

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kewirausahaan dikenal juga sebagai entrepreneurship adalah kemampuan yang inovatif dan kreatif yang digunakan untuk mencari peluang untuk sukses. nilai tambahan dari barang dan jasa yang merupakan sumber membuatnya unik. kemampuannya demi menghasilkan peluang yang meliputi pengumpulan sumber daya untuk mewujudkan ide-ide. sehingga kewirausahaan dapat menjadi kemampuan dalam meningkatkan nilai pasar melalui manajemen sumber daya dengan metode baru dan unik (Gunasegaran, 2024). Sejalan dengan Penelitian Laine & Kibler (2022) Kewirausahaan adalah praktik sosial yang melibatkan penciptaan sesuatu yang baru, yang dapat berupa produk, layanan, atau organisasi, dengan mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang dalam konteks sosial ekonomi tertentu. Selain itu, kewirausahaan meningkatkan produktivitas dengan menciptakan pasar, industri, teknologi, dan peluang kerja baru.

Salah satu aspek kehidupan bisnis yang berkontribusi pada keberhasilan perusahaan adalah entrepreneurship. Dalam Penelitian Gunasegaran (2024) menyatakan bahwa individu yang terlibat aktif dalam Bisnis memiliki tanggung jawab terbesar untuk mencapai tujuan mereka (Nugraheni, 2022) menyatakan bahwa kewirausahaan dan turunannya telah memengaruhi semua industri dan lapisan masyarakat, karena kewirausahaan berhubungan dengan inovasi, daya saing, produktivitas, penciptaan kekayaan, dan penciptaan lapangan kerja. Kewirausahaan sebagai pilihan karir sangat penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional dan mengurangi masalah kronis pengangguran dan kemiskinan (Sahinidis et al., 2021).

Wirausaha memiliki peran krusial dalam peningkatan ekonomi karena beberapa alasan yang signifikan, terutama melalui penciptaan lapangan kerja dan inovasi. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, sektor UMKM mengambil sekitar 97% dari tenaga kerja nasional total, yaitu lebih dari 117 juta orang, menjadikannya solusi utama dalam pengurangan tingkat pengangguran. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) juga mencapai sekitar 61%, menunjukkan peran besarnya dalam pembangunan ekonomi (Badan Pusat Statistik, 2024c)

Selain itu, wirausaha juga berkontribusi pada peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB). Di Indonesia, sektor UMKM memberikan lebih dari 61,9% sumbangan terhadap PDB (Santika, 2023). Hal ini menegaskan pentingnya peran wirausaha dalam memacu pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Pertumbuhan ekonomi di Indonesia mendapat dorongan signifikan dari sektor wirausaha, khususnya melalui kontribusi dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pada tahun 2022, ekonomi Indonesia tumbuh sebesar 5,31% dengan Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai Rp19.588,4 triliun. Sektor wirausaha, termasuk UMKM, berperan penting dalam meningkatkan PDB tersebut. UMKM menyumbang sekitar 61,97% dari total PDB Indonesia atau senilai Rp 8,6 triliun pada 2021. Selain itu, sektor ini menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional, menjadi tulang punggung ekonomi dalam menghadapi tantangan krisis ekonomi global (Badan Pusat Statistik, 2023)

Intelligentia - Dignitas

Pertumbuhan ekonomi Indonesia berdasarkan Produk Domestik Bruto (PDB):

Tabel 1. 1 Produk Domestik Bruto

Tahun	PDB (IDR Triliun)	Pertumbuhan (%)
2021	16,688.7	3.70
2022	19,588.4	5.31
2023	20,892.4	5.05
Q1 2024	5,288.3	5.11 (YoY)
Q2 2024	5,536.5	5.05 (YoY)
Q1 2025	5.665,9	4,87 (YoY)

(Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) diolah dari berbagai publikasi tahun 2023-2025)

PDB Indonesia pada tahun 2023 mencapai Rp20.892,4 triliun dengan pertumbuhan sebesar 5,05% dibandingkan tahun sebelumnya, yang merupakan penurunan dari 5,31% pada tahun 2022. Untuk kuartal pertama 2024, PDB tumbuh sebesar 5,11% dibandingkan kuartal yang sama tahun sebelumnya, sementara pada kuartal kedua tahun 2024, pertumbuhan mencatatkan 5,05% dibandingkan tahun lalu. Data terbaru yang rilis bulan mei 2025 mengungkapkan berdasarkan PDB mencapai Rp5.665,9 triliun dan mengalami pertumbuhan sebesar 4,87% (Badan Pusat Statistik, 2023, 2024c, 2024a, 2024b, 2025).

Di Indonesia sebagaimana di negara-negara berkembang lainnya, pertumbuhan wanita pengusaha atau aktivitas kewirausahaan di kalangan perempuan memiliki potensi besar sebagai penggerak utama dalam pemberdayaan perempuan dan perubahan sosial (Ulya & Wahyudi, 2022). Dalam jurnal ekonomi dan bisnis oleh Ulya dan Wahyudi (2022) juga menyatakan Perempuan adalah penggerak utama semangat kewirausahaan Indonesia. Melalui pengelolaan dan operasional usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), perempuan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2021, perempuan

mengelola sekitar 64,5% dari total Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia, yang setara dengan 37 juta UMKM (Badan Pusat Statistik, 2022). Selain itu survei Global Entrepreneurship Monitor menunjukkan bahwa 36% perempuan Indonesia memilih untuk menjadi pengusaha, angka yang lebih tinggi dibandingkan dengan negara-negara seperti Malaysia, China, dan India (Daniel Halim, 2020).

