi mengidentifikasi apa yang ingin mereka capai dan bagaimana cara mencapainya. Dalam perekonomian global yang kompetitif, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk dengan nilai tinggi kepada konsumen untuk meraih laba di atas rata-rata. David (2005) menyebut manajemen strategis sebagai seni dan ilmu dalam merumuskan, mengimplementasikan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional untuk mencapai tujuan organisasi. Hunger dan Wheelen (2006) menambahkan bahwa manajemen strategis melibatkan serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja jangka panjang perusahaan.

Dari berbagai definisi tersebut, terdapat beberapa poin penting mengenai manajemen strategis:

1. Pembuatan strategi: melibatkan pengembangan misi dan tujuan jangka panjang, identifikasi peluang dan ancaman eksternal, serta kekuatan dan kelemahan organisasi, pengembangan alternatif strategi, dan pemilihan strategi yang sesuai.
2. Penerapan strategi: melibatkan penetapan sasaran operasional tahunan, kebijakan organisasi, memotivasi anggota organisasi, dan alokasi sumber daya untuk mengimplementasikan strategi yang dipilih.
3. Evaluasi dan kontrol strategi: mencakup pemantauan hasil dari pembuatan dan penerapan strategi, pengukuran kinerja individu dan organisasi, serta pengambilan langkah perbaikan jika diperlukan.

Manajemen strategis fokus pada integrasi aspek-aspek manajemen, pemasaran, keuangan/akuntansi, produksi/operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi untuk mencapai keberhasilan organisasi.

Manajemen strategis dikatakan efektif jika mampu menginformasikan seluruh karyawan mengenai sasaran bisnis, arah bisnis, kemajuan pencapaian sasaran, serta rencana terkait pelanggan, pesaing, dan produk. Komunikasi yang efektif adalah kunci keberhasilan manajemen strategis.

Tujuan penerapan manajemen strategis dalam perusahaan antara lain:

1. Memberikan arah pencapaian tujuan organisasi/perusahaan, di mana manajer strategi harus mampu menunjukkan arah yang jelas kepada semua pihak yang terlibat.
2. Membantu mempertimbangkan kepentingan berbagai pihak yang terkait dengan perusahaan (stakeholder benefits), yang sangat penting bagi kesuksesan atau kegagalan perusahaan.

3. Mengantisipasi perubahan dengan menyiapkan pedoman dan pengendalian, memperluas kerangka waktu berpikir eksekutif puncak, serta memahami kontribusi yang baik untuk masa kini dan masa depan.

Menghubungkan efisiensi dan efektivitas, di mana manajer harus memperhatikan kemampuan efisiensi sekaligus berusaha bekerja lebih baik dan efektif.

## **B. Peran Manajemen Strategi**

Untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh suatu organisasi atau perusahaan, penerapan manajemen strategis sangat penting guna memastikan bahwa semua tujuan bersama dapat dicapai dengan optimal. Implementasi manajemen strategis dalam organisasi memungkinkan setiap unit atau bagian melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya secara efektif dan efisien. Dalam konteks perkembangan zaman saat ini, di mana banyak organisasi melakukan ekspansi pasar untuk meraih keuntungan maksimal, langkah strategis dan taktik yang tepat sangat diperlukan untuk memastikan langkah-langkah yang diambil pimpinan dijalankan secara efektif.

Persaingan yang ketat meningkatkan daya saing, yang berkaitan erat dengan pemahaman mekanisme pasar, standar, dan benchmarking, serta kecepatan dan ketepatan dalam penyampaian produk yang mampu menciptakan nilai tambah. Oleh karena itu, peningkatan daya saing organisasi dipengaruhi oleh kreativitas, kapasitas, teknologi yang digunakan, dan jangkauan pemasaran yang dicapai. Hal ini tercermin dari kualitas produk, produktivitas yang tinggi, dan pelayanan yang baik.

Esensi manajemen strategis dalam pengembangan daya saing organisasi, baik yang bersifat nirlaba maupun berorientasi laba, dapat dijabarkan dalam beberapa aspek utama berikut:

1. **Pertumbuhan dan Keberlanjutan:** Hal ini dicirikan oleh kegiatan yang lebih besar dari organisasi, yang berdampak pada peningkatan kesejahteraan sumber daya manusia (SDM). Pencapaian kondisi tersebut dicapai melalui kerja sama antar individu yang dapat mewujudkan sinergi perkembangan organisasi sesuai dengan siklus organisasi, yaitu pengenalan, pertumbuhan, kedewasaan, dan pembaharuan, dengan mempertimbangkan perubahan internal maupun eksternal yang bersifat fundamental, incremental, dan radikal sesuai dengan keinginan konsumen serta persaingan ketat yang penuh risiko dan ketidakpastian.
2. **Berpikir Strategis:** Berpikir strategis mencakup pemahaman pentingnya faktor waktu (masa lalu, kini, dan masa depan), proses kontinu (siklus), dan iteratif (sekuens pembelajaran) dalam mengidentifikasi kegiatan yang menjanjikan ke depan. Hal ini berbasis pada pemetaan kemampuan superioritas yang dimiliki, seperti sumber daya alam (SDA), sumber daya manusia (SDM), dan sumber daya bisnis (SDB), dengan memperhatikan faktor-faktor makro seperti politik, ekonomi, teknologi, dan sosial budaya. Realisasi berpikir strategis ditunjukkan melalui konsep masukan, proses, dan keluaran dalam mengelola perubahan sesuai dengan peluang maupun ancaman yang dihadapi, yang melibatkan pembentukan kelompok kerja, inventarisasi kegiatan, keterlibatan unit kerja, dan status kegiatan.
3. **Manajemen Strategis:** Implementasi manajemen strategis ditentukan oleh tahapan identifikasi lingkungan internal dan eksternal, perumusan strategi, implementasi strategi, serta pemantauan dan evaluasi strategi. Sistem ini melibatkan analisis lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan: sumber daya, kapabilitas, dan kompetensi inti)

dan eksternal (peluang dan ancaman) yang dikenal sebagai analisis SWOT. Pendekatan ini juga mempertimbangkan peran kebijakan, strategi, dan fungsi untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi secara luas maupun spesifik, seperti masuknya pendatang baru, ancaman produk pengganti, kekuatan tawar menawar pembeli, dan kekuatan tawar menawar pemasok.

Dalam proses manajemen strategis, pernyataan visi, misi, dan tujuan sangat penting sebagai jawaban terhadap pencanangan strategi yang telah disusun berdasarkan tingkatannya (korporat, bisnis, dan fungsional) yang didasarkan pada konsistensi dan keterpaduannya dalam kerangka kerja proses pengambilan keputusan organisasi untuk jangka panjang. Struktur organisasi, dengan berbagai bentuknya (sederhana, fungsional, divisional, matriks, unit bisnis strategis), memainkan peran penting dalam pencapaian tujuan dari kebijakan yang dibuat.

### **C. Manfaat Manajemen Strategi**

Menggunakan manajemen strategis sebagai kerangka kerja untuk menyelesaikan masalah strategis dalam organisasi, terutama yang berkaitan dengan persaingan, mendorong manajer untuk berpikir lebih kreatif dan strategis. Pendekatan ini memungkinkan pemecahan masalah dengan menghasilkan dan mempertimbangkan lebih banyak alternatif berdasarkan analisis yang cermat, yang dapat menghasilkan hasil yang lebih menguntungkan. Ada beberapa manfaat yang dapat diperoleh organisasi dengan menerapkan manajemen strategis, antara lain:

1. Memberikan arah jangka panjang yang jelas.
2. Membantu organisasi beradaptasi dengan perubahan yang terjadi.
3. Meningkatkan efektivitas organisasi.
4. Mengidentifikasi keunggulan komparatif organisasi dalam lingkungan yang semakin berisiko.

5. Meningkatkan kemampuan perusahaan untuk mencegah masalah di masa depan melalui aktivitas perumusan strategi.
6. Meningkatkan motivasi anggota organisasi melalui keterlibatan mereka dalam proses pembuatan strategi.
7. Mengurangi aktivitas yang tumpang tindih.

#### **D. Tahap-Tahap Dalam Manajemen Strategi**

Manajemen strategi adalah proses yang terdiri dari tiga kegiatan utama: perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Perumusan strategi melibatkan beberapa kegiatan penting, termasuk pengembangan misi bisnis, identifikasi peluang dan ancaman eksternal, analisis kekuatan dan kelemahan internal, penetapan tujuan jangka panjang, pengembangan strategi alternatif, dan pemilihan strategi yang akan dilaksanakan. Isu-isu yang dihadapi dalam perumusan strategi mencakup keputusan mengenai bisnis yang akan dimasuki atau dihentikan, alokasi sumber daya, perluasan operasi atau diversifikasi, masuk ke pasar internasional, melakukan merger atau membentuk usaha patungan, dan menghindari pengambilalihan oleh perusahaan pesaing. Keputusan perumusan strategi mengikat organisasi pada produk, pasar, sumber daya, dan teknologi tertentu selama periode waktu tertentu dan menentukan keunggulan bersaing jangka panjang. Keputusan strategis ini memiliki konsekuensi bagi berbagai fungsi utama dan dampak jangka panjang pada organisasi.

Implementasi strategi memerlukan perusahaan untuk menetapkan tujuan tahunan, merumuskan kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya agar strategi yang dirumuskan dapat dilaksanakan. Implementasi strategi mencakup pengembangan budaya yang mendukung strategi, penciptaan struktur organisasi yang efektif, perubahan arah usaha pemasaran, penyiapan anggaran, pengembangan dan

pemanfaatan sistem informasi, serta penghubungan kompensasi karyawan dengan prestasi organisasi. Implementasi strategi sering disebut sebagai tahap tindakan dalam manajemen strategis, di mana karyawan dan manajer di mobilisasi untuk mengubah strategi yang telah dirumuskan menjadi tindakan nyata.

Evaluasi strategi adalah tahap akhir dalam manajemen strategis, di mana manajer perlu mengetahui kapan strategi tertentu tidak berfungsi dengan baik. Evaluasi strategi mencakup usaha untuk memperoleh informasi ini dan memodifikasi strategi di masa depan karena faktor-faktor eksternal dan internal selalu berubah. Tiga aktivitas mendasar dalam evaluasi strategi adalah: meninjau faktor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi saat ini, mengukur prestasi, dan mengambil tindakan korektif. Aktivitas perumusan, implementasi, dan evaluasi strategi terjadi pada tiga tingkat hierarki dalam organisasi besar, yaitu korporasi, divisi atau unit bisnis strategis, dan fungsional.

### **E. Pentingnya Manajemen Strategi Bagi Kewirausahaan**

Manajemen strategis memainkan peran penting dalam keberhasilan kewirausahaan dengan menyediakan kerangka kerja yang terstruktur untuk mengidentifikasi peluang, mengatasi tantangan, dan mencapai tujuan bisnis. Dalam dunia yang kompetitif dan dinamis, wirausahawan harus mampu membuat keputusan strategis yang efektif untuk tetap relevan dan unggul di pasar. Berikut adalah beberapa alasan mengapa manajemen strategis penting bagi kewirausahaan:

#### **1. Visi dan Arah Jangka Panjang**

Manajemen strategis membantu wirausahawan dalam mengembangkan visi dan menetapkan arah jangka panjang bagi bisnis mereka. Dengan memiliki visi yang jelas, wirausahawan dapat menyelaraskan semua upaya dan sumber daya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Ini

memastikan bahwa semua keputusan dan tindakan yang diambil konsisten dengan tujuan jangka panjang organisasi.

## 2. Adaptasi Terhadap Perubahan

Dalam lingkungan bisnis yang terus berubah, kemampuan untuk beradaptasi adalah kunci keberhasilan. Manajemen strategis memungkinkan wirausahawan untuk mengidentifikasi tren pasar dan perubahan lingkungan eksternal yang dapat mempengaruhi bisnis mereka. Dengan demikian, mereka dapat menyesuaikan strategi mereka secara proaktif untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang baru.

## 3. Keunggulan Kompetitif

Manajemen strategis membantu wirausahawan dalam menciptakan dan memelihara keunggulan kompetitif. Melalui analisis mendalam tentang kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal, wirausahawan dapat mengembangkan strategi yang memanfaatkan keunggulan unik mereka dan mengatasi kelemahan. Ini memungkinkan mereka untuk bersaing lebih efektif di pasar.

## 4. Penggunaan Sumber Daya yang Efisien

Dengan menerapkan manajemen strategis, wirausahawan dapat memastikan penggunaan sumber daya yang efisien. Ini termasuk alokasi anggaran, waktu, dan tenaga kerja untuk proyek-proyek yang paling mendukung tujuan strategis. Efisiensi dalam penggunaan sumber daya dapat meningkatkan produktivitas dan mengurangi pemborosan.

## 5. Inovasi Berkelanjutan

Inovasi adalah elemen kunci dalam kewirausahaan. Manajemen strategis mendorong wirausahawan untuk terus mencari cara baru dan lebih baik untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan meningkatkan produk atau layanan mereka. Ini mencakup penelitian dan pengembangan, serta penerapan

teknologi baru yang dapat memberikan keunggulan kompetitif.

#### 6. Mengatasi Risiko

Kewirausahaan seringkali melibatkan risiko yang tinggi. Manajemen strategis membantu wirausahawan dalam mengidentifikasi, menganalisis, dan mengelola risiko secara efektif. Dengan memahami potensi risiko dan mengembangkan rencana mitigasi, wirausahawan dapat meminimalkan dampak negatif dan meningkatkan peluang keberhasilan.

#### 7. Meningkatkan Kinerja Organisasi

Implementasi manajemen strategis dapat meningkatkan kinerja organisasi secara keseluruhan. Dengan menetapkan tujuan yang jelas, merumuskan strategi yang tepat, dan memantau pelaksanaannya, wirausahawan dapat memastikan bahwa seluruh tim bekerja menuju tujuan yang sama. Evaluasi berkelanjutan juga memungkinkan perbaikan terus-menerus dalam proses dan hasil bisnis.

#### 8. Keputusan Berdasarkan Data

Manajemen strategis mendorong pengambilan keputusan berdasarkan data dan analisis yang akurat. Wirausahawan yang menerapkan manajemen strategis menggunakan informasi yang tersedia untuk membuat keputusan yang lebih baik dan terinformasi. Ini mengurangi ketergantungan pada intuisi semata dan meningkatkan akurasi serta keefektifan keputusan.

#### 9. Membangun Hubungan dengan Stakeholder

Manajemen strategis membantu wirausahawan dalam membangun dan memelihara hubungan yang kuat dengan berbagai stakeholder, termasuk pelanggan, pemasok, investor, dan karyawan. Dengan memahami kebutuhan dan ekspektasi stakeholder, wirausahawan dapat mengembangkan strategi

yang memenuhi kepentingan semua pihak, yang pada gilirannya dapat meningkatkan dukungan dan loyalitas.

#### 10. Sustainability Bisnis

Manajemen strategis memastikan keberlanjutan jangka panjang bisnis. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor lingkungan, sosial, dan ekonomi dalam perumusan strategi, wirausahawan dapat mengembangkan model bisnis yang berkelanjutan. Ini tidak hanya membantu dalam memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan tetapi juga memastikan kelangsungan bisnis dalam jangka panjang.

Manajemen strategis adalah elemen kunci dalam kewirausahaan yang menyediakan kerangka kerja terstruktur untuk merumuskan visi jangka panjang, beradaptasi dengan perubahan, menciptakan keunggulan kompetitif, dan menggunakan sumber daya secara efisien. Dengan mendorong inovasi berkelanjutan, mengelola risiko, meningkatkan kinerja organisasi, dan mengedepankan pengambilan keputusan berbasis data, manajemen strategis membantu wirausahawan membangun hubungan yang kuat dengan stakeholder dan memastikan keberlanjutan bisnis. Melalui pendekatan strategis ini, wirausahawan dapat menghadapi tantangan pasar dengan lebih efektif dan mencapai kesuksesan jangka panjang.

#### **F. Risiko Manajemen Strategi**

Manajemen strategis sebagai kerangka kerja dalam mengatasi masalah strategis dalam organisasi, khususnya terkait persaingan, mendorong manajer untuk berpikir lebih kreatif dan strategis. Pemecahan masalah melalui analisis yang teliti dan pertimbangan berbagai alternatif dapat menghasilkan hasil yang lebih menguntungkan. Beberapa manfaat yang diperoleh organisasi dengan menerapkan manajemen strategis meliputi:

1. Memberikan arah jangka panjang bagi organisasi.
2. Membantu organisasi beradaptasi dengan perubahan yang terjadi.
3. Meningkatkan efektivitas organisasi.
4. Mengidentifikasi keunggulan komparatif organisasi dalam lingkungan yang berisiko.
5. Meningkatkan kemampuan perusahaan untuk mencegah masalah di masa depan.
6. Meningkatkan motivasi anggota organisasi melalui keterlibatan dalam pembuatan strategi.
7. Mengurangi aktivitas yang tumpang tindih.
8. Mengurangi keengganan karyawan lama untuk berubah.

Namun, terdapat beberapa risiko yang perlu diperhitungkan dalam proses perencanaan strategis, yaitu:

1. Waktu yang digunakan para manajer dalam proses manajemen strategis dapat mengganggu tanggung jawab operasional mereka.
2. Jika para pembuat strategi tidak terlibat langsung dalam penerapan, mereka dapat menghindari tanggung jawab pribadi atas keputusan yang diambil.
3. Partisipasi bawahan dalam penerapan strategi dapat menimbulkan kekecewaan jika tujuan dan harapan mereka tidak tercapai.

Untuk mengatasi risiko-risiko ini, manajer perlu dilatih untuk meminimalkan risiko dengan cara:

1. Menjadwalkan kewajiban manajer agar mereka dapat mengalokasikan waktu secara efisien.
2. Membatasi manajer dalam proses perencanaan untuk membuat komitmen yang realistis terhadap kinerja yang dapat mereka capai bersama bawahannya.
3. Mengantisipasi dan menanggapi keinginan bawahan, seperti peningkatan ganjaran.

Sebagai suatu kesatuan, organisasi perlu menerapkan dan mengembangkan kemampuan manajemen internalnya untuk mencapai tujuan dengan mengarahkan potensi dan strategi yang tepat. Proses manajemen strategis dapat dijelaskan sebagai pendekatan objektif, logis, dan sistematis untuk membuat keputusan besar dalam organisasi. Proses ini berusaha mengorganisasikan informasi kualitatif dan kuantitatif sehingga memungkinkan pengambilan keputusan efektif dalam kondisi yang tidak pasti. Berdasarkan pengalaman, penilaian, dan perasaan, intuisi memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan strategis, terutama dalam situasi yang sangat tidak menentu atau tanpa preseden. Manajemen strategis didasarkan pada keyakinan bahwa organisasi harus terus-menerus memonitor peristiwa dan tren internal serta eksternal sehingga dapat melakukan perubahan tepat waktu. Teknologi informasi dan globalisasi adalah perubahan eksternal yang mengubah bisnis dan masyarakat saat ini, dengan arus informasi yang cepat menghilangkan batas negara dan menciptakan dunia tanpa perbatasan dengan warga negara global, pesaing global, pelanggan global, pemasok global, dan distributor global.

# BAB V

## ENTERPRENEURSHIP

### A. Pandangan Teoritis Tentang Learning Entrepreneurship

Pembelajaran kewirausahaan sering digambarkan sebagai proses berkelanjutan yang memfasilitasi pengembangan pengetahuan yang diperlukan untuk menjadi efektif dalam memulai dan mengelola usaha baru. Pendidikan kewirausahaan dirancang untuk mengembangkan keterampilan Keterampilan dan nilai yang diperlukan untuk mengidentifikasi peluang bisnis dan mengatur serta memulai bisnis baru (Brown dalam Prince Famous Izedonmi dan Chinonve Okafor. 2010). Hood and Young dalam Lo Choi Tung (2011: 35), Kewirausahaan Disebutkan bahwa tujuan dari pendidikan rumah adalah untuk mengajari orang bagaimana memulai bisnis baru dengan sukses dan menghasilkan pendapatan, sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi. Pendidikan kewirausahaan bertujuan untuk mengajarkan siswa bagaimana memulai dan menjalankan bisnis baru untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.

Alberti dan Poli, dalam Rahmah pada tahun 2017, menyatakan bahwa pendidikan kewirausahaan adalah proses terstruktur dan formal dalam menanamkan pengetahuan kewirausahaan, termasuk pendidikan keterampilan, konsep, dan peningkatan kesadaran spiritual pribadi. Pendidikan kewirausahaan mengubah pola pikir, sikap dan perilaku siswa menjadi kewirausahaan, memungkinkan mereka untuk memilih kewirausahaan sebagai pilihan karir masa depan mereka (Lestari et al., 2012). Pendidikan kewirausahaan merupakan titik kunci

dalam mendorong pilihan karir individu, sehingga memfasilitasi penciptaan bisnis baru dan pertumbuhan ekonomi (Alhaji, 2015).

Menurut Johannisson yang dikutip oleh Rahmah (2018), pendidikan kewirausahaan memiliki lima dimensi. Artinya, tahu apa (know what), tahu mengapa (know why), tahu siapa (know who), tahu bagaimana (know how), tahu kapan. (Know When) adalah landasan pendidikan kewirausahaan, pemahaman tujuan tindakan, self-efficacy, dan kemampuan untuk mempengaruhi lingkungan individu setiap siswa dan menjalin hubungan yang mendukung dengan orang-orang dekat.

Penelitian terbaru tentang pendidikan kewirausahaan telah pindah dari masalah konten ke proses belajar dan mengajar. Ini mengasumsikan bahwa memang ada kondisi kerangka konseptual untuk menghubungkan pembelajaran dan pengajaran. Makalah ini menggabungkan aspek-aspek ini untuk menyajikan kerangka umum yang memfasilitasi metakompetensi individu dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi intervensi di kelas. Kami menerapkan taksonomi struktur perbedaan individu untuk proses pembelajaran risiko, menunjukkan bahwa kasih sayang dan empati harus dimasukkan dalam pembelajaran kewirausahaan dan kewirausahaan bersama kognisi. Dengan demikian, ia menawarkan pendekatan baru untuk merencanakan, menyampaikan, dan mengevaluasi hasil dan dampak pendidikan kewirausahaan.

## **B. Keterampilan, Pengetahuan dan Sikap**

Bolton dan Thompson (2003:74) berpendapat bahwa kewirausahaan adalah fungsi tidak hanya dari temperamen atau bakat tetapi juga teknik. Bakat adalah kemampuan alami, dan hal-hal yang dibawa sejak lahir, sedangkan temperamen mencerminkan kebutuhan dan dorongan mereka. Thompson berpendapat bahwa bakat dan temperamen membuat wirausahawan seperti apa adanya. Temperamen harus dikelola

jika sebagian besar ingin dibuat dari bakat. Jika kita mengidentifikasi orang dengan bakat dan temperamen yang tepat, kita dapat meningkatkan teknik mereka untuk menambah nilai; kembali ke analogi kristal, teknik pengrajin mengubah berlian kasar menjadi berlian yang sangat berharga.

### **C. Intuisi dan Faktor Keberuntungan**

Coulter (2003: 91) menekankan nilai intuisi dalam menghasilkan ide, di mana kita secara tidak sadar membuat keputusan berdasarkan akumulasi pengetahuan dan pengalaman kita. Ini sering disebut sebagai firasat dan dapat menjadi sumber ide yang kuat, bila digunakan dengan tepat. Pengusaha paling sukses juga sering berkomentar bahwa mereka beruntung memiliki ide yang tepat pada waktu yang tepat. Yang benar adalah bahwa penciptaan ide terstruktur yang dikombinasikan dengan intuisi mungkin merupakan pendekatan yang sukses untuk menghasilkan ide dan, tidak diragukan lagi, juga mengarah pada keberuntungan. Dalam praktiknya, keseimbangan antara nilai dan intuisi yang mendefinisikan kemampuan kewirausahaan dan inovatif. Pertanyaannya adalah seberapa banyak dari hal ini dapat dipelajari, dan seberapa efektif keterampilan dapat ditransfer ke konteks yang berbeda.

Perusahaan menyoroiti hubungan antara keterampilan, sikap, dan pengetahuan yang dipelajari. Ini juga menarik perhatian kita pada betapa pentingnya sistem pendidikan dalam membina bakat. Sistem pendidikan yang sebagian besar dari kita dibesarkan dengan mengajarkan pemikiran logis, deduktif, dan mereka yang berkembang di dalamnya menjadi sangat terlatih dalam seni. Sebaliknya, hanya sedikit yang benar-benar terpapar pada pemikiran lateral, sebuah istilah yang diperkenalkan oleh Edward De Bono. Ini menggambarkan pendekatan alternatif untuk masalah, datang pada mereka dari yang berbeda sudut pandang. Kewirausahaan memainkan peran penting dalam

penciptaan dan pertumbuhan bisnis, serta dalam pertumbuhan dan kemakmuran daerah dan bangsa.

Peluang wirausaha adalah “situasi dimana barang, jasa, bahan mentah, dan metode pengorganisasian baru dapat diperkenalkan dan dijual dengan harga lebih besar daripada biaya produksinya.” Misalnya, sebuah peluang kewirausahaan dapat berasal dari memperkenalkan produk teknologi yang ada yang digunakan di satu pasar untuk menciptakan pasar baru. Atau, peluang wirausaha dapat menciptakan produk teknologi baru untuk pasar yang ada atau menciptakan produk/layanan baru dan pasar baru. Tema yang berulang adalah bahwa kewirausahaan kesempatan mewakili sesuatu yang baru.

Namun, kemungkinan seperti itu membutuhkan individu yang giat atau sekelompok individu yang giat untuk mengenali, mengevaluasi, dan memanfaatkan situasi ini sebagai peluang yang memungkinkan. Oleh karena itu, kewirausahaan memerlukan tindakan-tindakan kewirausahaan melalui penciptaan produk/proses baru dan/atau masuk ke pasar baru, yang mungkin terjadi melalui organisasi yang baru dibuat atau dalam organisasi yang sudah mapan, memiliki awal yang cukup sederhana; tindakan kewirausahaan dimulai pada perhubungan peluang yang menguntungkan dan individu yang giat.

#### **D. Pandangan Teoritis Tentang Peluang**

Secara eksplisit mengakui bahwa peluang adalah inti dari kewirausahaan, mereka memiliki perbedaan pandangan tentang bagaimana peluang dan pengusaha terkait. Schumpeter berpendapat bahwa ketidaksempurnaan pasar (peluang) diciptakan ketika pengusaha memperkenalkan inovasi baru. Pengusaha Kirzner, berpendapat bahwa kewaspadaan, menemukan beberapa ketidakseimbangan di pasar (ketidaksempurnaan), dan mencari keseimbangan melalui kewirausahaan. Wirausahawan Kirzner tidak harus menciptakan

sesuatu yang baru tetapi harus mampu mengenali dan memanfaatkan apa yang sudah ada. Dengan kata lain, tidak apa-apa untuk menjadi peniru.

Dengan kata lain, pengusaha Schumpeter berada di tepi kurva produksi dan berusaha mendorong kurva ke luar, sehingga menciptakan kekayaan ekonomi pribadi dan sosial. Pengusaha Kirzner ada di dalam kurva dan berusaha mencapai tepi kurva produksi dengan cara kewirausahaan (Landström 2005). Kami membahas pengenalan peluang secara lebih rinci nanti dalam buku ini. Yang penting disini caranya cerita di media dengan mudah mengabaikan perbedaan teoretis ini, tetapi mereka adakah ketika kita melihat perusahaan teknologi mutakhir dan mereka yang berada di sektor industri yang lebih tradisional. Akademisi suka berdebat dalam tradisi mana yang didahulukan, ayam atau telur. Ini dimainkan di kalangan akademis dengan perdebatan yang sedang berlangsung tentang apakah ada peluang di luar sana bagi semua orang untuk menemukan dan kemudian mengeksploitasi atau apakah peluang diciptakan atau dibentuk oleh wirausahawan (Alvarez dan Barney 2013).

Dalam kasus sebelumnya, keberadaan peluang diambil seperti yang diberikan dan bagaimana peluang terbentuk tidak berdampak pada bagaimana seorang pengusaha mengeksploitasinya. Terakhir adalah baru-baru ini kesadaran bahwa peluang dapat dibentuk dengan cara yang sangat berbeda dan bahwa proses pembentukan sebenarnya dapat mempengaruhi proses dimana peluang dimanfaatkan. Implikasi praktis dari perbedaan ini, bagaimanapun, penting. Salah satu pendekatan mengatakan bahwa siapa pun dapat melihat peluang jika mereka waspada. Yang lain melihat peluang sebagai sesuatu yang unik bagi individu. Ada kemungkinan keduanya benar tetapi peluangnya berbeda. Kami harap kami tidak membuat Anda bosan dengan wacana akademik ini, tetapi kami merasa bahwa seringkali pers populer cenderung berpikir bahwa semua

pengusaha adalah sama, namun penelitian menunjukkan sesuatu yang jauh berbeda.

### **E. Pandangan Teoritis tentang Entrepreneur Orientation**

Sebagaimana disebutkan dalam pendahuluan, sebagian besar ulama setuju dengan melihat bahwa derajat CE dapat diukur dengan tiga dimensi: Inovasi, Proaktif dan Pengambilan Risiko, seperti yang disebutkan dalam pendahuluan (Knight, 1997; Covin & Slevin, 1991; Miller & Friesen, 1983). Namun beberapa penulis, seperti Lumpkin dan Dess (1996) berpendapat bahwa lima dimensi, bukan tiga seharusnya digunakan untuk mengukur kewirausahaan; yaitu otonomi, agresivitas kompetitif, proaktif, inovatif, dan berani mengambil risiko. Berbeda dengan mereka pandangan, Morris et al. (2006) mengkritik dimasukkannya agresivitas kompetitif sebagai dimensi tersendiri, karena dalam isinya, agresivitas kompetitif sebagian besar tumpang tindih jika bukan bagian dari proaktif.

Mengikuti saran dari Kreiser et al, (2002) penelitian ini mencakup orientasi pertumbuhan sebagai yang kelima, pengukuran independen manajemen kewirausahaan. Gagasan manajemen kewirausahaan memungkinkan pengusaha untuk dipekerjakan manajer. Perspektif yang diambil konsisten dengan penelitian sebelumnya (lih. Foss et al, 2006; Burgelman, 1983b; Kanter, 1989, 1985) menunjukkan bahwa dalam modern perusahaan semakin mendorong kewirausahaan di semua tingkat organisasi untuk memfasilitasi resolusi kekakuan kemampuan organisasi paradoks. Pengakuan peluang bersama dengan penciptaan nilai melalui kombinasi sumber daya baru adalah kewirausahaan, apakah itu benar-benar melibatkan kepemilikan atau tidak (Foss et al, 2006). Adapun Deskripsi dari masing-masing dimensi pengukuran Orientasi kewirausahaan disusun sebagai berikut secara lebih rinci :

1. Otonomi mengacu pada tindakan independen dari individu atau tim dalam memunculkan ide atau visi. Secara umum, itu berarti kemampuan dan kemauan untuk mengejar peluang, meskipun faktor-faktor seperti ketersediaan sumber daya, tindakan oleh saingan kompetitif, atau pertimbangan internal organisasi dapat mengubah inisiatif, tetapi tidak cukup untuk memadamkannya (Lumpkin & Dess, 1996). Sebagai konsekuensi dari pendelegasian wewenang kepada unit operasi (Szabó, 2005) di perusahaan wirausaha, dorongan untuk inisiatif baru berasal dari tingkat hierarki. Perusahaan modern semakin mendorong kewirausahaan di semua tingkat organisasi (misalnya, Day dan Wandler, 1998; Lynskey & Yonekura, 2002). Ke menumbuhkan sikap dan perilaku kewirausahaan manajer harus memberikan kebijaksanaan kepada karyawan. Karyawan yang memegang otoritas keputusan dapat dijelaskan sebagai “pengusaha proksi,” melaksanakan penilaian yang didelegasikan atau diturunkan atas nama majikan mereka. Karyawan tersebut diharapkan untuk menerapkan penilaian mereka sendiri untuk keadaan atau situasi baru yang mungkin tidak diketahui oleh pemberi kerja dari sekedar melaksanakan instruksi rutin dengan cara mekanis dan pasif. Ini jenis pengaturan biasanya terlihat dalam literatur manajemen sebagai bentuk pemberdayaan, mendorong karyawan untuk memanfaatkan pengetahuan yang paling dikenal mereka dan memberi mereka insentif yang kuat untuk melakukannya (Foss et al, 2006). Seperti sebelumnya studi (lihat Nyström, 1979) menggambarkan itu pada prinsipnya adalah budaya organisasi yang terdesentralisasi, ingin tahu dan berpikiran terbuka yang memungkinkan perusahaan untuk memenuhi tantangan menemukan dan membentuk kemungkinan baru dan area aplikasi. Korporasi tidak melakukan kegiatan inovasi

mereka dalam isolasi penelitian mereka laboratorium, tetapi membangun dan mempererat kerjasama dengan konsumen mereka atau bahkan pesaing telah menjadi penting (Christensen, 2003). Pandangan ini ditegaskan oleh Castells (2000) yang menunjukkan bahwa korporasi di Silicon Valley mampu menaklukkan perbatasan teknologi karena mereka terus saling memupuk dengan menyebarkan pengetahuan melalui pertukaran karyawan dan ahli mereka. Persahabatan antara orang-orang ini tetap terlepas dari perubahan dalam pekerjaan dan penghentian pekerjaan sehari-hari koneksi: perselisihan profesional tengah malam yang sering terjadi di Mountain View, di bar panggangan Walker's Wagon Wheel telah menghasilkan lebih banyak untuk penyebaran inovasi teknologi dari kebanyakan seminar di Stanford. Sinergi kombinasi struktur organisasi yang terdesentralisasi dan berorientasi pada pelanggan strategi bisnis mempromosikan penggunaan produktif pengetahuan internal dan eksternal. Kemudian dengan Memberikan keleluasaan seperti itu kepada karyawan membawa manfaat dan biaya yang disajikan manajer dengan tradeoff antara mendorong kewirausahaan yang bermanfaat dan memfasilitasi kewirausahaan yang berbahaya di dalam perusahaan (Foss et al, 2006). Sebagai bawahan menjadi kurang dibatasi, mereka juga cenderung terlibat dalam proxy-kewirausahaan "destruktif" juga, mengacu pada kegiatan-kegiatan yang mengurangi surplus sendiri. Fungsi terpenting dari desain organisasi, maka Foss et al. (2006) berpendapat, adalah untuk menyeimbangkan proksi kewirausahaan yang produktif dan destruktif dengan memilih dan menegakkan batasan yang tepat.

2. *Innovativeness* : Berdasarkan konsep kewirausahaan Schumpeter, inovasi mengacu pada: penciptaan produk, layanan, proses, teknologi, dan bisnis baru model (Morris

& Kuratko, 2002). Secara ekonomi, inovasi adalah kombinasi sumber daya dengan cara yang baru dan orisinal. Kewirausahaan, itu adalah penemuan cara baru dan lebih baik dalam melakukan sesuatu. Knight (1997) dan Kreiser dkk. (2002) memperluas definisi bahwa dengan menganggap inovasi sebagai kemampuan, kapasitas dan kemauan perusahaan untuk mendukung kreativitas dan eksperimentasi untuk memecahkan masalah pelanggan yang berulang. Inovasi bukan hanya tentang menghasilkan ide-ide kreatif, tetapi juga melibatkan komersialisasi, implementasi dan modifikasi produk, layanan, dan cara baru untuk memenuhi permintaan pasar melalui kombinasi sumber daya baru. Antoncic dan Hisrich (2001) menghubungkan dimensi inovasi dengan kepemimpinan teknologi, didukung oleh penelitian dan pengembangan (R&D), dalam mengembangkan produk, layanan, dan proses baru. Tujuan inovasi, bagaimanapun, adalah penciptaan keunggulan kompetitif yang dapat dipasarkan daripada penemuan teknologi murni. Sebuah penemuan (cara baru dalam melakukan sesuatu) menjadi inovasi hanya jika bertemu dengan peluang (permintaan untuk cara melakukan sesuatu). Dengan demikian, teknis-teknologi, organisasi, keuangan dan kegiatan komersial sama-sama ada, dan mereka – dalam interaksi dengan satu lain, secara terpadu – menentukan cara mewujudkan ide. Inovasi seperti itu menuntut kemampuan pemrosesan informasi yang luas di seluruh proyek dan batas-batas organisasi (Brown & Eisenhardt, 1997) dan di seluruh disiplin organisasi (Volberda, 1996). sesuatu yang terjadi pada suatu saat. Ini adalah sebuah proses. Oleh karena itu, inovasi menjadi inti dari proses kewirausahaan dan merupakan sarana eksploitasi peluang. Inovasi bukanlah karakteristik dari

pengusaha individu, tetapi tindakan mereka (Gartner, 1988).

3. *Proactiveness* : Proaktif mencerminkan orientasi tindakan dengan perspektif berwawasan ke depan tercermin dalam tindakan yang diambil dalam mengantisipasi permintaan masa depan (Covin & Slevin, 1989; Lumpkin & Dess, 2001). Kreiser dkk. (2002:78) mendefinisikan proaktif sebagai eksekusi agresif dan tindakan tindak lanjut untuk mendorong perusahaan menuju pencapaian tujuannya dengan cara apa pun yang masuk akal yang diperlukan. Proaktif perusahaan terus mencari peluang baru dengan mengantisipasi permintaan masa depan dan mengembangkan produk dan layanan dalam hal kebutuhan pelanggan yang belum terpenuhi. Mereka cenderung menjadi pemimpin industri dalam hal mengembangkan produk baru, prosedur, atau teknologi (Lumpkin dan Dess, 1996). Akibatnya, mereka juga cenderung menjadi inisiator dalam penciptaan atau penemuan atribut baru yang mengarah pada peningkatan penciptaan nilai (Foss et al, 2006). Dengan demikian, proaktif memiliki kepastian atribut yang mendasari seperti antisipasi dan reaksi cepat terhadap peluang; sikap menjadi pelopor atau pengikut cepat; dan penghargaan yang tinggi untuk karyawan inisiatif (Knight, 1997; Stevenson & Jarillo, 1990). Menjadi penggerak pertama daripada menjadi pengikut bukanlah hal yang eksklusif karakteristik, meskipun. Sebuah perusahaan bisa menjadi baru, berpikiran maju, dan cepat tanpa selalu menjadi yang pertama (Lumpkin & Dess, 1996). Keaktifan mencerminkan kesediaan untuk menjadi tidak konvensional daripada mengandalkan metode tradisional bersaing, misalnya melalui tantangan kelemahan pesaing (Lumpkin & Des, 1996).

4. *Risk Management* :Sebelum menguraikan manajemen risiko, istilah kecenderungan untuk mengambil risiko perlu: didefinisikan. Pengambilan risiko mengacu pada kesediaan untuk melakukan sumber daya yang signifikan untuk peluang yang melibatkan peluang yang masuk akal untuk kegagalan yang mahal. Brockhaus (1980) telah menemukan bahwa beberapa pengusaha mungkin berhati-hati dan menghindari risiko di bawah beberapa keadaan dan pengambilan risiko dalam keadaan lain. Sementara menanggung risiko adalah hal yang penting elemen perilaku kewirausahaan, manajer kewirausahaan ditemukan 'hati-hati berani' yaitu mereka cenderung mengambil risiko dengan enggan dan hanya setelah mereka telah melakukan upaya berani untuk menyebarkan risiko mereka pada sumber modal dan sumber daya penyedia (Stevenson, 2006). Pengambilan risiko diasumsikan sebagai sifat yang melekat pada perilaku kewirausahaan, karena pengusaha perlu bertindak dalam kondisi ketidakpastian. Karena disana sedikit jika sama sekali, pengalaman sebelumnya serta tidak ada organisasi lain untuk meniru, pengetahuan tentang kemungkinan strategi sukses sangat terbatas. Meskipun semua upaya bertualang menghadapi ketidakpastian dan kemungkinan menyakitkan kesalahan masalah seperti itu mengambil bentuk yang lebih akut untuk manajer kewirausahaan berhadapan dengan pendiri usaha kecil (Aldrich & Martinez, 2001). Oleh karena itu, pengukuran sejauh mana individu berbeda dalam kesediaan mereka untuk mengambil risiko penuh dengan kesulitan, terutama bila didasarkan pada subjektif evaluasi. Hal ini terjadi, karena apa yang seseorang anggap sebagai "dihitung" pendekatan yang lain mungkin dianggap sebagai "keengganan". Masalah subjektivitas, namun, dapat diatasi dengan memeriksa silang rencana pertumbuhan perusahaan

dengan untuk evaluasi diri CEO. Selain itu, penelitian telah menunjukkan bahwa pengusaha pada umumnya tampaknya lebih suka mengambil risiko tingkat sedang, sehingga cenderung menghindari risiko rendah dan risiko tinggi situasi (Sandberg, 1992). Terutama, mereka menghindari situasi berisiko rendah karena kesuksesan yang mudah diraih bukanlah pencapaian yang sejati. Sebaliknya, hasil proyek berisiko tinggi dianggap sebagai masalah kebetulan terlepas dari menginvestasikan usaha sendiri. Oleh karena itu, risiko biasanya dinilai, dihitung, dan dikelola (Hortoványi & Szabó, 2006a; Morris & Kuratko, 2002). Dari pada melakukan sejumlah besar sumber daya sekaligus, pengusaha bertujuan untuk berinvestasi hanya sejumlah kecil sumber daya selama kontinjensi masa depan terungkap. Oleh menunda komitmen sumber da yang substansial, potensi kerugiannya tetap terjaga minimum jika ide tertentu, bagaimanapun, tidak sesuai dengan harapan.

5. *Growth Orientation* : Sejumlah besar literatur telah menunjukkan bahwa orientasi pertumbuhan dalam itu sendiri merupakan karakteristik kewirausahaan (Cooper et al, 1989). Doa malam (1980) misalnya menunjukkan dalam studinya tentang jenis usaha, bahwa banyak bisnis pemilik tidak pernah berniat bisnis mereka untuk tumbuh lebih dari apa yang mereka anggap sebagai ukuran yang dapat dikontrol. Oleh karena itu, perlu untuk melampaui gagasan tentang kehidupan korporat siklus dan tahapan untuk memahami sebuah perusahaan kewirausahaan (Carland et al. 1984:357). Glueck (1980) membedakan antara usaha kewirausahaan dan apa yang dia sebut bisnis keluarga dengan berfokus pada kebutuhan dan preferensi bertentangan dengan orang-orang bisnis. Glueck menemukan bahwa ketika dalam konflik, kebutuhan

keluarga akan mengesampingkan orang-orang dari bisnis. Sebaliknya, wirausahawan perusahaan akan memilih untuk mengejar pertumbuhan dan pemeliharaan kompetensi khusus melalui perolehan personel terbaik yang tersedia. Akibatnya, tidak semua usaha baru bersifat kewirausahaan; dan wirausaha perusahaan dapat dimulai pada tingkat ukuran apa pun. Faktor penting dalam membedakan manajer kewirausahaan dari yang non-kewirausahaan, dan khususnya kecil pemilik bisnis, adalah adanya tujuan pertumbuhan yang sehat dan diartikulasikan (Davidsson dkk, 2004; Carland dkk, 1984). Ekspektasi pertumbuhan moderat namun, lebih khas (Hortoványi & Szabó, 2006a) sesuai dengan pengamatan bahwa manajer kewirausahaan hati-hati berani, dan karenanya mereka secara bertahap menguji kelayakan ide.

#### **F. Pandangan Teoritis Tentang *Opportunity***

Pada abad kedua puluh, ekonom Joseph Schumpeter, menyatakan bahwa wirausahawan menciptakan nilai “dengan mengeksploitasi penemuan baru atau, lebih umum, kemungkinan teknologi yang belum dicoba untuk memproduksi komoditas baru atau memproduksi komoditas lama dengan cara baru, dengan membuka sumber pasokan bahan baru atau outlet baru untuk produk, dengan mereorganisasi industri” atau cara serupa.

Menurut Schumpeter, inovasi kewirausahaan adalah kekuatan pengganggu yang menciptakan dan menopang pertumbuhan ekonomi, meskipun dalam prosesnya, juga dapat menghancurkan perusahaan yang sudah mapan, membentuk kembali industri, dan mengganggu lapangan kerja. Dia menyebut kekuatan ini sebagai penghancuran kreatif. Schumpeter menjelaskan proses bisnis, termasuk konsep perampingan, yang dirancang untuk meningkatkan efisiensi perusahaan. Dinamika bisnis memajukan ekonomi dan meningkatkan gaya hidup kita,

tetapi perubahan (terkadang melalui teknologi) dapat membuat industri atau produk lain menjadi using

### **G. Pandangan Teoritis Tentang Decision Making**

Pengambilan keputusan atau decision making, proses memilih di antara opsi, merupakan sebuah perilaku manusia yang fundamental. Decision making adalah proses menggambarkan alternatif keadaan, dengan mempertimbangkan adanya berbagai peristiwa dan kejadian, serta bertujuan memilih dan mewujudkan alternatif terbaik dalam kaitannya dengan gaya hidup dan nilai – nilai pribadi manusia. Decision making dapat dilakukan apabila terjadi tiga kondisi, yaitu (1) kesadaran akan risiko serius dari alternatif pilihan, (2) harapan untuk menemukan alternatif yang lebih baik, (3) keyakinan bahwa ada waktu yang cukup sebelum keputusan dibentuk. Seperti fungsi eksekutif manusia yang lain, decision making melibatkan sintesis beragam informasi : multi modal sensory inputs, respon emosional dan autonomik, asosiasi masa lalu, dan tujuan di masa depan. Stimulan ini harus terintegrasi dengan ketidakpastian informasi yang didapat, waktu, usaha- keuntungan, dan risiko, dan kemudian diaplikasikan untuk memilih tindakan yang sesuai.

Meskipun kompleksitas decision making rumit, studi terbaru yang menggunakan berbagai metode telah dimulai untuk menjelaskan komponen dan proses yang mendasari sikap decision making. Terobosan telah dibuat dalam memahami unsur-unsur pengambilan keputusan, tetapi hubungan antara unsur-unsur tersebut tetap tidak jelas dan jelas. Keputusan adalah hasil pemecahan masalah yang perlu ditangani secara tegas. Dalam kamus Besar Ilmu Pengetahuan, keputusan (decision) diartikan sebagai keputusan atau pilihan kebijakan berdasarkan kriteria tertentu. Proses ini melibatkan dua atau lebih pilihan. Karena ketika hanya ada satu pilihan, tidak ada keputusan yang dibuat. Menurut J. Reason, pengambilan keputusan dipandang

sebagai hasil atau hasil dari proses mental atau kognitif yang mengarah pada pemilihan tindakan di antara beberapa pilihan yang tersedia. Semua proses pengambilan keputusan selalu mengarah pada keputusan akhir. G.R Terry menjelaskan bahwa keputusan adalah pilihan berdasarkan kriteria tertentu atas dua atau lebih pilihan yang mungkin. Claude S.George. Menurut Jr., proses pengambilan keputusan dilakukan oleh sebagian besar manajer dalam bentuk kegiatan persepsi dan berpikir yang melibatkan mempertimbangkan, mengevaluasi dan memilih berbagai alternatif.

#### ***H. Decision-Making Women Entrepreneur***

Proses pengambilan keputusan biasanya didasarkan pada identifikasi dan pemilihan alternatif, terutama berdasarkan nilai dan preferensi pembuat keputusan (Hussain, 2017). Strategi pengambilan keputusan bervariasi, yang sangat penting bagi pengusaha. Terutama bagaimana kita memandang, berpikir, dan bereaksi dalam situasi pengambilan keputusan yang tertanam dalam. Oleh karena itu, gaya berpikir biasanya menentukan bagaimana kita membuat keputusan. Gaya berpikir didefinisikan sebagai cara yang lebih disukai dalam menggunakan kemampuan mental untuk memandu aktivitas sehari-hari, termasuk memahami dan memecahkan masalah dan tantangan. Gaya berpikir bervariasi sesuai dengan kondisi dan tuntutan situasi tertentu (Sitterly, 2001), dan berpikir dapat linier atau nonlinier (Downey et al., 2006). Berpikir linier didasarkan pada aturan, rasionalitas, analisis, logika, alasan, dan prediktabilitas sebab dan akibat (Siggelkow dan Rivkin, 2007).

Pemikiran nonlinier, di sisi lain, menekankan intuisi dan intuisi. Ini juga berfokus pada kreativitas, fleksibilitas, wawasan holistik, dan emosi. Oleh karena itu, pemikiran praktis, perencanaan, dan pemecahan masalah dalam lingkungan bisnis global yang kompleks, bergejolak, tidak dapat diprediksi, dan

tidak pasti memerlukan lebih dari sekadar platform pemikiran linier bagi wirausahawan untuk mendorong kesuksesan. Saat memulai usaha bisnis baru, wirausahawan harus mengidentifikasi peluang, menilai keterampilan dan sumber daya yang tersedia, menilai pasar, dan mengalokasikan sumber daya untuk memenuhi tantangan bersama (Noor et al., 2020c). Keputusan masuk wirausahawan memerlukan membayangkan kerangka kerja strategis dan merancang prosedur atau taktik untuk menjalankan strategi bisnis mereka. Hal ini memungkinkan pengusaha untuk mendirikan perusahaan dan menjalankan bisnis mereka secara efektif.

Keputusan untuk bergabung dengan suatu perusahaan merupakan peristiwa strategis yang paling penting dalam kehidupan suatu perusahaan. Keputusan dan dampak dari strategi peluncuran membentuk tindakan selanjutnya, dan perusahaan tidak dapat menjalankan strategi lain tanpanya. Setelah dibuat dampak dari keputusan adalah untuk seumur hidup dan sifatnya ireversibel. Oleh karena itu, penting untuk membuat keputusan yang tepat sejak hari pertama operasi bisnis.

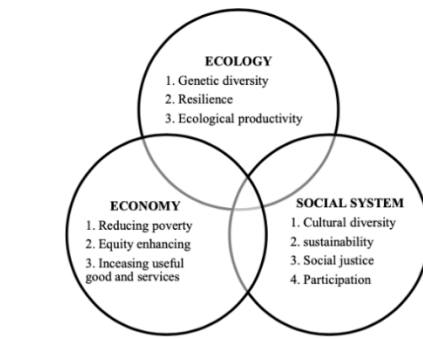
## **I. Pandangan Teoritis Tentang Keberlanjutan**

Sementara banyak kontribusi awal untuk mendefinisikan pembangunan berkelanjutan berasal dari disiplin ilmu ekonomi dan ekologi, ini adalah bidang ketiga yang telah mengakomodasi banyak pekerjaan baru-baru ini. Untuk Starkey dan Walford (2001), misalnya, pembangunan berkelanjutan adalah konsep moral yang berusaha untuk mendefinisikan pembangunan 'adil dan adil'. Mereka menyarankan bahwa karena lingkungan adalah dasar dari semua kegiatan ekonomi dan kehidupan itu sendiri, 'pastilah benar bahwa kualitas dan integritas lingkungan dipertahankan untuk generasi mendatang' Gagasan tentang 'keadilan lingkungan' sekarang menjadi bagian penting dari diskusi kontemporer tentang makna dan praktik pembangunan

berkelanjutan dan membawa keprihatinan moral lebih lanjut: selain perlindungan lingkungan, perhatiannya adalah bagaimana bahaya lingkungan (seperti polusi) dan barang (seperti akses ke ruang hijau) didistribusikan ke seluruh masyarakat.

Keadilan lingkungan juga mencakup perhatian terhadap kesetaraan intervensi pengelolaan lingkungan dan sifat keterlibatan publik dalam pengambilan keputusan. Pemahaman tentang sifat politik pembangunan berkelanjutan dalam praktiknya meningkat; bagaimana solusi yang diusulkan dan pilihan serta pertukaran yang dibuat dapat menimbulkan biaya yang berbeda untuk kelompok orang yang berbeda. Literatur pembangunan berkelanjutan dan pendekatan triple bottom line menekankan manfaat ekonomi, lingkungan dan sosial sebagai tujuan utama pembangunan (Elkington, 1994; Leiserowitz et al., 2006; Dewan Riset Nasional, 1999). Sejalan dengan definisi kami tentang pembangunan berkelanjutan, definisi 'pembangunan' sebagai mengubah kerugian masyarakat saat ini sehingga generasi mendatang dapat memenuhi kebutuhan mereka. meningkat. Konsep keberlanjutan yang digunakan pada umumnya menggunakan konsep three bottom line yang menjelaskan bahwa ketika seorang entrepreneurship perlu memperhatikan 3 aspek dasar yaitu Ecology, Ekonomi, system sosial. seperti gambar 2.4 dibawah ini.

Gambar 5 Aspek Dasar dalam Wirausaha Berkelanjutan



# BAB VI

## PENGAMBILAN KEPUTUSAN

### A. Konsep Pengambilan Keputusan

Kehidupan seorang manajer dalam dunia kewirausahaan adalah penuh dengan serangkaian pengambilan keputusan yang kompleks. Keputusan-keputusan ini tidak hanya penting tetapi juga menentukan keberhasilan atau kegagalan suatu usaha. Oleh karena itu, memahami dan menguasai proses pengambilan keputusan menjadi sangat krusial bagi setiap manajer. Pengambilan keputusan yang efektif memungkinkan manajer untuk merancang dan melaksanakan rencana yang mendukung tujuan strategis kewirausahaan mereka. Artikel ini akan membahas secara mendalam berbagai definisi pengambilan keputusan menurut beberapa ahli dan akan mengembangkan pemahaman tentang pentingnya serta metodologi pengambilan keputusan dalam konteks kewirausahaan.

Pengambilan keputusan adalah inti dari manajemen dan merupakan tugas utama dari seorang manajer. Berbagai ahli telah memberikan definisi mengenai pengambilan keputusan, yang memberikan perspektif yang berbeda namun saling melengkapi.

#### 1. Menurut George R. Terry

Pengambilan keputusan adalah proses memilih alternatif tindakan tertentu dari dua atau lebih alternatif yang tersedia. Definisi ini menekankan pada aspek pemilihan di antara berbagai opsi yang tersedia, yang mencakup evaluasi dan pemilihan yang terbaik.

## 2. Menurut S.P. Siagian

Pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan yang sistematis terhadap penilaian alternatif yang dihadapi dan mengambil tindakan yang dianggap paling tepat berdasarkan perhitungan yang matang. Definisi ini menyoroti pentingnya sistematis dan perhitungan yang matang dalam proses pengambilan keputusan.

## 3. Menurut James A.F. Stoner

Pengambilan keputusan adalah proses yang digunakan untuk memilih suatu tindakan sebagai cara untuk memecahkan masalah. Definisi ini menggarisbawahi bahwa pengambilan keputusan adalah alat untuk penyelesaian masalah, sebuah proses yang berorientasi pada tindakan.

## **B. Pengambilan Keputusan dalam Kewirausahaan**

Kewirausahaan adalah bidang yang penuh dengan ketidakpastian dan risiko. Oleh karena itu, pengambilan keputusan menjadi lebih menantang dan memerlukan pendekatan yang lebih terstruktur dan analitis. Berikut ini adalah beberapa alasan mengapa pengambilan keputusan sangat penting dalam kewirausahaan:

### 1. Menentukan Arah Strategis

Pengambilan keputusan yang tepat membantu menetapkan visi dan arah strategis dari bisnis. Tanpa keputusan yang tepat, sebuah usaha bisa kehilangan arah dan gagal mencapai tujuannya.

### 2. Adaptasi terhadap Perubahan

Dunia bisnis selalu berubah, dan kemampuan untuk membuat keputusan yang cepat dan tepat memungkinkan bisnis untuk beradaptasi dengan perubahan pasar, teknologi, dan regulasi.

### 3. Efektivitas Organisasi

Keputusan yang baik meningkatkan efektivitas organisasi dengan memastikan bahwa sumber daya digunakan secara efisien dan tujuan dicapai secara optimal.

### 4. Keunggulan Kompetitif

Identifikasi dan pemanfaatan keunggulan kompetitif sangat bergantung pada kemampuan manajer untuk membuat keputusan yang tepat dalam menghadapi risiko dan peluang pasar.

### 5. Pencegahan Masalah

Proses pengambilan keputusan yang baik membantu dalam mengidentifikasi potensi masalah sebelum mereka menjadi krisis, memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan strategi pencegahan.

### 6. Motivasi Karyawan

Keterlibatan karyawan dalam proses pengambilan keputusan meningkatkan rasa memiliki dan motivasi, yang pada gilirannya meningkatkan kinerja organisasi.

### 7. Pengurangan Aktivitas Tumpang Tindih

Pengambilan keputusan yang baik membantu dalam merancang struktur organisasi yang lebih efisien, mengurangi aktivitas yang tumpang tindih, dan memastikan alokasi sumber daya yang optimal.

### 8. Penanganan Perubahan Internal

Keputusan yang efektif membantu dalam mengelola perubahan internal, termasuk mengurangi resistensi terhadap perubahan dari karyawan yang telah lama bekerja di perusahaan.

## **C. Metodologi Pengambilan Keputusan**

Proses pengambilan keputusan terdiri dari beberapa tahap yang sistematis, yang membantu memastikan bahwa keputusan yang diambil adalah yang terbaik dan paling tepat

dalam situasi tertentu. Berikut adalah langkah-langkah umum dalam proses pengambilan keputusan:

#### 1. Identifikasi Masalah atau Peluang

Langkah pertama dalam proses pengambilan keputusan adalah mengidentifikasi masalah yang perlu diselesaikan atau peluang yang bisa dimanfaatkan. Ini memerlukan pemahaman yang mendalam tentang situasi saat ini dan analisis data yang relevan.

#### 2. Mengumpulkan Informasi

Setelah masalah atau peluang diidentifikasi, langkah berikutnya adalah mengumpulkan informasi yang relevan. Ini termasuk data internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi keputusan. Informasi ini membantu dalam memahami semua aspek yang terlibat dan merumuskan alternatif keputusan.

#### 3. Mengidentifikasi Alternatif

Berdasarkan informasi yang dikumpulkan, berbagai alternatif solusi atau tindakan harus diidentifikasi. Setiap alternatif harus dianalisis berdasarkan kelebihan dan kekurangannya.

#### 4. Evaluasi Alternatif

Setiap alternatif harus dievaluasi secara kritis untuk menentukan mana yang paling cocok. Evaluasi ini biasanya melibatkan analisis biaya-manfaat, analisis risiko, dan pertimbangan berbagai faktor lainnya yang relevan.

#### 5. Memilih Alternatif Terbaik

Setelah evaluasi, alternatif terbaik dipilih. Keputusan ini harus didasarkan pada analisis yang objektif dan menyeluruh untuk memastikan bahwa solusi yang dipilih adalah yang paling efektif dan efisien.

#### 6. Implementasi Keputusan

Setelah alternatif terbaik dipilih, langkah selanjutnya adalah implementasi. Ini melibatkan perencanaan rinci dan

alokasi sumber daya untuk memastikan bahwa keputusan dapat diimplementasikan dengan efektif.

#### 7. Pemantauan dan Evaluasi

Setelah implementasi, hasil keputusan harus dipantau dan dievaluasi. Ini membantu dalam menentukan apakah keputusan tersebut berhasil dan apakah ada penyesuaian yang diperlukan. Pemantauan dan evaluasi juga menyediakan umpan balik untuk proses pengambilan keputusan di masa depan.

### **D. Tantangan dalam Pengambilan Keputusan**

Pengambilan keputusan dalam kewirausahaan seringkali dihadapkan pada berbagai tantangan yang dapat mempengaruhi efektivitas keputusan. Beberapa tantangan utama meliputi:

#### 1. Ketidakpastian dan Risiko

Kewirausahaan sering kali melibatkan ketidakpastian yang tinggi dan risiko yang signifikan. Manajer harus mampu mengelola ketidakpastian ini dan membuat keputusan yang tetap relevan di tengah situasi yang berubah-ubah.

#### 2. Tekanan Waktu

Banyak keputusan harus dibuat dengan cepat untuk merespon situasi pasar atau operasional yang mendesak. Tekanan waktu ini dapat mengurangi kemampuan manajer untuk melakukan analisis yang mendalam.

#### 3. Keterbatasan Informasi

Keputusan yang baik memerlukan informasi yang akurat dan lengkap. Namun, sering kali informasi yang diperlukan tidak tersedia atau sulit diakses, yang dapat menghambat proses pengambilan keputusan.

#### 4. Keterlibatan Banyak Pihak

Dalam organisasi yang besar, banyak pihak berkepentingan yang terlibat dalam pengambilan keputusan.

Menyeimbangkan kebutuhan dan kepentingan berbagai pihak ini bisa menjadi tantangan tersendiri.

#### 5. Kompleksitas Masalah

Masalah yang dihadapi dalam kewirausahaan sering kali sangat kompleks dan melibatkan banyak variabel. Memahami dan mengelola kompleksitas ini memerlukan keahlian analitis yang tinggi.

### **E. Strategi Mengatasi Tantangan dalam Pengambilan Keputusan**

Untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut, manajer dalam kewirausahaan dapat menerapkan beberapa strategi, antara lain:

#### 1. Pengembangan Kemampuan Analitis

Meningkatkan kemampuan analitis melalui pelatihan dan pendidikan dapat membantu manajer dalam membuat keputusan yang lebih baik. Analisis data yang mendalam dan penggunaan alat-alat analitis dapat memberikan wawasan yang lebih baik.

#### 2. Pemanfaatan Teknologi Informasi

Teknologi informasi dapat digunakan untuk mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data dengan lebih efisien. Sistem informasi manajemen yang baik dapat memberikan dukungan yang signifikan dalam proses pengambilan keputusan.

#### 3. Partisipasi dan Keterlibatan Karyawan

Melibatkan karyawan dalam proses pengambilan keputusan dapat meningkatkan kualitas keputusan dan mengurangi resistensi terhadap implementasi. Partisipasi karyawan juga dapat memberikan perspektif tambahan yang mungkin terlewatkan oleh manajemen.

#### 4. Pengembangan Sistem Pengambilan Keputusan

Mengembangkan sistem dan prosedur pengambilan keputusan yang terstruktur dapat membantu dalam membuat keputusan yang lebih konsisten dan efektif. Sistem ini harus mencakup langkah-langkah yang jelas dan alat evaluasi yang tepat.

#### 5. Pengelolaan Waktu yang Efektif

Manajemen waktu yang baik dapat membantu mengurangi tekanan waktu dalam pengambilan keputusan. Penjadwalan yang baik dan prioritas tugas dapat memastikan bahwa cukup waktu dialokasikan untuk analisis dan evaluasi yang diperlukan.

### **F. Contoh Kasus Pengambilan Keputusan dalam Kewirausahaan**

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana pengambilan keputusan dilakukan dalam kewirausahaan, berikut adalah contoh kasus nyata:

Kasus: Pengembangan Produk Baru dalam Perusahaan Teknologi

Sebuah perusahaan teknologi kecil sedang mempertimbangkan untuk meluncurkan produk baru. Manajer harus membuat keputusan strategis tentang apakah akan melanjutkan pengembangan produk ini. Proses pengambilan keputusan dilakukan melalui langkah-langkah berikut:

##### 1. Identifikasi Masalah

Perusahaan menghadapi keputusan apakah akan mengalokasikan sumber daya untuk pengembangan produk baru atau fokus pada produk yang sudah ada.

##### 2. Pengumpulan Informasi

Informasi dikumpulkan tentang tren pasar, kebutuhan pelanggan, analisis kompetitor, dan kemampuan internal perusahaan untuk mengembangkan produk baru.

### 3. Mengidentifikasi Alternatif

Alternatif yang diidentifikasi meliputi melanjutkan pengembangan produk baru, menunda pengembangan hingga lebih banyak informasi tersedia, atau menghentikan proyek sama sekali.

### 4. Evaluasi Alternatif

Setiap alternatif dievaluasi berdasarkan biaya, manfaat potensial, risiko, dan dampak terhadap sumber daya perusahaan. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) digunakan untuk mengevaluasi setiap alternatif.

### 5. Memilih Alternatif Terbaik

Setelah evaluasi, keputusan dibuat untuk melanjutkan pengembangan produk baru dengan beberapa penyesuaian untuk mengurangi risiko. Keputusan ini didasarkan pada potensi pasar yang besar dan kemampuan internal yang memadai.

### 6. Implementasi Keputusan

Rencana implementasi disusun, termasuk jadwal pengembangan, alokasi sumber daya, dan strategi pemasaran. Tim pengembangan diberi tanggung jawab untuk melaksanakan rencana tersebut.

### 7. Pemantauan dan Evaluasi

Proses pengembangan produk dipantau secara ketat, dan hasil dievaluasi pada setiap tahap untuk memastikan bahwa proyek berjalan sesuai rencana dan untuk mengidentifikasi masalah yang mungkin timbul.

## **G. Dasar-dasar Pengambilan Keputusan**

George R. Terry menjelaskan dasar-dasar pengambilan keputusan yang baik:

## 1. Intuisi

Intuisi dan keputusan berdasarkan emosi cenderung lebih subjektif, artinya rentan terhadap sugesti, pengaruh eksternal, dan faktor psikologis lainnya. Sifat subjektif dari keputusan intuitif ini memiliki beberapa keuntungan.

- a. Pengambilan keputusan sepihak untuk memfasilitasi pengambilan keputusan.
- b. Keputusan intuitif lebih tepat jika menyangkut masalah kemanusiaan. Keputusan Intuitif Lebih Cepat Untuk masalah dengan dampak terbatas, keputusan intuitif sudah cukup. Namun, keputusan ini sulit diukur karena perbandingannya sulit ditemukan. Jadi ini adalah keputusan intuitif yang dibuat hanya oleh satu pihak dan sering diabaikan oleh pihak lain.

## 2. Pengalaman

Dalam hal ini pengalaman tentunya dapat dijadikan pedoman dalam pemecahan masalah. Keputusan empiris sangat berguna untuk pengetahuan praktis. Pengalaman dan kemampuan mengantisipasi konteks suatu masalah dan cara penyelesaiannya sangat membantu dalam mempercepat pemecahan masalah.

## 3. Fakta

Serangkaian fakta, data, atau keputusan yang terinformasi dengan baik tentu saja merupakan keputusan yang baik dan sehat, tetapi mendapatkan informasi yang cukup sangat sulit. yaitu otoritas keputusan yang semata-mata didasarkan pada otoritas telah menjadi rutinitas dan terkait dengan praktik otokratis. Keputusan berbasis otoritas terkadang dibuat oleh pengambil keputusan yang telah melewati masalah untuk diselesaikan, tetapi justru samar atau tidak jelas.

#### 4. Masuk akal

Pilihan yang masuk akal terkait dengan kegunaan. Masalah yang kita hadapi adalah yang membutuhkan solusi rasional, dan keputusan yang dibuat berdasarkan pertimbangan rasional lebih objektif. Dalam masyarakat, keputusan rasional dapat diukur dengan fakta bahwa kepuasan optimal masyarakat berada dalam batas-batas nilai yang dirasakan masyarakat pada saat itu. , pengalaman, fakta, otoritas, rasionalitas.

### **H. Faktor-faktor yang mempengaruhi Pengambilan Keputusan**

Menurut Terry, faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan adalah:

1. Dalam mengambil keputusan, kita harus memperhitungkan material dan immaterial, emosional dan rasional.
2. Setiap keputusan harus dijadikan bahan untuk mencapai tujuan. Semua keputusan tidak boleh didasarkan pada keuntungan pribadi, tetapi harus lebih mementingkan keuntungan,
3. jarang memiliki pilihan yang memuaskan, jadi buatlah pilihan lain. Pengambilan keputusan adalah tindakan mental yang harus menerjemahkan tindakan ke dalam tindakan fisik.
4. Pengambilan keputusan yang efektif membutuhkan waktu yang lama.
5. Hasil yang lebih baik membutuhkan keputusan pragmatis.
6. Semua keputusan harus dilembagakan sehingga keputusan diketahui benar.
7. Setiap keputusan adalah tindakan pertama dalam rangkaian aktivitas rantai berikutnya.

Arroba mengutip lima faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan, yaitu:

1. Diketahui informasi tentang masalah yang dihadapi
2. Tingkat pendidikan
3. Kepribadian
4. Dalam hal ini coping dapat berupa pengalaman hidup yang berhubungan dengan pengalaman (proses adaptif).
5. Budaya

Di sisi lain, menurut Kotler, faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan meliputi

1. Faktor budaya, termasuk peran budaya, subkultur, dan kelas sosial
2. Faktor sosial seperti kelompok afinitas, keluarga, peran, status
3. Faktor pribadi seperti usia, tahap siklus hidup, pekerjaan, status ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan citra diri faktor psikologis termasuk motivasi, kognisi, pengetahuan, keyakinan, keyakinan

Engel, Blackwell, dan Miniard menjelaskan bahwa proses pengambilan keputusan seseorang dipengaruhi oleh faktor lingkungan, perbedaan individu, dan proses psikologis.

1. Faktor lingkungan tersebut antara lain:
  - a. Lingkungan sosial

Dalam lingkungan sosial, manusia pada dasarnya memiliki kelas sosial yang berbeda-beda. Anda sering dapat menemukan statistik dalam bentuk kelas sosial, pendidikan, pekerjaan, pendapatan, dll. Kehadiran lingkungan sosial memainkan peran yang kuat dalam pengambilan keputusan seseorang tentang apakah akan menunjukkan perilaku positif atau negatif. Karena dalam lingkungan sosial inilah individu saling berinteraksi.

- b. Lingkungan rumah

Keluarga adalah sekelompok dua orang atau lebih yang dihubungkan oleh darah, perkawinan, adopsi, hidup Bersama. Lingkungan keluarga memainkan peran penting

dalam pengambilan keputusan tentang perilaku negatif seperti seks pranikah, konsumsi alkohol, dan balap motor. Hal ini dikarenakan keluarga merupakan lingkungan yang paling dekat dengan individu daripada lingkungan sosial. Jika tidak ada keharmonisan dalam keluarga, atau jika anak mengalami "rumah yang hancur" dan kurang pengetahuan agama

Pendidikan tidak menuntut kemampuan anak untuk terlibat dalam perilaku berisiko. Keluarga dapat didefinisikan sebagai unit terkecil dari masyarakat dan juga mempengaruhi pengambilan keputusan. Untuk berhubungan dengan orang lain agar dapat berinteraksi. Rumah merupakan tempat belajar pertama yang mempengaruhi kepribadian seseorang.

## 2. Faktor perbedaan individu :

### a. Status sosial

Status sosial Cardono adalah posisi yang dimiliki seseorang atau berbeda dari anggota kelompok sosial lainnya. Status sosial dapat dijadikan alasan untuk berperilaku negatif. Di sisi lain, menurut Kotler, status sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan tetap dalam masyarakat hierarkis, yang anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku yang sama menunjukkan bagaimana orang berperilaku dalam kehidupan sosial.

### b. Kebiasaan

Habit adalah kecenderungan untuk mengulang respon yang sama terhadap stimulus yang sama. Kebiasaan adalah perilaku yang mandarah daging dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam dirinya sendiri maupun dalam lingkungan sosialnya.

### c. Pergaulan

Simbol sosial adalah segala sesuatu yang memiliki arti penting dalam lingkungan sosial. Lingkungan sosial yang terdiri dari siswa yang suka berganti pasangan dan terlibat

dalam perilaku berisiko menunjukkan simbol dan karakteristik kelompok. Oleh karena itu, jika seseorang ingin menjadi bagian dari suatu kelompok, mereka harus mengikuti kebiasaan kelompok tersebut, suka atau tidak suka.

d. Tuntutan

Ketika ada pengaruh dominan dalam keluarga, seperti lingkungan keluarga, masyarakat, atau lingkungan sosial, seseorang bertindak karena kepercayaan diri atau dorongan untuk mengambil tindakan berisiko.

3. Faktor psikologis antara lain:

a. Persepsi

Menurut Walgit, kognisi didahului oleh proses perseptual, proses dimana seorang individu menerima rangsangan melalui indera. Di sisi lain, menurut Lakhmat, kognisi manusia secara inheren sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai pribadi, harapan, dan kebutuhan, yang dapat menyebabkan perbedaan individu dalam subjek yang sama.

b. Sikap

Menurut Notoatmojo, sikap adalah tanggapan atau tanggapan seseorang yang masih tertutup terhadap suatu rangsangan atau objek. Sikap adalah kesediaan untuk menanggapi suatu objek dalam lingkungan tertentu dengan penghargaan terhadap objek.

c. Motif

Motif adalah kekuatan yang ada dalam organisme yang memicunya untuk bertindak. Motif tidak dapat diamati secara langsung, tetapi dapat diidentifikasi atau disimpulkan dari perilaku.

d. Kognitif

Menurut Rakhmat, kognisi adalah kualitas dan kuantitas pengetahuan yang dimiliki seseorang.

#### e. Pengetahuan

Pengetahuan adalah hasil dari pengetahuan, yang terjadi setelah seseorang mempersepsikan suatu objek tertentu. Melihat dilakukan melalui panca indera, penglihatan, penciuman, rasa dan sentuhan. Sebagian besar pengetahuan manusia berasal dari mata dan telinga kita.

### **I. Proses Pengambilan Keputusan**

Kotler menjelaskan proses pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi masalah : Dalam hal ini, ia diharapkan mampu mengidentifikasi masalah yang ada dalam situasi tersebut.
2. Pengumpulan dan analisis data. Pengambil keputusan diharapkan dapat mengumpulkan dan menganalisis data untuk membantu memecahkan masalah yang ada.
3. menciptakan alternatif politik. Setelah masalah dirinci dan terstruktur dengan baik, kita perlu memikirkan bagaimana menyelesaikannya yaitu pemilihan salah satu alternatif terbaik .
4. Pemilihan alternatif yang dianggap sebagai pilihan terbaik untuk memecahkan masalah tertentu didasarkan pada pertimbangan atau rekomendasi yang cermat. Memilih alternatif membutuhkan waktu lama. Hal ini untuk menentukan apakah alternatif yang digunakan akan berhasil atau sebaliknya.
5. Implementasi Keputusan etika mengimplementasikan suatu keputusan, ini berarti pengambil keputusan harus dapat menerima hasil positif atau negatif. Ketika terkena dampak negatif, para pemimpin juga harus memiliki pilihan lain.
6. Memantau dan Mengevaluasi Hasil Implementasi Setelah keputusan diimplementasikan, manajer harus dapat mengukur dampak dari keputusan yang dibuat. Oleh karena

itu, proses pengambilan keputusan disusun berdasarkan identifikasi masalah, pengumpulan dan analisis data, penentuan alternatif kebijakan, pemilihan alternatif terbaik, implementasi keputusan, pemantauan dan evaluasi hasil implementasi. Menurut Munandar A.S., proses pengambilan keputusan dimulai berdasarkan masalah antara keadaan yang diinginkan dengan keadaan yang ada.

# BAB VII

## PENGEMBANGAN DAN PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DALAM KEWIRAUSAHAAN

### *A. Learning Dan Sustainability Women Entrepreneur*

Hipotesis yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah learning berpengaruh terhadap sustainability woman entrepreneur. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa learning berpengaruh positif terhadap sustainability woman entrepreneur. Dengan kata lain bahwa, proses pembelajaran yang dilakukan oleh pelaku usaha perempuan dapat mendukung keberlanjutan usaha mereka. Sustainability mencakup upaya memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka. Hal ini membutuhkan kesadaran akan dampak usaha terhadap lingkungan, masyarakat, dan ekonomi. Pembelajaran sangat penting bagi para wirausaha, karena hal ini membantu mereka mengembangkan pengetahuan dan keterampilan untuk menghadapi tantangan dunia bisnis. Dengan menggabungkan pembelajaran dan keberlanjutan, wirausaha perempuan dapat menciptakan bisnis yang tidak hanya menghasilkan keuntungan, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat luas. Memahami hubungan antara pembelajaran dan Keberlanjutan penting bagi pengusaha perempuan yang ingin menciptakan warisan yang langgeng dan berkontribusi pada dunia yang berkelanjutan.

Pembelajaran adalah suatu proses yang mengarah pada perubahan, yang terjadi sebagai hasil dari pengalaman dan

meningkatkan potensi untuk peningkatan kinerja serta pembelajaran di masa depan, Ambrose et al, (2010). Menurut Reuber & Fischer, (1994), Salah satu cara untuk membedakan antara konsep pengalaman dan pembelajaran kewirausahaan yaitu dengan mempertimbangkan pengalaman pengusaha sebagai pengamatan langsung, atau partisipasi dalam, peristiwa yang terkait dengan penciptaan usaha baru. Theodore Schultz (1962) menyatakan bahwa pembelajaran meningkatkan efisiensi dan keterampilan produktivitas seseorang, yang pada gilirannya meningkatkan pendapatan individu tersebut di pasar tenaga kerja, serta kapasitasnya untuk mengelola bisnis sendiri. lebih lanjut lagi dijelaskan bahwa tingkat pendidikan memiliki hubungan positif yang signifikan dengan kewirausahaan perempuan.

Beberapa peneliti menemukan bahwa tingkat pencapaian dalam pembelajaran merupakan sebuah proses yang akan menjadi sebuah potensi dan kapasitas perempuan untuk memiliki serta mengelola bisnis dengan baik (Barongo Eleanor Kirahora, et.al, 2021). Minimnya Pembelajaran bagi Wanita dipedesaan mengakibatkan kapasitas perempuan dalam memulai usahanya terhambat oleh karena kurangnya pengetahuan, keahlian serta tingkat Pendidikan yang rendah mengakibatkan perempuan sulit mendapatkan akses modal untuk memulai usaha yang meraka (Hoima.2020). Pembelajaran kewirausahaan memperkuat persepsi terhadap perilaku yang berkaitan langsung dengan motivasi wirausaha perempuan (Karla Soria, et.al, 2017).

Karena Pentingnya pembelajaran bagi wirausaha perempuan digambarkan oleh Kolb (1984) bahwa pembelajaran yang didapatkan akan menjadi sebuah pengalaman dan pengetahuan kewirausahaan. Sedangkan kebijaksanaan praktis yang dihasilkan dari apa yang dihadapi seorang wirausahawan mewakili pengetahuan yang diperoleh dari pengalaman khusus (Reuber et al., 1990). Pentingnya mengembangkan serta mempertahankan suatu kemitraan juga adalah faktor penting

keberlanjutan usaha, khususnya wirausaha perempuan. Melalui pembelajaran yang diperoleh dalam proses tersebut, wirausaha perempuan mampu mengembangkan keterampilan dan relasi untuk mengatasi berbagai hambatan usaha yang mereka hadapi. Dengan demikian, mereka dapat membangun kepercayaan, memperoleh akses mendapatkan sumber daya dan informasi, serta membangun jejaring sosial yang mendukung mereka. Pada tahap selanjutnya, hal ini memungkinkan wirausaha perempuan meningkatkan performa usahanya, mengakses peluang baru, dan membangun bisnis yang berkelanjutan dan sukses. Baik dengan konsumen, pemasok, mitra usaha, atau kolega, upaya membangun relasi harus menjadi prioritas bagi setiap perempuan yang ingin meraih kesuksesan jangka panjang.

Wirausaha perempuan kerap kali mengalami kendala dalam menjalankan usaha secara berkelanjutan. Kendala utamanya terletak pada keterbatasan sumber daya dan modal. Karena berbagai faktor ekonomi, sosial, dan budaya, pengusaha perempuan sering kali mengalami kesulitan untuk mendapatkan pendanaan, peralatan, dan sumber daya lain yang mereka butuhkan untuk memulai dan mempertahankan usaha mereka. Faktor ini dapat menimbulkan kendala besar, yang mengakibatkan keterbatasan bagi wirausaha perempuan dalam mewujudkan impiannya menjadi wirausaha dan menciptakan perubahan yang positif terhadap lingkungannya maupun masyarakat luas. Selain itu, keterbatasan sumber daya dan modal dapat mempersulit pengusaha perempuan untuk mengembangkan dan menerapkan praktik bisnis yang berkelanjutan, yang dapat mengikis kelangsungan hidup dan dampak jangka panjang mereka secara keseluruhan. Mengatasi tantangan-tantangan ini dan menyediakan akses yang lebih adil terhadap sumber daya dan pendanaan merupakan hal yang sangat penting untuk meningkatkan potensi penuh wirausaha perempuan dan mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan.

Wirausaha Perempuan memainkan peran penting dalam mendorong keberlanjutan dan mendorong perubahan positif di berbagai sektor usaha. Proses pembelajaran bagi wirausaha perempuan akan berdampak positif bagi lingkungan, Wirausaha perempuan yang terlibat dalam usaha berkelanjutan kerap kali mengembangkan pengetahuan mendalam terkait aspek lingkungan. Mereka menjadi lebih sadar akan dampak kegiatan usaha yang mereka jalankan terhadap lingkungan dan pentingnya mengadopsi penerapan metode usaha berkelanjutan. Melalui proses pembelajaran yang terus menerus akan merubah pengetahuan, keterampilan mereka menjadi sebuah pengalaman berwirausaha yang mendukung keberlanjutan usahanya, wirausaha perempuan dapat membuat keputusan yang lebih tepat dan meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dengan mempertimbangkan aspek sosial dan etika, Keberlanjutan lebih dari sekadar masalah lingkungan, tetapi juga mencakup aspek sosial dan etika. Wirausaha perempuan dalam menjalankan usaha mereka memprioritaskan keberlanjutan dengan mempertimbangkan aspek sosial, seperti kesejahteraan masyarakat, karyawan, dan stakeholder. Mereka memahami pentingnya penerapan praktik yang adil dalam mempekerjakan tenaga kerja, keanekaragaman dan inklusi, pengadaan yang bertanggung jawab, dan keterlibatan masyarakat. Dengan merangkul nilai-nilai ini, mereka menciptakan usaha dengan dampak positif bagi masyarakat.

Pembelajaran tentang keberlanjutan membuka wawasan wirausaha perempuan tentang efisiensi ekonomi dan sumber daya dengan konsep ekonomi berkelanjutan. Para wirausaha perempuan juga belajar cara untuk meminimalisir limbah, mendukung kegiatan siklus ulang atau mengadopsi praktik efisiensi sumber daya melalui optimalisasi penggunaan sumber daya dan pengurangan timbulan limbah, mereka berkontribusi pada model usaha yang lebih berkelanjutan dan

tangguh. selanjutnya dari segi inovasi para wirausaha perempuan yang melalui proses pembelajaran wirasusaha yang berkelanjutan akan mampu menghadapi problem solving serta inovasi dimana salah satu tantangan usaha berkelanjutan sering kali membutuhkan solusi inovatif. Wirausaha perempuan yang terlibat dalam keberlanjutan belajar untuk berpikir kreatif dan mengembangkan produk, layanan, dan model bisnis baru yang mengatasi masalah lingkungan dan sosial. Mereka belajar mengidentifikasi peluang untuk pertumbuhan berkelanjutan dan mengembangkan strategi untuk mengatasi hambatan, menumbuhkan budaya inovasi dalam usaha mereka.

Dalam hal Kerjasama dan Jaringan wirausaha perempuan akan belajar tentang keberlanjutan memungkinkan wirausaha perempuan terhubung dengan individu dan organisasi yang berpikiran sama, mereka dapat berpartisipasi dalam jaringan yang berfokus pada keberlanjutan, menghadiri konferensi, dan terlibat dalam inisiatif kolaboratif. Interaksi ini memungkinkan mereka untuk belajar dari orang lain, berbagi pengalaman, dan menemukan peluang kemitraan atau kolaborasi untuk memperkuat dampak mereka. Akses ke Pendanaan dan Dukungan: Banyak peluang pendanaan dan program dukungan yang secara khusus menargetkan pengusaha perempuan yang terlibat dalam bisnis berkelanjutan. Dengan mengembangkan pengetahuan dan pemahaman mereka tentang keberlanjutan, pengusaha perempuan dapat memposisikan diri mereka untuk mengakses hibah, pinjaman, dan program inkubator yang berfokus pada keberlanjutan dan dampak sosial. Sumber daya ini dapat memberikan dukungan finansial dan panduan berharga untuk pertumbuhan usaha.

Dampak positif dari proses pembelajaran terhadap keberlanjutan Wirausaha perempuan akan berdampak pada kemampuan mereka menarik Konsumen serta Keunggulan Kompetitif, para wirausaha perempuan yang menerapkan konsep

pembelajaran yang keberlanjutan mendapatkan keunggulan kompetitif dengan menyelaraskan usaha mereka dengan nilai konsumen yang sadar lingkungan dan sosial. Melalui penerapan konsep keberlanjutan, mereka dapat membedakan diri mereka di pasar dan menarik basis pelanggan yang loyal. Selain itu, mempelajari keberlanjutan membekali wirausaha perempuan pengetahuan dan keterampilan untuk menciptakan usaha yang memprioritaskan pemeliharaan lingkungan, tanggung jawab sosial, dan ketahanan ekonomi. Hal ini memberdayakan mereka untuk membuat keputusan yang tepat, mendorong inovasi, dan berkontribusi pada masa depan yang lebih berkelanjutan.

Hambatan yang dihadapi wirausaha perempuan dalam hal akses pendanaan dan dukungan akan menghasilkan banyak peluang bagi wirausaha perempuan melalui program dukungan dari berbagai pihak yang secara khusus menargetkan wirausaha perempuan yang terlibat dalam usaha berkelanjutan. Oleh karena itu penting bagi wirausaha Perempuan mengembangkan pengetahuan dan pemahaman mereka tentang keberlanjutan, wirausaha perempuan dapat memposisikan diri mereka untuk mengakses hibah, pinjaman, dan program inkubator yang berfokus pada keberlanjutan dan dampak sosial. Sumber daya ini dapat memberikan dukungan finansial dan panduan berharga untuk pertumbuhan usaha. Selain itu, mempelajari keberlanjutan membekali wirausaha perempuan pengetahuan dan keterampilan untuk menciptakan usaha yang memprioritaskan pemeliharaan lingkungan, tanggung jawab sosial, dan ketahanan ekonomi. Secara keseluruhan hal tersebut memberdayakan mereka untuk membuat keputusan yang tepat, mendorong inovasi, dan berkontribusi pada masa depan yang lebih berkelanjutan.

Dalam usaha untuk meningkatkan keberlanjutan dan inklusivitas, para pengambil keputusan dapat menerapkan sejumlah langkah khusus. Misalnya, mereka dapat merangsang perkembangan kewirausahaan dalam berbagai tahap karier,

memberikan contoh teladan, menyediakan sumber daya pendanaan dan informasi yang memadai, serta membangun dasar yang kuat dalam sistem pembelajaran. Hal ini bertujuan untuk menghasilkan wirausaha perempuan yang memiliki kompetensi, motivasi, dan sikap yang optimis dalam menjalankan usaha (EASME, 2021). Kompleksitas faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan wirausaha perempuan serta peranan penting pembelajaran dan pengambilan keputusan dalam konteks kewirausahaan akan memberi tambahan kapabilitas pada para wirausaha perempuan dalam membuat keputusan. Nazrul Islam & Mohammad Shamsul Hoque (2020) menunjukkan bahwa salah satu faktor penghambat kapabilitas wirausaha perempuan dalam mengambil keputusan adalah tingkat status sosial dan budaya. Lebih lanjut, penelitian ini menjelaskan bahwa pembelajaran dan keterampilan merupakan faktor penting dalam pengambilan keputusan wirausaha perempuan. Keberlanjutan dan kesetaraan yang seimbang serta inklusif dapat dicapai melalui penguatan ekonomi dan kewirausahaan perempuan. Penelitian European Innovation Council and SMEs Executive Agency (EISMEA) menunjukkan upaya meningkatkan keberlanjutan dan inklusivitas melalui langkah-langkah seperti mendorong kewirausahaan sebagai pilihan karier, memberikan contoh teladan, menyediakan sumber dana dan informasi yang memadai, serta membangun dasar yang kokoh dalam sistem pembelajaran untuk menciptakan wirausaha perempuan yang memiliki kompetensi, motivasi, dan sikap optimis (EASME, 2021). Oleh karena itu, penting untuk menyediakan dukungan dan sumber daya yang diperlukan bagi pengusaha perempuan untuk mengatasi berbagai hambatan dalam pengambilan keputusan, yang akan mendorong keberlanjutan usaha mereka.

Halabisky & David (2018) menunjukkan bahwa kesuksesan wirausaha perempuan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk sikap sosial dan budaya dalam masyarakat yang

mungkin tidak mendukung, tingkat keterampilan kewirausahaan yang mungkin lebih rendah, sulitnya akses ke dana, dan keterbatasan dalam akses ke informasi. Hal ini mengindikasikan bahwa pembelajaran berperan penting dalam mengembangkan keterampilan dan kapabilitas yang dibutuhkan untuk pengambilan keputusan dalam konteks kewirausahaan (Yuvaraj, S. Sujatha, M. 2019).

Meskipun beberapa literatur sebelumnya tidak secara eksplisit menunjukkan hubungan antara pembelajaran dan keberlanjutan wirausaha perempuan melalui pengambilan keputusan, penelitian ini mendeteksi bahwa pengambilan keputusan memiliki peran penting dalam proses pembelajaran dan keberlanjutan usaha perempuan sebagai variabel mediator. Pembelajaran yang berkesinambungan akan mengubah pemahaman wirausaha perempuan dan dapat menjadi pengalaman yang berdampak pada keterampilan dan kapabilitas mereka dalam pengambilan keputusan, yang pada gilirannya membantu menjaga keberlangsungan usaha mereka.

Penelitian ini juga mengungkapkan wirausaha perempuan di daerah Tana Toraja dan Toraja Utara memiliki kemampuan pengambilan keputusan yang baik dalam usaha mereka. Nilai-nilai budaya adat yang diwariskan turun-temurun, serta keterlibatan dalam wirausaha, telah menjadi faktor yang meningkatkan kapabilitas pengambilan keputusan mereka. Karakteristik unik wirausaha perempuan di daerah ini menunjukkan bahwa nilai budaya dan perilaku kewirausahaan berperan positif, sehingga meningkatkan kinerja usaha mikro dan kecil di Tana Toraja dan Toraja Utara. Hal ini menyiratkan bahwa tingkat keberhasilan usaha mikro dan kecil di wilayah ini dapat dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya dan perilaku kewirausahaan yang dianut. Memahami nilai-nilai budaya dengan benar akan mendorong perilaku kewirausahaan, yang tidak hanya

mempengaruhi kinerja, tetapi juga keberlanjutan usaha mereka (Sampetoding, 2020).

Secara konsisten baik penelitian terdahulu maupun penelitian ini, menegaskan adanya hubungan tidak langsung antara pembelajaran dan keberlanjutan wirausaha perempuan melalui pengambilan keputusan. Namun, penelitian ini menekankan pentingnya tindakan berkelanjutan dari pembelajaran untuk membantu wirausaha perempuan mengembangkan dan menjalankan bisnis yang kompetitif. Implikasinya, pembelajaran berfungsi untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk membuat keputusan yang efektif, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan usaha perempuan (EASME, 2021). Peran penting pengambilan keputusan, meskipun tidak diuraikan secara langsung, dapat memiliki dampak besar pada hubungan antara pembelajaran dan keberlanjutan usaha perempuan. Wirausaha perempuan memiliki peran sentral dalam proses pengambilan keputusan, yang menunjukkan bahwa pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh melalui pembelajaran dapat berkontribusi pada kemampuan dalam mengambil keputusan dalam konteks kewirausahaan (Gashi Nulleshi, Shqipe, 2022), yang pada akhirnya akan mempengaruhi keberlanjutan usaha mereka.

## **B. *Decision Making dan Sustainability Women Entrepreneur***

Hipotesis yang dikembangkan pada penelitian ini yaitu pengaruh Decision Making terhadap sustainability women entrepreneur, table uji path coefficient dan nilai signifikansi menunjukkan bahwa hubungan antara decision making terhadap sustainability woman entrepreneur berhubungan positif. pengambilan keputusan terhadap keberlanjutan, dengan mempertimbangkan berbagai pengaruh pada pengambilan keputusan, sebelum berfokus pada peran proses penilaian dalam

meningkatkan kesadaran dan membimbing pembangunan menuju keberlanjutan.

Pada dasarnya, pengambilan keputusan terkait dengan keberlangsungan usaha perempuan saling berkaitan. Kelangsungan usaha dan keberlanjutan usaha perempuan dapat dicapai dengan menerapkan pengambilan keputusan secara inklusif, dalam menjalankan usaha berkelanjutan, berfokus pada aspek sosial, resiliensi, dan kerjasama tim. Implementasi dari semua aspek tersebut memungkinkan adanya sebuah proses pengambilan keputusan yang holistik dengan mempertimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, yang kemudian menghasilkan usaha berkelanjutan serta punya pengaruh. Pengambilan keputusan diambil berdasarkan rasionalitas yang menunjukkan bahwa pembuat keputusan dalam proses pengambilan keputusan sepenuhnya rasional berdasarkan fakta dengan tujuan yang telah ditetapkan serta pengetahuan tentang konsekuensinya (Eisenhardt dan Zbaracki, 1992; Pettigrew, 2014). Keputusan yang diambil oleh seseorang tidak hanya ditentukan oleh tujuan dan sasaran, namun juga ditentukan oleh pengetahuan pengambil keputusan dan kemampuannya dalam mengaplikasikan pengetahuan tersebut untuk mengevaluasi konsekuensi dari berbagai tindakan, sambil menyeimbangkan berbagai keinginan yang saling bertentangan (Simon, 2000). Kerasionalan menentukan apakah pengambil keputusan sadar akan semua konsekuensi dan mengambil keputusan untuk memaksimalkan kegunaannya (Edwards, 1954). Pengambil keputusan tidak semata-mata mencari keuntungan maksimal, tetapi juga dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal seperti keterbatasan waktu dan kewajiban moral (Klein, 2008). Rasionalitas terbatas lebih berperan dalam pengambilan keputusan wirausahawan baru dalam menemukan pola pengambilan keputusan, sementara pelaku usaha yang sudah

berpengalaman lebih bergantung pada pengalaman. (Cooper dkk. 1995).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa Wirausaha perempuan sudah dianggap sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi dan pembangunan, serta sarana untuk mempromosikan pemberdayaan perempuan dan kesetaraan gender (United Nations. 2019 ) Akan tetapi, wirausaha perempuan sering menghadapi tantangan unik, misalnya keterbatasan atas modal, pemasaran, dan koneksi, termasuk hambatan budaya dan lingkungan sosial, (World Bank.2020). Penelitian menunjukkan bahwa wirausaha Perempuan memiliki karakteristik yang berbeda dalam hal pengambilan keputusan, dan lebih mengadopsi praktik berkelanjutan dibandingkan dengan wirausaha laki-laki (Brush, C. G, et.al, 2009), Wirausaha perempuan lebih cenderung memprioritaskan aspek sosial dan lingkungan di atas aspek ekonomi, serta mengambil perspektif jangka panjang dalam hal keberlanjutan bisnis<sup>4</sup>. (Terjesen, S., & Elam, A. 2009).

Wirausaha perempuan terkadang menghadapi hambatan sosial dan budaya yang membatasi kemampuan mereka untuk memasuki peluang pasar dan membangun relasi, sehingga mempersulit mereka untuk menerapkan prinsip berkelanjutan ataupun memperoleh pelanggan tetap. Selain itu, wirausaha perempuan harus mampu mengatur waktu antara kepentingan pribadi dan usaha, misalnya untuk memenuhi kebutuhan ekonomi, lingkungan, dan sosial. Wirausaha Perempuan menghadapi tuntutan untuk lebih mengutamakan kepentingan ekonomis jangka pendek dibandingkan dengan kesejahteraan jangka panjang, khususnya jika mereka beroperasi di pasar yang kompetitif dan kendala keuangan. Yang Terakhir, wirausaha perempuan juga menghadapi minimnya dukungan dan sumber daya, seperti pelatihan dan mentoring, yang dapat membantu mengembangkan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan

dalam mengambil keputusan yang berkelanjutan. secara Keseluruhan, walaupun terdapat beberapa hambatan yang dihadapi wirausaha perempuan di Tana Toraja, namun hambatan tersebut masih relevan dengan kemampuan mereka dalam pengambilan keputusan yang berkelanjutan. Kemampuan pengambilan keputusan memoderasi pengaruh altruisme pada sikap terhadap keberlanjutan (Gerrit Stöckigt, 2018). Lebih lanjut lagi dijelaskan bahwa keberlanjutan usaha tidak dapat terlepas dari pengambilan keputusan yang tepat (Ediraras, 2010).

Hubungan antara pengambilan keputusan dan keberlanjutan kewirausahaan perempuan sangat penting dan memiliki banyak aspek. Kewirausahaan perempuan mengacu pada proses memulai, mengelola, dan mengembangkan bisnis oleh perempuan. Keberlanjutan, dalam konteks ini, mengacu pada kemampuan usaha kecil milik perempuan untuk berkembang dan bertahan dalam jangka panjang. Pentingnya pengambilan keputusan terhadap keberlanjutan usaha perempuan didasarkan pada kelangsungan usaha dan keberlanjutan usaha perempuan yang dapat dicapai dengan menerapkan pengambilan keputusan secara inklusif, menjalankan usaha berkelanjutan, berfokus pada aspek sosial, resiliensi, dan kerjasama tim. Implementasi dari semua aspek tersebut memungkinkan adanya sebuah proses pengambilan keputusan yang holistik dengan mempertimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, yang kemudian menghasilkan usaha berkelanjutan serta punya pengaruh.

Pengaruh pengambilan keputusan terhadap keberlanjutan wirausaha perempuan memang memberikan dampak positif hal tersebut dikarenakan ketika wirausaha perempuan diberdayakan untuk mengambil keputusan strategis terkait usaha mereka, dampak tersebut mengarah terhadap fleksibilitas dan Inovasi dimana wirausaha perempuan, sering kali membawa perspektif baru dan gagasan inovatif. Ketika

mereka memiliki wewenang untuk mengambil keputusan, mereka dapat memanfaatkan pengetahuan dan pengalaman mereka untuk menerapkan praktik berkelanjutan dan mengembangkan solusi inovatif yang selaras dengan tujuan lingkungan, sosial, dan ekonomi. Selanjutnya Pengambilan Keputusan yang Inklusif, Wirausaha perempuan cenderung memiliki pendekatan holistik dan inklusif dalam pengambilan keputusan. Mereka lebih cenderung mempertimbangkan perspektif dari berbagai stakeholder, seperti karyawan, pelanggan, dan masyarakat. Melalui keterlibatan berbagai pendapat dengan menggabungkan sudut pandang berbeda, keputusan yang diambil dapat mendorong keberlanjutan dan mengatasi tantangan sosial dan lingkungan secara efektif.

Dampak Sosial, Banyak wirausaha perempuan memiliki komitmen yang kuat terhadap dampak sosial untuk pengembangan masyarakat. Ketika mereka memiliki kekuatan dalam pengambilan keputusan, mereka dapat memprioritaskan praktik usaha berkelanjutan yang bermanfaat bagi karyawan, lingkungan sekitar, dan masyarakat luas. Termasuk inisiatif tersebut antara lain praktik tenaga kerja adil, sumber daya yang beretika, keterlibatan masyarakat, dan aktivitas sosial. Berdampak juga terhadap Perencanaan Jangka Panjang, Wirausaha perempuan yang memiliki otonomi untuk mengambil keputusan akan lebih fokus pada keberlanjutan jangka panjang daripada keuntungan jangka pendek. Mereka dapat menginvestasikan teknologi yang berkelanjutan, mengadopsi praktek ramah lingkungan, dan membangun model usaha yang tangguh dan tahan terhadap fluktuasi ekonomi serta lingkungan. Cara berfikir progresif tersebut dapat menghasilkan stabilitas dan umur usaha yang lebih Panjang dan yang terakhir yaitu dampak terhadap Keteladanan dan Inspirasi, Wirausaha perempuan yang memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan dapat menginspirasi dan memotivasi perempuan lain untuk mengejar

kewirausahaan dan membuat pilihan yang berkelanjutan. Berbagai keberhasilan mereka dapat menantang stereotip gender, mendorong keragaman dalam memimpin usaha, dan menghasilkan dampak perubahan positif dalam ekosistem kewirausahaan. Penting untuk dicatat bahwa meskipun otoritas pengambilan keputusan dapat berdampak positif pada keberlanjutan wirausaha perempuan, kemungkinan besar masih terdapat hambatan sistemik dan tantangan berbasis gender yang perlu diatasi untuk memastikan keberlanjutan usaha mereka.

### **C. *Learning dan Decision making***

Hipotesis yang dikembangkan pada penelitian ini yaitu pengaruh Learning terhadap Decision Making, table uji path coefficient dan nilai signifikansi menunjukkan bahwa hubungan antara decision making terhadap sustainability woman entrepreneur berhubungan positif. Perkembangan wirausaha perempuan telah mengalami perubahan cukup pesat, dimana wirausaha perempuan telah menempati posisi yang semakin penting di pasar dalam satu dekade terakhir. Pengetahuan yang lebih baik mengenai proses pengambilan keputusan wirausaha perempuan ini memiliki peran penting dalam kehidupan sosial dan ekonomi wirausaha perempuan.

Pembelajaran dianggap sebagai kemampuan otak dalam memahami sesuatu dan mampu mengolah informasi tersebut. Rushworth et al., (2011). Pembelajaran adalah proses di mana individu memperoleh pengetahuan baru dan mengintegrasikannya dengan pengetahuan yang ada (Holcomb et al., 2009), Belajar dianggap mempengaruhi kemampuan wirausahawan untuk mengidentifikasi peluang baru (Corbett, 2007) dan membentuk perilaku. Dampak penting dari pengetahuan sebelumnya (Shepherd dan Patzelt, 2011).

Hubungan antara pembelajaran dan pengambilan keputusan di kalangan pengusaha perempuan merupakan salah

satu isu menarik, Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengambilan keputusan perempuan sering mengalami kegagalan akan tetapi kegagalan tersebut dianggap sebagai proses pembelajaran untuk pengambilan keputusan dimasa depan. ( F. Isa, N.M Nor & Shaista, 2021), lebih lanjut lagi dijelaskan bahwa faktor karakteristik perilaku wirausaha perempuan berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan terkait dengan pengelolaan modal usaha dengan adanya intervensi dari literasi keuangan, pemahaman literasi keuangan sebagai faktor pendorong perilaku prospektif wirausaha perempuan meningkatkan kekuatan pengambilan keputusan investasi mereka.(Tahira Iram,et.al, 2021).

Wirausaha perempuan mungkin mengalami kegagalan dalam pengambilan keputusan, tetapi mereka menganggap kegagalan tersebut sebagai proses pembelajaran untuk pengambilan keputusan di masa depan. Peran penting Pembelajaran dalam pengambilan keputusan wirausaha perempuan meningkatkan pengetahuan, keterampilan, analisis pasar, kolaborasi, pengelolaan risiko, inovasi, dan adaptabilitas, pembelajaran membantu wirausaha perempuan membuat keputusan yang lebih baik dan efektif dalam menjalankan bisnis mereka. Pembelajaran dan pengambilan keputusan adalah dua aspek yang saling terkait dalam konteks wirausaha perempuan. Pembelajaran menciptakan peluang untuk terus berkontribusi pada pengembangan teori dengan mengeksplorasi fenomena untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang aspek-aspek uniknya sehubungan dengan teori-teori yang ada dan konteks negara dan lokal yang berbeda (Mupfasoni et al., 2018) .

Pentingnya proses pembelajaran dalam pengambilan keputusan bagi wirausaha Perempuan menjadi aspek penting yang harus dipertimbangkan. Hal tersebut dikarenakan dalam menjalankan usaha yang mereka jalankan seringkali menghadapi banyak hambatan dalam menjalankan usaha dibandingkan laki-

laki. Proses belajar merupakan peran penting dalam mendukung perempuan untuk mengambil keputusan yang tepat dan efektif dalam menjalankan usahanya. Melalui pembelajaran, pengusaha perempuan dapat mengembangkan keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan di berbagai sektor usaha seperti pemasaran, manajerial dan kewirausahaan. Selain itu, pembelajaran juga membantu pengusaha perempuan untuk tetap up-to-date dengan tren serta inovasi teknologi, sehingga membantu mereka dalam mengambil keputusan. Penelitian menunjukkan bahwa wirausaha perempuan (yang telah belajar) lebih percaya diri dalam mengambil keputusan dan sukses dalam jangka panjang dalam usahanya. Pembelajaran dianggap merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan, karena pembelajaran memberikan pengetahuan dan pengalaman yang dibutuhkan seseorang untuk membuat pilihan yang tepat. Semakin banyak pengetahuan dan informasi yang dimiliki seseorang mengenai situasi tertentu, semakin siap mereka untuk mengevaluasi pilihan dan memilih tindakan yang terbaik. Selain itu, pembelajaran juga dapat membantu individu mengembangkan keterampilan berpikir kritis, yang sangat penting dalam pengambilan keputusan yang efektif.

Proses pembelajaran yang berkelanjutan membuat wirausaha perempuan dapat memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan keahlian baru yang berkaitan dengan usaha mereka. Pengetahuan tersebut memungkinkan mereka mengambil keputusan berdasarkan fakta dan pertimbangan yang lebih matang serta memiliki kemampuan dalam memecahkan masalah. Ketika wirausaha perempuan terlibat dalam aktivitas pembelajaran, mereka sering kali mengembangkan keterampilan pemecahan masalah yang lebih baik. Kemampuan ini membantu mereka menganalisis tantangan dan menghasilkan solusi inovatif, yang mengarah pada pengambilan keputusan yang lebih efektif.

Lingkungan usaha terus berkembang, dan pembelajaran mendorong kemampuan beradaptasi. Wirausaha perempuan yang menerapkan pembelajaran berkelanjutan akan lebih siap menghadapi perubahan, menyesuaikan strategi, dan membuat keputusan yang tepat dalam merespons dinamika pasar. Mendapatkan keterampilan dan pengetahuan dapat meningkatkan kepercayaan diri wirausaha perempuan terhadap kemampuannya. Meningkatnya kepercayaan diri dapat menghasilkan pengambilan keputusan secara tepat dan berdasarkan fakta, berbagai pendekatan, dan mendapatkan solusi yang matang.

Pembelajaran sering kali melibatkan interaksi antar sesama tenaga profesional, mentor, dan para ahli di bidangnya. Kesempatan membangun networking dapat membuka wawasan wirausaha perempuan terhadap berbagai perspektif dan pemahaman yang dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan secara efektif. Pembelajaran membantu perempuan untuk tetap mendapatkan informasi tentang risiko dan tantangan yang mereka hadapi. Dengan pengetahuan ini, perempuan wirausaha dapat membuat keputusan yang lebih diperhitungkan dan sadar akan risiko, meminimalkan terjadinya kegagalan.

Untuk meningkatkan kreativitas dan menumbuhkan pola pikir inovatif Wirausaha perempuan yang meluangkan waktu untuk belajar akan lebih cenderung berpikir di luar kebiasaan, yang mengarah pada pengembangan strategi dan solusi usaha baru serta unik. Belajar tidak hanya berkontribusi pada kemajuan secara profesional, tetapi juga pada peningkatan kapasitas diri. Wirausaha perempuan yang secara aktif terlibat dalam pembelajaran cenderung memiliki pola pikir yang berorientasi pada pertumbuhan, yang secara positif dapat berdampak pada pendekatan mereka dalam pengambilan keputusan. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, mereka tetap update dan berpengetahuan luas memberikan wirausaha perempuan keunggulan kompetitif. Membuat keputusan yang tepat dapat

membantu mereka meraih peluang dan mengungguli para pesaing untuk membangun usaha yang sukses, sering kali dibutuhkan visi jangka panjang. Pembelajaran secara berkelanjutan dapat membantu wirausaha perempuan berpikir secara strategis, membuat keputusan yang selaras dengan tujuan jangka panjang, dan mempertahankan usaha mereka dari waktu ke waktu. Secara keseluruhan, dampak positif dari pembelajaran dalam pengambilan keputusan bagi pengusaha perempuan sangat besar, tidak hanya meningkatkan ketajaman bisnis mereka, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan pribadi mereka, sehingga mereka dapat meningkatkan kepercayaan diri dan kompetensi.

#### ***D. Entrepreneur Orientation dan Decision Making Women entrepreneur***

Hipotesis yang dikembangkan pada penelitian ini yaitu pengaruh Entrepreneur Orientation terhadap Decision Making, table uji path coefficient dan nilai signifikansi menunjukkan bahwa hubungan antara decision making terhadap sustainability woman entrepreneur berhubungan positif. Hubungan antara Orientasi Kewirausahaan dan Pengambilan Keputusan pada Wirausaha Perempuan telah menjadi perhatian dalam beberapa tahun terakhir karena meningkatnya jumlah perempuan yang terjun ke dunia wirausaha, dimana Orientasi kewirausahaan merupakan salah satu faktor utama yang berkontribusi pada keberhasilan seorang wirausaha. Hal ini dikarenakan Orientasi Kewirausahaan mencakup kemauan untuk mengambil risiko, berinovasi, dan proaktif dalam mengembangkan peluang baru. Wirausaha perempuan, yang sering kali terkendala oleh hambatan sosial dan budaya, mungkin menghadapi tantangan dalam membuat keputusan yang efektif yang sejalan dengan orientasi kewirausahaan mereka.

Orientasi kewirausahaan adalah strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di

dalam market place yang sama ( Porter, 2008). kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong ke arah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu berani mengambil risiko, bertindak secara proaktif dan selalu inovatif (Lumpkin dan Dess, 1996). Orientasi Kewirausahaan adalah kemampuan seseorang dalam mengambil risiko yang melibatkan kesediaannya untuk mengikat sumber daya dan berani menghadapi tantangan dengan melakukan eksploitasi atau terlibat dalam strategi bisnis dimana kemungkinan hasilnya penuh ketidakpastian (Keh et al. 2002).

Pada wirausaha perempuan, penerapan orientasi kewirausahaan dapat menghasilkan pengambilan keputusan yang lebih baik, sehingga berdampak besar pada usahanya. Orientasi kewirausahaan melibatkan kesiapan untuk mengambil risiko dalam mengejar peluang. Wirausaha perempuan yang menunjukkan kecenderungan lebih tinggi untuk mengambil risiko dapat membuat keputusan yang lebih berani yang dapat mengarah pada kesuksesan yang lebih besar. Orientasi Kewirausahaan meningkatkan inovasi dan kreativitas dalam memecahkan masalah. Wirausaha perempuan yang mengadopsi pola pikir kewirausahaan mungkin lebih terbuka untuk mengeksplorasi ide-ide baru dan menemukan solusi unik untuk tantangan yang mereka hadapi dalam menjalankan usahanya.

Sebagian besar orientasi kewirausahaan berorientasi pada pasar, artinya senantiasa selaras dengan kebutuhan konsumen dan tren pasar. Wirausaha perempuan yang berorientasi terhadap pasar cenderung membuat keputusan berdasarkan pemahaman yang lebih baik tentang tuntutan konsumen. Dukungan jaringan bagi wirausaha perempuan secara luas dapat memengaruhi kemampuan pengambilan keputusan mereka. Akses pada mentor, advisor, dan sumber daya dapat meningkatkan kemampuan kewirausahaan mereka dan membuat keputusan berdasarkan pertimbangan yang matang. Konteks

budaya, sosial, dan ekonomi tempat pengusaha perempuan beroperasi dapat memengaruhi proses pengambilan keputusan mereka. Lingkungan yang mendukung dan menghargai wirausaha perempuan dapat mendorong pengembangan kewirausahaan perempuan dalam pengambilan keputusan.

Karakteristik individu seperti self-efficacy, keyakinan, dan tekad juga dapat berperan penting terhadap cara wirausaha perempuan memanfaatkan orientasi kewirausahaan dalam pengambilan keputusan. Meskipun Entrepreneur Orientation dapat berdampak positif pada pengambilan keputusan bagi wirausaha perempuan, namun kondisi kewirausahaan dapat menghadirkan tantangan dan hambatan yang dapat memengaruhi kemampuan mereka untuk memanfaatkan karakteristik tersebut secara maksimal. Beberapa faktor seperti gender yang bias, akses pendanaan, dan keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi dapat mempengaruhi penerapan Orientasi Kewirausahaan dalam proses pengambilan keputusan.

Dalam beberapa dekade terakhir, kewirausahaan menjadi menarik perhatian, dan semakin banyak perempuan yang memulai usaha sendiri. Pemahaman mengenai proses pengambilan keputusan wirausaha perempuan dari perspektif orientasi kewirausahaan. wirausaha perempuan memiliki pandangan perspective terhadap usaha yang mereka jalankan, bagaimana menilai risiko, dan mengambil keputusan terkait kewirausahaan. Pengusaha perempuan sering kali menghadapi tantangan akibat bias sosial dan peran gender. Ada banyak wanita yang menjalankan bisnis yang sukses dan beberapa dari mereka sangat sukses dengan keterampilan kewirausahaan. Ini adalah fakta yang diketahui bahwa sekarang banyak perusahaan yang sukses dan besar di dunia dimiliki dan dijalankan oleh wanita. Banyak dari mereka adalah pemilik aktual atau potensial dari merek dagang, merek layanan, nama dagang serta desain industri, paten, dan hak cipta. Di negara-negara berkembang beberapa

perempuan menjalankan usaha kecil dan banyak koperasi yang terbukti sangat sukses. Pengusaha wanita baik di negara maju maupun negara berkembang memiliki kekuatan sosial dalam pendidikan dan memberikan dampak positif bagi masyarakat.

Beberapa peneliti menemukan bahwa Orientasi jangka panjang dan orientasi kewirausahaan, dan pengambilan keputusan partisipatif ditemukan secara positif memoderasi hubungan antara orientasi jangka panjang dan orientasi kewirausahaan (Schepers, Jelle, et.al,2020). Orientasi kewirausahaan secara langsung berdampak pada kinerja produk baru melalui kelengkapan pengambilan keputusan (Leckie, Civilai and H. McDonald,2021). kemampuan menyesuaikan diri secara kognitif memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kualitas pengambilan keputusan wirausaha, terutama dalam dimensi orientasi terhadap pencapaian tujuan dan monitoring. Ketidakpastian lingkungan ditemukan memiliki efek moderasi yang beragam terhadap hubungan antara kemampuan adaptasi kognitif dan kualitas pengambilan keputusan, (Xing, et.al,2022 ).

Karena pentingnya pemahaman tentang orientasi kewirausahaan oleh wirausaha perempuan dengan menggabungkan pengambilan keputusan dengan orientasi kewirausahaan sangat penting untuk meningkatkan performa usaha. (Mkala, Mwamisha, et.al, 2017). pengambilan keputusan wirausaha sangat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, seperti keberanian mengambil risiko, ketersediaan sumber daya, dan akses. Dengan menerapkan nilai-nilai yang terkandung dalam dimensi Orientasi Kewirausahaan dalam proses pengambilan keputusan tersebut, para wirausaha perempuan dapat mengembangkan pendekatan yang lebih kuat dan lebih mudah beradaptasi dalam mengembangkan bisnis mereka. pentingnya menciptakan lingkungan yang mendukung yang memupuk kewirausahaan perempuan dan menyediakan alat yang dibutuhkan perempuan untuk sukses di pasar yang sangat

kompetitif dan wirausaha perempuan yang berorientasi terhadap kewirausahaan lebih cenderung membuat keputusan strategis berdasarkan pengalaman serta pengetahuan yang mereka peroleh melalui referensi. Dengan demikian wirausaha perempuan yang memiliki tingkat otonomi pengambilan keputusan yang tinggi cenderung proaktif dan inovatif dalam menjalankan usaha mereka.

### ***E. Businies Opportunity dan Decision Making***

Hipotesis yang dikembangkan pada penelitian ini yaitu pengaruh Businies Opportunity terhadap Decision Making, table uji path coefficient dan nilai signifikansi menunjukkan bahwa hubungan antara Businies Opportunity terhadap decision making berhubungan positif. Keterkaitan antara peluang bisnis dan pengambilan keputusan bagi wirausaha perempuan dapat bervariasi berdasarkan faktor yang berbeda dan bersifat kompleks dan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti ekonomi, motivasi, dependensi, dan pola pikir dalam pengambilan keputusan.

Peluang kewirausahaan adalah sebuah titik di mana kebutuhan pasar dapat teridentifikasi dan mampu memenuhi kebutuhan akan produk atau jasa yang diminta. Dibidang kewirausahaan, ada kriteria khusus yang harus dipenuhi untuk mengubah ide menjadi peluang. Proses ini dimulai dengan mengembangkan mindset dengan pendekatan yang baik-pola pikir yang membuat seorang wirausaha lebih tanggap terhadap kebutuhan dan permintaan pasar, kemudian menjalankan riset untuk menentukan apakah ide tersebut dapat menjadi usaha baru yang sukses. (Joseph Schumpeter.1950). Model pengambilan keputusan yang ditentukan secara linier sehingga keputusan wirausaha menentukan apakah peluang diciptakan atau dikenali di lingkungan, ketika masa depan usaha sangat tidak pasti, wirausahawan kemungkinan menciptakan peluang untuk

mengeksploitasi sarana yang mereka miliki (Sarasvathy, 2001). Atau, beberapa pengusaha mengenali dan memanfaatkan peluang yang ada dalam konteks berisiko dengan cara apa pun yang dapat mereka peroleh (Shane, 2000). Dalam kedua situasi tersebut, wirausahawan membuat keputusan sebelumnya, baik untuk menciptakan atau mencari peluang.

Hal ini sesuai dengan kondisi yang dialami oleh beberapa responden saat dilakukan penelitian secara langsung kepada mereka. Salah satu diantaranya dengan usaha yang dijalankan adalah usaha kuliner oleh Ibu M (inisial). Informasi yang diperoleh dari responden (Ibu M) terkait dengan peluang bisnis yang didapatkannya dari kebiasaan adat yang dilakukan oleh masyarakat Toraja. Dari situ kemudian responden mengambil sebuah keputusan untuk melaksanakan usaha yang dijalani hingga saat ini. Pernyataan yang diperoleh dari responden usaha Kuliner (Ibu M) yaitu: “saya berwirausaha karena kebutuhan ekonomi. Kami di sini sudah mempertimbangkan banyak hal sebelum memulai usaha. Saya termasuk masyarakat Toraja yang juga melaksanakan adat istiadat dari para leluhur. Ketika acara adat dilaksanakan, banyak masyarakat yang ikut serta dalam proses pelaksanaan, dan mereka membutuhkan banyak hal seperti barang konsumsi air mineral yang dijual eceran dan beragam kebutuhan kecil lainnya. Saya juga biasa melaksanakan kegiatan adat di keluarga sehingga membutuhkan uang untuk melaksanakannya. Dari pada diam dirumah lebih baik berjualan bantu suami cari nafkah. Keuntungan yang didapatkan dipakai untuk kebutuhan walaupun saya masih kurang pengetahuan dibidang usaha, untuk itu saya menjual barang yang banyak dibutuhkan masyarakat seperti barang campuran kebutuhan hari-hari, jajanan kue, oleh-oleh khas toraja.

Karena dua hal ini, adanya peluang di sekitar rumah tinggal dan juga kebutuhan biaya pelaksanaan adat, maka saya memutuskan untuk membuka bisnis. Awalnya saya membuka

usaha klontongan untuk kebutuhan sehari-hari tetangga. Kemudian berkembang, karena banyak turis yang datang atau juga orang datang dari luar Toraja, sehingga saya menjual barang lainnya seperti ole-ole khas Toraja dan makanan khas Toraja. Saya menjual ole-ole khas Toraja, dan banyak yang berminat dari luar Toraja. Tapi saya terkendala di pemasaran, karena sekarang banyak orang yang cari kue khas secara online. Oleh karenanya, kami butuhkan modal yaitu pelatihan usaha bagaimana cara memasarkan barang kami ini karena 25 lapak disini menjual barang yang sama kadang saya memberikan discount harga saya juga bersikap ramah kepada pelanggan, melayani, berkomunikasi juga dengan baik agar datang lagi selanjutnya, saya juga kurang paham menggunakan akses informasi (internet & gadget) tidak update tentang kewirausahaan, peluang usaha dan bagaimana supaya usaha saya sukses bertahan lama”.

Dari apa yang dituturkan oleh responden yang ditemui di lapangan, menunjukkan bahwa mereka sebagai pengusaha juga pada dasarnya melihat sebuah peluang usaha untuk kemudian direncanakan dengan baik dan dilaksanakan sebagai bisnis yang berjalan. Mereka telah memiliki bekal pengetahuan yang bisa mengidentifikasi peluang di lingkungan tempat tinggal mereka. Dari situ kemudian mereka mencari informasi sehubungan dengan sumber bahan baku dengan harga yang relative lebih murah. Setelah informasi telah tersedia, kemudian mereka mengambil sebuah keputusan untuk bisa melaksanakan bisnis tersebut. Dengan demikian bahwa, hadirnya peluang usaha di hadapan pengusaha perempuan, dapat memberikan kontribusi terhadap pengambilan keputusan mereka.

Di bawah lingkup pengenalan peluang (juga disebut sebagai penemuan peluang), Maine et al., (2015) menunjukkan bagaimana pengetahuan sebelumnya mempengaruhi pencarian peluang (Shane, 2000), bagaimana wirausahawan dapat secara efisien mengenali peluang baru dengan menyusun bentuk

organisasi (Hsieh et al., 2007), pencocokan atribut teknologi dengan peluang pasar potensial (Maine dan Garnsey, 2006), dan melalui jaringan dengan pemain lain dengan informasi preferensial di pasar tertentu (Soh, 2003). Tindakan pengenalan peluang adalah fungsi dari informasi istimewa, pengetahuan dan modal sosial yang dimiliki oleh pengusaha individu, serta distribusi sumber daya ekonomi yang tidak merata, sehingga kehadiran peluang pasar yang belum dieksploitasi menunggu untuk ditemukan (Kirzner, 1997).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kewirausahaan dapat memberikan peluang pemberdayaan ekonomi bagi pengusaha perempuan. ketergantungan pada orang lain dan rasa tidak aman dalam pengambilan keputusan dan arah bisnis mereka (Fernandes, 2016), Kapabilitas kewirausahaan dengan menghubungkan logika pengambilan keputusan terhadap kapabilitas kewirausahaan dan eksploitasi peluang secara sistematis (Guo, R. 2018). dalam berwirasusaha wirausaha perempuan mengambil risiko rendah dalam pengambilan keputusan bisnis (Kappal, J.M., & Rastogi, S. 2020).

Hubungan antar peluang bisnis dan pengambilan keputusan menjadi semakin penting seiring dengan semakin banyaknya perempuan yang memasuki bidang kewirausahaan. Pengambilan keputusan yang tepat serta pemanfaatan sumber daya yang tersedia akan menjadi lebih mudah bagi wirausaha perempuan. Untuk mendapatkan wawasan tentang bagaimana wirausahawan dapat melewati proses pengambilan keputusan dalam mengenali dan mengembangkan peluang bisnis, dibutuhkan Perempuan pemilik perusahaan dapat memperoleh ketrampilan dan pengetahuan tentang sumber daya yang mereka butuhkan untuk berkembang dalam lingkungan persaingan bisnis yang kompetitif dengan melakukan analisis. Ketika memutuskan prospek bisnis mana yang akan dikejar, pengusaha perempuan menghadapi kesulitan tertentu. Hal ini disebabkan oleh berbagai

hal, seperti ekspektasi budaya, ketersediaan dana dan sumber daya, serta pengalaman individu.

Peluang bisnis dapat memberdayakan perempuan dengan memberi kesempatan bagi mereka untuk mandiri secara finansial. Ketika perempuan memiliki kendali atas sumber daya keuangan mereka, mereka akan lebih percaya diri dan memiliki otonomi dalam pengambilan keputusan, baik dalam usaha dan kehidupan pribadi. Selanjutnya peluang bisnis memungkinkan terciptanya keragaman usaha kewirausahaan, wirausaha perempuan sering kali membawa perspektif yang unik, pendekatan pemecahan masalah, dan ide-ide inovatif. Keragaman ini dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dalam usaha tersebut dengan baik serta menghasilkan solusi yang tepat untuk menghasilkan keuntungan usaha mereka. Upaya mereka dalam mengejar peluang usaha membutuhkan pembelajaran serta keterampilan khusus karena saat wirausaha perempuan ikut serta dalam proses ini, mereka mendapatkan pengalaman dan pengetahuan berharga, yang dapat meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan dalam berbagai aspek kehidupan.

Kesempatan usaha seringkali datang dengan sistem jejaring dan dukungan. Wirausaha perempuan yang terlibat dalam peluang ini dapat terhubung dengan para mentor, advisor, dan wirausaha lainnya. Jaringan tersebut dapat memberikan wawasan dan panduan yang berharga, sehingga membantu dalam pengambilan keputusan yang lebih tepat. Pengalaman para wirausaha perempuan yang berhasil meraih peluang bisnis dapat menjadi inspirasi dan motivasi bagi yang lain. Dengan melihat pencapaian seseorang dapat menanamkan keyakinan akan kemampuan diri sendiri dan mendorong pengambilan keputusan yang lebih terarah dan penuh percaya diri.

Peluang bisnis dapat datang dengan akses dana, keterampilan, dan sumber daya. Ketika perempuan memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber daya ini, maka perempuan

menjadi lebih terlatih untuk mengambil keputusan berdasarkan fakta yang ada tentang usaha tersebut. Wirausaha perempuan, yang sering kali lebih condong pada inisiatif berdampak sosial, dapat membuat keputusan yang berdampak besar pada lingkungannya dan berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat.

#### ***F. Business Opportunity dan Sustainability Women Entrepreneur***

Hipotesis yang dikembangkan pada penelitian ini yaitu pengaruh Business Opportunity terhadap Sustainability Women Entrepreneur, table uji path coefficient dan nilai signifikansi menunjukkan bahwa hubungan antara Business Opportunity terhadap Sustainability Women Entrepreneur berhubungan positif. Dalam praktik keberlanjutan kewirausahaan, pengembangan solusi integratif bukanlah proses yang mulus, tetapi seringkali menghadirkan ketegangan dan konflik antara beberapa tujuan kepada manajer (Haffar dan Searcy 2019; Hahn et al. 2015; Joseph et al. 2020). Sementara itu, kemajuan yang dibuat melalui tanggung jawab perusahaan dan gagasan green Production di dunia usaha, memberikan pendekatan parsial terhadap cara menerapkan strategi kewirausahaan berkelanjutan dalam praktiknya. Cohen dan Winn (2007), kegagalan dalam mengatasi tiga dimensi keberlanjutan secara bersamaan, tidak cukup menyelesaikan masalah praktis dan gagal menangkap peluang baru yang inovatif dan menguntungkan.

Peluang kewirausahaan adalah sebuah titik di mana kebutuhan pasar dapat teridentifikasi dan mampu memenuhi kebutuhan akan produk atau jasa yang diminta. Dibidang kewirausahaan, ada kriteria khusus yang harus dipenuhi untuk mengubah ide menjadi peluang. Proses ini dimulai dengan mengembangkan mindset dengan pendekatan yang baik-pola pikir yang membuat seorang wirausaha lebih tanggap terhadap kebutuhan dan permintaan pasar, kemudian menjalankan riset

untuk menentukan apakah ide tersebut dapat menjadi usaha baru yang sukses. Kewirausahaan berkelanjutan adalah Proses menemukan, mengevaluasi, dan mengeksploitasi peluang Bisnis yang hadir dalam kegagalan pasar yang mengurangi keberlanjutan, termasuk yang relevan dengan lingkungan (Cohen & Winn, 2007). Venkataraman (1997), mengartikan kewirausahaan berkelanjutan sebagai pemeriksaan bagaimana peluang untuk mewujudkan barang dan jasa masa depan diciptakan, dicari, dan dieksploitasi, oleh siapa, dan dengan konsekuensi psikologis ekonomi, sosial, dan lingkungan. konsep Kewirausahaan Berkelanjutan dipandang sebagai sebuah sintesis yang berasal dari konsep kewirausahaan berbasis bisnis dan dimensi pembangunan berkelanjutan.

Selanjutnya, merujuk pada Shane dan Venkataraman (2000), definisi kewirausahaan berkelanjutan adalah proses teleologis bertujuan untuk mencapai keberlanjutan pembangunan, dengan cara menemukan, mengevaluasi, dan mengeksploitasi peluang dan menciptakan nilai yang menghasilkan keuntungan finansial, kesejahteraan ekonomi, kepaduan sosial, dan pelestarian lingkungan". Dengan demikian, tiga dimensi kegiatan kewirausahaan, sosial, ekonomi dan lingkungan, berfungsi sebagai subset yang saling terkait dari konsep kewirausahaan berkelanjutan secara luas. (Hart (1997) serta Hart dan Milstein (2003). Sementara itu, kemajuan yang dibuat melalui tanggung jawab perusahaan dan gagasan green Production di dunia usaha, memberikan pendekatan parsial saja terhadap cara menerapkan strategi kewirausahaan berkelanjutan dalam praktiknya. Dari perspektif akademis, hal ini mendukung konsep Triple-Bottom-Line yang diperkenalkan oleh Elkington pada tahun 1994 berdasarkan konteks nilai-nilai berkelanjutan dalam praktik bisnis para pengusaha. Elkington pada tahun 2004 menyimpulkan bahwa ada tiga aspek penciptaan nilai utama

dalam perilaku berkelanjutan, yaitu: (a) Kesejahteraan ekonomi (b) Kualitas lingkungan dan (c) Keadilan sosial.

Kajian tentang keterkaitan Peluang dan Keberlanjutan wirausaha perempuan menemukan bahwa Konsep keberlanjutan merupakan sebuah konsep teleologis yang bertujuan mencapai keberlanjutan dengan cara menemukan, mengevaluasi dan mengeksploitasi peluang guna menghasilkan keuntungan finansial, ekonomi, sosial dan lingkungan (Penelitian Lida P. Kyrgidou (2017). Pengenalan aspek sosial, ekonomi, dan ekologi merupakan elemen penting dalam mengenali peluang untuk kewirausahaan berkelanjutan (Ruven Hanohov, Leonie Baldacchino, 2017), Wirausaha Perempuan mempunyai kepedulian terhadap keberlanjutan ketika memulai sebuah perusahaan baru bagi wirausaha perempuan dapat memiliki potensi yang lebih kuat untuk pemanfaatan peluang bisnis dalam kewirausahaan yang berkelanjutan, (Mercedes Barrachina Fernández et.al 2021)

Oleh karena kompleksitasnya hambatan yang dihadapi wirausaha perempuan maka Hubungan antara peluang bisnis dan keberlanjutan usaha pengusaha perempuan dapat ditelusuri melalui akses permodalan: Kesenambungan dan perluasan usaha pengusaha perempuan dapat terhambat oleh beberapa faktor seperti akses permodalan (Martokoesoemo, et.al. 2020), Pemanfaatan Teknologi Informasi Penerapan teknologi informasi (Ongare, R.M., Ikoha, A.P., & Wabwoba, F. 2021). Platform online dan media sosial (Isa, F.B.,et.al.2020), Sifat dan Karakteristik (Manzoor, F., & Jabeen, G. 2022) Wirausaha Perempuan, warisan budaya, kondisi ekonomi keluarga (Sulolipu, A.A.et.al. 2022) dan pengentasan kemiskinan (Foy Connor, R., & Bent-Goodley, T.B. 2016).

Perempuan turut berperan penting dalam Peningkatan Perekonomian hal tersebut terlihat dalam pemanfaatan akses terhadap peluang bisnis yang mereka jalankan menjadikan

mereka lebih mandiri secara finansial. Kemampuan perempuan dalam memanfaatkan peluang menjadikan mereka berhasil dalam berwirausaha, Keberhasilan ini tidak hanya bermanfaat bagi perempuan secara individu, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi masyarakat dan negaranya.

Dalam berwirausaha perempuan seringkali membuka peluang kerja untuk perempuan dan laki-laki dalam usahanya. Seiring dengan berkembangnya usaha mereka, maka mereka berkontribusi dalam mengurangi pengangguran dan meningkatkan standar hidup serta pengembangan masyarakat. Wirausaha perempuan cenderung menginvestasikan kembali sebagian besar pendapatan mereka kembali ke keluarga dan lingkungan sosial mereka. Hasil investasi tersebut berdampak pada peningkatan pendidikan, kesehatan, dan infrastruktur, sehingga berpengaruh positif terhadap stabilitas lingkungan masyarakat keseluruhan. Perempuan membawa perspektif serta gagasan yang bervariasi bagi perkembangan dunia usaha, mendorong inovasi dan kreativitas. Kepemimpinan perempuan dalam usaha menghasilkan beragam produk dan layanan yang lebih inklusif untuk memenuhi kebutuhan konsumen lebih luas. Menjadi Teladan serta panutan yang menginspirasi perempuan maupun anak perempuan lainnya untuk melanjutkan aspirasi berwirausaha. Dengan demikian, hal ini dapat menciptakan pengaruh positif, yang mendorong lebih banyak perempuan untuk memulai usahanya sendiri dan berkontribusi pada pertumbuhan ekosistem usaha.

Selanjutnya Wirausaha perempuan sering memprioritaskan isu sosial dan lingkungan dalam usahanya. Misalnya, mereka berfokus pada praktek berkelanjutan, sumber yang etis, dan keterlibatan masyarakat, sehingga memberikan kontribusi terhadap lingkungan sosial maupun lingkungan hidup. Mendorong perempuan menjadi wirausaha akan dapat mengatasi kesenjangan gender dalam kepemilikan usaha dan

kepemimpinan, melalui peluang usaha yang setara bagi perempuan, maka masyarakat dapat bergerak menuju kesetaraan gender dan empowerment lebih baik.

Peluang bisnis menggambarkan kondisi menguntungkan yang memungkinkan para pengusaha untuk menciptakan, mengembangkan, atau mengoptimalkan usaha yang ada. Sumber peluang ini bisa berasal dari berbagai faktor, seperti trend pasar, keinginan konsumen, kemajuan teknologi, dan perubahan ekonomi. Pengambilan keputusan yang cerdas dan efisien sangat penting dalam meraih dan memaksimalkan potensi peluang bisnis. Khususnya bagi pengusaha perempuan, mereka dihadapkan pada berbagai keputusan terkait pengembangan produk, strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, serta alokasi sumber daya. Kemampuan mereka dalam mengambil keputusan yang tepat, akurat, dan strategis memiliki dampak signifikan terhadap hasil bisnis mereka, dan pada akhirnya memberikan pengaruh terhadap keberlanjutan usaha mereka.

Sejumlah peneliti telah mengemukakan bahwa perempuan yang memimpin usaha sering memberikan prioritas pada isu-isu lingkungan yang krusial bagi keberlanjutan. Isu-isu tersebut mencakup perubahan lingkungan, teknologi yang ramah lingkungan, pelestarian biodiversitas, dan pengurangan limbah. Para pengusaha perempuan ini berupaya membangun model bisnis berkelanjutan yang mengintegrasikan isu-isu tersebut dan berkontribusi pada masa depan yang lebih berkelanjutan (G.Pierly, F. Murmura, F. Palazzi, 2022). Melalui pemberdayaan organisasi yang dikelola oleh perempuan, mereka dapat bertransformasi menjadi wirausaha sosial, memberikan pelatihan, keterampilan, serta jejaring kepada wirausaha perempuan yang sedang berkembang maupun yang sudah mapan. Pendekatan ini secara langsung mendorong keberlanjutan usaha perempuan dengan memberikan sumber daya dan dukungan yang diperlukan.

United Nations Environment Programme juga menggarisbawahi pentingnya pengambilan keputusan dalam konteks keberlanjutan bisnis yang dipimpin oleh perempuan. Ketika wirausaha perempuan mengedepankan keputusan yang memprioritaskan keberlanjutan, mereka tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan mengaitkan praktik bisnis dengan tujuan keberlanjutan, tetapi juga mempertimbangkan aspek lingkungan. Secara tidak langsung, tindakan ini berdampak pada kelangsungan usaha serta dampak positif terhadap masyarakat sekitarnya (UN, 2022).

Berdasarkan temuan penelitian ini, terdapat ada hubungan yang tidak langsung antara peluang bisnis dan keberlanjutan wirausaha melalui tindakan di dalam pengambilan keputusan utamanya pada konteks wirausaha perempuan. Hubungan ini berpusat pada cara bagaimana wirausaha perempuan mengenali, menilai, dan mengejar peluang dalam bisnis. Dari cara ini kemudian mereka melakukan proses pengambilan keputusan yang terlihat pada cara mereka mengalokasikan sumber daya, merencanakan strategi bisnis, dan melaksanakan langkah-langkah untuk memanfaatkan peluang yang telah diidentifikasi. Keputusan yang diambil secara efektif akan memiliki potensi untuk meraih keberhasilan dalam memanfaatkan peluang bisnis tersebut, sehingga berkontribusi pada keberlanjutan usaha kewirausahaan perempuan.

Di sisi lain, terdapat juga hubungan tidak langsung antara peluang bisnis dan keberlanjutan wirausaha melalui pengambilan keputusan dengan mengacu pada factor sosial ekonomi serta budaya. Faktor-faktor sosial-ekonomi dan budaya yang lebih luas dapat mempengaruhi tingkat keberlanjutan dari kewirausahaan perempuan. Baik hubungan langsung maupun tidak langsung antara peluang bisnis dan pengambilan keputusan memiliki dampak signifikan terhadap keberlanjutan wirausaha perempuan. Pengambilan keputusan yang efektif, didukung oleh

lingkungan yang memadai dan kebijakan yang memihak, memiliki potensi untuk memberdayakan wirausaha perempuan dalam mengidentifikasi, mengejar, dan memanfaatkan peluang demi kesuksesan bisnis jangka panjang.

# BAB XIII

## KESIMPULAN

Manajemen strategi memainkan peran krusial dalam menentukan arah dan keberhasilan suatu organisasi, termasuk dalam konteks kewirausahaan yang dikelola oleh perempuan. Konsep *Triple Bottom Line* (TBL) yang diperkenalkan oleh Elkington (1997) menawarkan kerangka kerja yang holistik dalam mengevaluasi kinerja organisasi dari segi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Implementasi TBL dalam kewirausahaan memungkinkan perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan finansial tetapi juga pada dampak sosial dan lingkungan yang dihasilkan. Dengan demikian, organisasi yang menerapkan TBL dapat mencapai keberlanjutan jangka panjang dan menciptakan nilai yang lebih besar bagi seluruh pemangku kepentingan.

Penerapan teori *Theory of Planned Behavior* (TPB) memberikan wawasan tambahan tentang bagaimana sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku mempengaruhi niat dan tindakan wirausahawan perempuan. Dengan memahami faktor-faktor ini, wirausahawan dapat lebih efektif dalam merancang strategi yang mempertimbangkan motivasi dan kendala yang dihadapi, serta memaksimalkan peluang untuk mencapai keberhasilan. TPB memperkaya pendekatan tradisional dengan menambahkan dimensi persepsi kontrol yang penting untuk memahami dinamika keputusan bisnis dalam konteks yang lebih kompleks.

*Resource-Based View* (RBV) menawarkan pandangan yang berfokus pada pemanfaatan sumber daya internal perusahaan untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dalam kewirausahaan, terutama yang dikelola

oleh perempuan, RBV mendorong pemanfaatan dan pengembangan sumber daya strategis, baik berupa modal fisik, manusia, maupun organisasi, untuk mencapai kinerja superior. Keunggulan bersaing ini dihasilkan dari kemampuan organisasi dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya yang sulit ditiru oleh pesaing, memberikan keuntungan kompetitif yang langgeng.

Kewirausahaan berkelanjutan yang dipimpin oleh perempuan menunjukkan potensi signifikan dalam mencapai dampak sosial dan lingkungan yang positif. Perempuan wirausahawan seringkali membawa perspektif dan nilai-nilai yang mendukung keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Oleh karena itu, mendukung dan mempromosikan kewirausahaan perempuan tidak hanya bermanfaat bagi pertumbuhan ekonomi tetapi juga bagi pencapaian tujuan-tujuan berkelanjutan yang lebih luas.

Dalam praktiknya, perusahaan hijau yang mengadopsi prinsip-prinsip TBL mengalami berbagai keuntungan, termasuk efisiensi biaya, peningkatan reputasi, dan hubungan yang lebih baik dengan masyarakat serta pemerintah. Perusahaan yang berhasil mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam operasionalnya dapat memperbaiki citra dan daya saingnya, serta memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mengadopsi dan menerapkan strategi hijau secara konsisten.

Meskipun ada banyak manfaat dalam penerapan strategi berkelanjutan, organisasi juga harus menghadapi berbagai tantangan. Keterlibatan manajer dalam proses perencanaan strategis dan implementasi dapat menimbulkan risiko seperti gangguan pada tanggung jawab operasional dan kekecewaan dari bawahan. Oleh karena itu, penting untuk merencanakan dan mengelola proses ini dengan cermat, memastikan bahwa setiap

langkah diambil dengan mempertimbangkan potensi risiko dan manfaatnya.

Secara keseluruhan, manajemen strategi yang berfokus pada keberlanjutan, terutama dalam konteks kewirausahaan perempuan, menawarkan peluang besar untuk menciptakan nilai jangka panjang dan dampak positif. Dengan memanfaatkan kerangka kerja TBL, TPB, dan RBV, organisasi dapat merumuskan dan menerapkan strategi yang tidak hanya mendukung pertumbuhan bisnis tetapi juga memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungan. Melalui pendekatan yang integratif dan berkelanjutan, kewirausahaan dapat memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abu-Rumman, A., Al Shraah, A., Al-Madi, F., & Alfalah, T. (2021). Entrepreneurial networks, entrepreneurial orientation, and performance of small and medium enterprises: are dynamic capabilities the missing link? *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 10(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-021-00170-8>
- Alavi, M. and Leidner, D. 2001. Knowledge management and knowledge management systems: Conceptual foundations and research issues. *MIS Quarterly*, 25(1), 107.
- Argote, L. and Ingram, P. 2000. Knowledge transfer: Basis for competitive advantage in firms. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 82(1) (May), 150–169.
- Bhargava, S. (2008). Entrepreneurial management. In *Entrepreneurial Management*. <https://doi.org/10.4135/9788178299938>
- Boland, R.J. and Tenkasi, R.V. 1995. Perspective making and perspective taking in communities of knowing. *Organization Science*, 6(4), 350–72.
- Bouncken, R. B., Plüschke, B. D., Pesch, R., & Kraus, S. (2016). Entrepreneurial orientation in vertical alliances: joint product innovation and learning from allies. *Review of Managerial Science*, 10(2), 381–409. <https://doi.org/10.1007/s11846-014-0150-8>
- Cho, Y., Park, J., Han, S. J., Sung, M., & Park, C. K. (2020). Women entrepreneurs in South Korea: motivations, challenges and career success. *European Journal of Training and Development*, 45(2–3), 97–119. <https://doi.org/10.1108/EJTD-03-2020-0039>

- Choudhury, V., and Sampler, J. 1997. Information specificity and environmental scanning: An economic perspective. *MIS Quarterly*, 21(1), 25–53.
- Company, S. E. (2021). *Journal of Industrial Strategic Management*. 2(3), 5–20.
- Covin, J. G., & Lumpkin, G. T. (2011). Entrepreneurial orientation theory and research: Reflections on a needed construct. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 35(5), 855–872. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00482.x>
- creation: Philosophical considerations on the locus of knowledge. *Academy of Management Review*, 32(1), 195–218.
- Ericsson, K.A., Prietula, M.J., and Cokely, E.T. 2007. The making of an expert. *Harvard Business*
- Felin, T. and Hesterly, W.S. 2007. The knowledge-based view, nested heterogeneity, and new value
- Fellnhöfer, K., Puumalainen, K., & Sjögrén, H. (2016). Entrepreneurial orientation and performance – are sexes equal? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 22(3), 346–374. <https://doi.org/10.1108/IJEER-12-2015-0286>
- Hassan, A., Anwar, I., Saleem, I., Islam, K. M. B., & Hussain, S. A. (2021). Individual entrepreneurial orientation, entrepreneurship education and entrepreneurial intention: The mediating role of entrepreneurial motivations. *Industry and Higher Education*, 35(4), 403–418. <https://doi.org/10.1177/09504222211007051>
- Hayek, F.A. 1945. The use of knowledge in society. *American Economic Review*, XXXV(4) (September), 519–530.
- Ismail, K., Anuar, M. A., Omar, W. Z. W., Aziz, A. A., Seohod, K., & Akhtar, C. S. (2015). Entrepreneurial Intention, Entrepreneurial Orientation of Faculty and Students towards Commercialization. *Procedia - Social and*

Behavioral Sciences, 181, 349–355.  
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.897>

- Isa, Filzah Binti Md, Nor Ashikin Mohd Nor and Shaista Noor. “Leadership and Decision-making Style among Women Entrepreneurs: A Case of Malaysia.” *International Review of Management and Business Research* (2021)
- Iram, Tahira, Ahmad Raza Bilal and Shahid Latif. “Is Awareness That Powerful? Women’s Financial Literacy Support to Prospects Behaviour in Prudent Decision-making.” *Global Business Review* (2021)
- Khadhraoui, M., Plaisent, M., Lakhel, L., & Bernard, P. (2016). The Impact of Entrepreneurial Culture Dimensions on Entrepreneurial Intention: A Cross Cultural Study. *Universal Journal of Management*, 4(12), 685–693. <https://doi.org/10.13189/ujm.2016.041205>
- Khan, M. A., Zubair, S. S., Rathore, K., Ijaz, M., Khalil, S., & Khalil, M. (2021). Impact of Entrepreneurial Orientation Dimensions on Performance of Small Enterprises: Do Entrepreneurial Competencies Matter? *Cogent Business & Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1943241>
- Khan, S. H., Majid, A., Yasir, M., & Javed, A. (2021). Social capital and business model innovation in SMEs: do organizational learning capabilities and entrepreneurial orientation really matter? *European Journal of Innovation Management*, 24(1), 191–212. <https://doi.org/10.1108/EJIM-04-2020-0143>
- Kumar, N. (2013). Internationalisation of Indian knowledge-intensive service firms: Learning as an antecedent to entrepreneurial orientation. *Asian Business and Management*, 12(5), 503–523. <https://doi.org/10.1057/abm.2013.20>
- Kurniawan, I. (1970). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Lingkungan Eksternal Bisnis dan

Kapasitas Penyerapan Terhadap Kinerja Bisnis. *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 3(2), 132–147. <https://doi.org/10.26533/jmd.v3i2.735>

Ling, Y., López-Fernández, M. C., Serrano-Bedia, A. M., & Kellermanns, F. W. (2020). Organizational culture and entrepreneurial orientation: examination through a new conceptualization lens. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(2), 709–737. <https://doi.org/10.1007/s11365-019-00600-w>

M. N. Kabir, 2019. Knowledge-Based Social Entrepreneurship, Palgrave Studies in Democracy, Innovation, and Entrepreneurship for Growth, [https://doi.org/10.1057/978-1-137-34809-8\\_2](https://doi.org/10.1057/978-1-137-34809-8_2)

Martins, I., & Perez, J. P. (2020). Testing mediating effects of individual entrepreneurial orientation on the relation between close environmental factors and entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(4), 771–791. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-08-2019-0505>

McKenny, A. F., Short, J. C., Ketchen, D. J., Payne, G. T., & Moss, T. W. (2018). Strategic entrepreneurial orientation: Configurations, performance, and the effects of industry and time. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(4), 504–521. <https://doi.org/10.1002/sej.1291>

Muchiri, M., & McMurray, A. (2015). Entrepreneurial orientation within small firms: a critical review of why leadership and contextual factors matter. *Small Enterprise Research*, 22(1), 17–31. <https://doi.org/10.1080/13215906.2015.1017076>

Onyemah, V., & Rivera-Pesquera, M. (2019). Cognitive ambidexterity: Successful selling by women entrepreneurs. *Go-to-Market Strategies for Women Entrepreneurs: Creating and Exploring Success*, 2011, 75–83. <https://doi.org/10.1108/978-1-78973-289-420191012>

- Pett, T., & Wolff, J. (2010). SME Performance: The Role of Learning Orientation and Its Relationship to Market Orientation and Entrepreneurial Orientation. *International Council for Small Business (ICSB)*, 316, 1–33. [http://www.icsb.org/assets/312\\_full\\_paper.pdf](http://www.icsb.org/assets/312_full_paper.pdf)
- Pett, T., & Wolff, J. A. (2016). EO n LEARNING IN HIGH n LOW PERFORMING SMEs. *Journal of Small Business Strategy*, 26(2), 71–86.
- Pittino, D., Visintin, F., & Lauto, G. (2017). A configurational analysis of the antecedents of entrepreneurial orientation. *European Management Journal*, 35(2), 224–237. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2016.07.003>
- Review, July–August, 114–121.
- Spillecke, S. B., & Brettel, M. (2014). Antecedents and Performance Implications of a Sales Department’s Learning and Entrepreneurial Orientation in SMEs. *Journal of Small Business Management*, 52(3), 407–426. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12041>
- Twum, K. K., Kwakwa, P. A., Ofori, D., & Nkukpornu, A. (2021). The relationship between individual entrepreneurial orientation, network ties, and entrepreneurial intention of undergraduate students: implications on entrepreneurial education. *Entrepreneurship Education*, 4(1), 39–66. <https://doi.org/10.1007/s41959-021-00044-w>
- Ullah, M. S. (2020). Impact of Entrepreneurial Orientation on Project Success: Mediating Role of Technological Orientation and Moderating Role of Top Management Support. 131. <http://files/525/Ullah - Impact of Entrepreneurial Orientation on Project S.pdf>
- Verdú-Jover, A. J., Estrada-Cruz, M., Rodríguez-Hernández, N., & Gómez-Gras, J. M. (2020). Relationship between CEO’s personality and company’s entrepreneurial orientation: The case of SMEs. *Journal of Management*

- and Organization, 2020.  
<https://doi.org/10.1017/jmo.2020.33>
- Wales, W. J. (2016). Entrepreneurial orientation: A review and synthesis of promising research directions. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 34(1), 3–15.  
<https://doi.org/10.1177/0266242615613840>
- Wales, W. J. (2016). Entrepreneurial orientation: A review and synthesis of promising research directions. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 34(1), 3–15. <https://doi.org/10.1177/0266242615613840>
- Zighan, S., Abualqumboz, M., Dwaikat, N., & Alkalha, Z. (2021). The role of entrepreneurial orientation in developing SMEs resilience capabilities throughout COVID-19. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*.  
<https://doi.org/10.1177/14657503211046849>
- Anderson, B. S., Kreiser, P. M., Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., & Eshima, Y. (2015). Reconceptualizing entrepreneurial orientation. *Strategic Management Journal*, 36(10), 1579–1596. <https://doi.org/10.1002/smj.2298>
- Crals, E., & Vereeck, L. (2005). The affordability of sustainable entrepreneurship certification for SMEs. *International Journal of Sustainable Development and World Ecology*, 12(2), 173–183.  
<https://doi.org/10.1080/13504500509469628>
- Fernández, M. B., García-Centeno, M. D. C., & Patier, C. C. (2021). Women sustainable entrepreneurship: Review and research agenda. *Sustainability (Switzerland)*, 13(21). <https://doi.org/10.3390/su132112047>
- Hanohov, R., & Baldacchino, L. (2018). Opportunity recognition in sustainable entrepreneurship: an exploratory study. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and*

Research, 24(2), 333–358.  
<https://doi.org/10.1108/IJEBR-12-2015-0275>

Koe, W.-L., Omar, R., & Majid, I. A. (2014). Factors Associated with Propensity for Sustainable Entrepreneurship. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130, 65–74.  
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.009>

Kraus, S., Burtscher, J., Vallaster, C., & Angerer, M. (2018). Sustainable entrepreneurship orientation: A reflection on status-quo research on factors facilitating responsible managerial practices. *Sustainability (Switzerland)*, 10(2). <https://doi.org/10.3390/su10020444>

Laskovaia, A., Marino, L., Shirokova, G., & Wales, W. (2019). Expect the unexpected: examining the shaping role of entrepreneurial orientation on causal and effectual decision-making logic during economic crisis. *Entrepreneurship and Regional Development*, 31(5–6), 456–475.  
<https://doi.org/10.1080/08985626.2018.1541593>

Lyon, D. W., Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2000). Enhancing entrepreneurial orientation research: Operationalizing and measuring a key strategic decision making process. *Journal of Management*, 26(5), 1055–1085.  
<https://doi.org/10.1177/014920630002600503>

Maine, E., Soh, P. H., & Dos Santos, N. (2015). The role of entrepreneurial decision-making in opportunity creation and recognition. *Technovation*, 39–40(1), 53–72.  
<https://doi.org/10.1016/j.technovation.2014.02.007>

Muñoz, P., & Cohen, B. (2018). Sustainable Entrepreneurship Research: Taking Stock and looking ahead. *Business Strategy and the Environment*, 27(3), 300–322.  
<https://doi.org/10.1002/bse.2000>

Paulus, A. L., & Hermanto, Y. B. (2022). The Competitive Advantage of Furniture SMEs in East Java: The Role of Aggressiveness in Entrepreneurship Orientation.

Economies, 10(6), 1–11.  
<https://doi.org/10.3390/economies10060139>

- Perez Nuñez, S. M., & Musteen, M. (2020). Learning perspective on sustainable entrepreneurship in a regional context. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 27(3), 365–381. <https://doi.org/10.1108/JSBED-03-2020-0071>
- Piercy, N. F., Kaleka, A., & Katsikeas, C. S. (1998). Sources of competitive advantage in high performing exporting companies. *Journal of World Business*, 33(4), 378–393. [https://doi.org/10.1016/S1090-9516\(99\)80081-9](https://doi.org/10.1016/S1090-9516(99)80081-9)
- Rushworth, M. F. S., Noonan, M. A. P., Boorman, E. D., Walton, M. E., & Behrens, T. E. (2011). Frontal Cortex and Reward-Guided Learning and Decision-Making. *Neuron*, 70(6), 1054–1069. <https://doi.org/10.1016/j.neuron.2011.05.014>
- Swanson, K. K., & DeVereaux, C. (2017). A theoretical framework for sustaining culture: Culturally sustainable entrepreneurship. *Annals of Tourism Research*, 62, 78–88. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.12.003>
- Zhang, F., Wei, L., Sun, H., & Tung, L. C. (2019). How entrepreneurial learning impacts one's intention towards entrepreneurship. *Chinese Management Studies*, 13(1), 146–170. doi: 10.1108/cms-06-2018-0556

## TENTANG PENULIS



### **Dr. Monalisa, SE., M.M**

Seorang Penulis dan Dosen Prodi Manajemen STIE Ciputra Makassar Lahir di Ujung Pandang, 14 Mei 1982 Su-Sel. Penulis merupakan anak pertama dari tujuh bersaudara dari pasangan bapak Abd. Laudi Hasan dan Ibu Erni Johan. Ia menamatkan pendidikan program Sarjana (S1) di STIEM Bongayya Prodi Manajemen menyelesaikan program Pasca Sarjana (S2) di Universitas Muslim Indonesia Prodi Manajemen dan Program

Doktoral Universitas Hasanuddin Makassar (S3)



### **Dr. Elia Ardyan, SE., MBA.,**

Seorang Penulis, Peneliti dan Dosen Prodi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ciputra dan Universitas Ciputra Surabaya. Lahir di Karanganyar, 07 Oktober 1982, Jawa Tengah. Penulis menamatkan pendidikan program Sarjana (S1) Manajemen di Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga; program Magister (S2) Manajemen di Universitas Gadjah Mada dan menyelesaikan program Doktoral (S2) di Prodi Doktor Ilmu

Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang. Saat ini penulis sudah menerbitkan jurnal di Jurnal Internasional Bereputasi (terindeks Scopus) dan Jurnal Nasional Bereputasi (Sinta 2). Saat ini penulis sudah memiliki 7 book chapter, 35 publikasi internasional terindeks scopus, 8 Publikasi nasional terindeks Sinta 2, dan beberapa publikasi lainnya.

## TENTANG PENULIS



**Dr. Carolina Novi Mustikarini, S.E., M.Sc., LP-NLP., CHRP®, CLMA®, CPSP®** adalah akademisi dan praktisi yang berpengalaman dalam bidang manajemen sumber daya manusia dan kewirausahaan. Beliau memperoleh gelar Doktoral Manajemen Sains dari Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, serta gelar Magister Sains dan Sarjana Manajemen Sumber

Daya Manusia dari Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Saat ini, Dr. Carolina menjabat sebagai Senior Lecture di Universitas Ciputra Makassar, di mana beliau juga terlibat dalam berbagai peran seperti kepala urusan mahasiswa dan alumni, fasilitator proyek kewirausahaan, dan konsultan manajemen untuk berbagai usaha. Sebelumnya, beliau berperan sebagai Senior Lecture di Universitas Ciputra Surabaya dan kepala kluster kewirausahaan korporat. Di luar dunia akademik, Dr. Carolina adalah pendiri Mundi Leather, Adamar, dan MUNCER Frozen Food, serta pendiri program UPGrade dan pembina jaringan bisnis di Surabaya. Ia juga aktif sebagai trainer, coach, dan hypnotherapist, dengan dedikasi yang mendalam dalam membantu individu mencapai potensi maksimal mereka.

## EDITOR



**Cindy Yoel Tanesia** Setelah lulus dari Sekolah Dian Harapan Makassar pada tahun 2006, penulis sangat tertarik untuk menjadi wanita karir yang bekerja di perusahaan-perusahaan ternama. Hal ini yang membuat penulis mengambil jurusan manajemen di Universitas Pelita Harapan dan lulus pada tahun 2010 dengan predikat cum laude. Penulis tidak langsung turun ke dunia kerja namun memperkaya keterampilan dan pengalaman dengan mempelajari bahasa Korea di Yonsei University, Seoul. Diperengkapi dengan keahlian bahasa setelah mempelajarinya selama satu tahun, penulis langsung bekerja di perusahaan Korea yang akan membuka cabang di Indonesia pada saat itu. Pengalaman tersebut telah memperkaya penulis dengan pengetahuan dan keterampilan dalam merintis suatu usaha dan juga mengelola suatu perusahaan. Penulis kemudian menempuh pendidikan lebih tinggi dengan mengambil Master of Business Administration dalam bidang Luxury Brand Management di International Fashion Academy yang berlokasi di Paris, Perancis dan lulus pada tahun 2013. Penulis kemudian menggunakan pengetahuan baru dalam bekerja sebagai asisten manajer pemasaran selama 3 tahun sebelum akhirnya pulang ke kampung halaman di tahun 2016. Penulis saat ini bekerja sebagai dosen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ciputra, Makassar dan mengampu mata kuliah Dasar-Dasar Kewirausahaan, Manajemen Keuangan, dan Manajemen Investasi dan Risiko.

## EDITOR



**Asriah Syam, S.E., M.M.**, adalah seorang akademisi dan praktisi industri keuangan dengan lebih dari satu dekade pengalaman. Lulus dari Universitas Hasanuddin Makassar pada tahun 2010 dengan gelar Sarjana Ekonomi, Asriah memulai karirnya sebagai praktisi di Bank Panin Makassar dan kemudian di Prudential Life Assurance, di mana ia menjabat sebagai manajer dari tahun 2011 hingga 2021. Setelah menyelesaikan studi Magister Manajemen pada tahun 2021, Asriah beralih ke dunia akademik dan kini mengajar di Universitas Pejuang Republik Indonesia dan STIE Ciputra Makassar, dengan fokus pada mata kuliah business management, marketing, dan service management. Selain mengajar, ia aktif dalam penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, serta menerbitkan artikel jurnal terakreditasi. Email penulis: [asriah.syam@ciputra.co.id](mailto:asriah.syam@ciputra.co.id).

# MANAJEMEN STRATEGI

## Perempuan dan Kewirausahaan Berkelanjutan

Buku ini lahir dari keinginan untuk mengintegrasikan teori manajemen strategis dengan tantangan dan peluang yang dihadapi oleh perempuan dalam kewirausahaan, dengan mengedepankan prinsip keberlanjutan. Di tengah perubahan global yang cepat dan kesadaran yang meningkat akan pentingnya tanggung jawab sosial dan lingkungan, buku ini bertujuan untuk menawarkan panduan praktis dan wawasan mendalam bagi para pemimpin, perempuan wirausaha, dan akademisi.

Sebagai penulis, saya menyadari bahwa perempuan wirausaha menghadapi tantangan unik yang memerlukan pendekatan strategis yang holistik. Oleh karena itu, buku ini tidak hanya membahas konsep-konsep manajemen strategis yang sudah mapan, tetapi juga menyoroti bagaimana prinsip Triple Bottom Line (TBL) dapat diterapkan dalam praktek kewirausahaan perempuan untuk mencapai keberlanjutan yang lebih luas. Dengan menggabungkan teori seperti Theory of Planned Behavior (TPB) dan Resource-Based View (RBV), buku ini berusaha menjembatani teori dengan aplikasi praktis di lapangan.

Saya berharap bahwa buku ini akan menjadi sumber inspirasi dan panduan yang berguna untuk setiap pembaca yang tertarik dalam menerapkan strategi yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan finansial tetapi juga pada dampak sosial dan lingkungan. Dalam bab-bab berikut, Anda akan menemukan berbagai teori yang relevan, studi kasus, dan analisis mendalam yang diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai bagaimana manajemen strategis dapat mendukung kewirausahaan perempuan dalam mencapai tujuan yang berkelanjutan.



Penerbit  
Jl. Harapan Bangsa Blok D1/1  
Perumahan BTN Batulappa  
Sidenreng Rappang  
Tlp : 04213594821  
Email : info@lajago.com

ISBN 978-623-10-2979-9 (PDF)