Wakil Menteri Perdagangan Jerry Sambuaga mengungkapkan bahwa pada tahun 2025 perempuan pengusaha di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) diproyeksikan akan mengelola usaha senilai USD 135 miliar (Kementrian Perdagangan Republik Indonesia, 2023). Proyeksi ini menekankan potensi besar perempuan dalam mendorong perekonomian nasional melalui peran aktif mereka di sektor kewirausahaan. Meskipun demikian, untuk mengoptimalkan potensi tersebut, penting untuk memahami sudut pandang internal yang memengaruhi niat berwirausaha khususnya ibu rumah tangga.

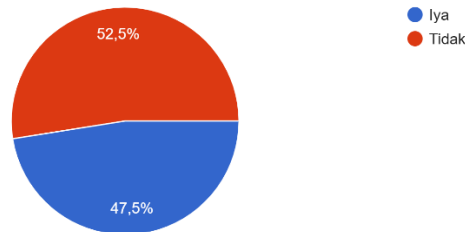
Sebagai langkah awal peneliti melakukan pra-riset guna mengidentifikasi motivasi dan hambatan yang dihadapi ibu rumah tangga dalam memulai usaha mandiri. Pra-riset dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 40 ibu rumah tangga dengan latar belakang sosial-ekonomi berbeda, baik yang sudah maupun belum pernah menjalankan usaha. Fokus utama pra-riset ini adalah untuk menggali aspek keyakinan diri, kebutuhan untuk mencapai tujuan, serta pengaruh pribadi dalam mengambil keputusan.

Pra-riset ini bertujuan sebagai dasar untuk memahami konteks sosial dan psikologis ibu rumah tangga dalam membentuk entrepreneurial intention, sehingga hasil penelitian nantinya dapat lebih relevan dan aplikatif dalam upaya peningkatan partisipasi perempuan dalam sektor kewirausahaan. Data terkait dapat dilihat pada gambar berikut.

Berikut hasil pra-riset yang dilakukan peneliti pada 40 ibu rumah tangga. responden dibagi ke dalam dua kelompok utama: ibu

rumah tangga yang memiliki niat berwirausaha dan yang tidak. Pembagian ini dimaksudkan untuk melihat perbedaan motivasi dan kendala yang mungkin dihadapi masing-masing kelompok. Data responden dapat dilihat pada gambar berikut

Apakah anda memiliki niat berwirausaha?
40 jawaban



Gambar 1. 1 Data kelompok responden

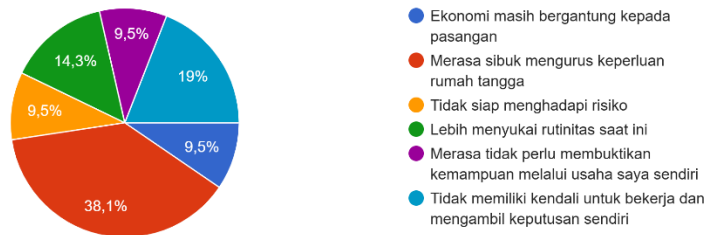
(Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025)

Gambar 1.1 menunjukkan hasil pra-riset yang dilakukan, ditemukan bahwa jumlah ibu rumah tangga yang tidak memiliki niat berwirausaha lebih besar dibandingkan dengan mereka yang memiliki niat tersebut. Temuan ini mengindikasikan bahwa minat berwirausaha di kalangan ibu rumah tangga masih tergolong rendah, sehingga perlu dilakukan kajian lebih mendalam mengenai apa yang melatarbelakangi hal tersebut.

Kemudian, ibu rumah tangga yang tidak memiliki niat berwirausaha diberikan pertanyaan tambahan mengenai alasan utama yang menyebabkan mereka tidak tertarik untuk berwirausaha, alasan dapat dilihat pada gambar 1.2 berikut:

Intelligentia - Dignitas

Pilih alasan mengapa anda tidak memiliki niat berwirausaha
21 jawaban



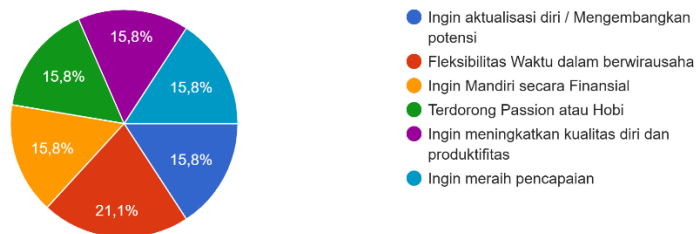
Gambar 1. 2 Alasan ibu rumah tangga tidak memiliki niat berwirausaha

(Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025)

Gambar 1.2 menunjukkan hasil pra-riset yang menunjukkan alasan ibu rumah tangga yang tidak memiliki niat berwirausaha. Sebanyak 38,1% menyatakan bahwa mereka terlalu sibuk untuk mengurus keperluan rumah tangga, disusul presentase 19% yang menyatakan bahwa mereka tidak memiliki kendali untuk bekerja dan mengambil Keputusan sendiri, lalu terdapat alasan lainnya seperti lebih menyukai rutinitas saat ini, tidak siap menghadapi risiko, merasa tidak perlu membuktikan kemampuan melalui usaha sendiri, dan ekonomi yang masih bergantung pada pasangan. Temuan ini memperkuat urgensi untuk memahami lebih dalam faktor psikologis dimana memengaruhi niat berwirausaha, khususnya dalam subjek ibu rumah tangga. Dari pernyataan berikut erat kaitannya pada dua faktor internal, yaitu internal locus of control dan need for achievement, penelitian ini berfokus untuk melihat sejauh mana keduanya berperan dalam membentuk entrepreneurial intention pada ibu rumah tangga.

Adapun alasan ibu rumah tangga yang memiliki niat berwirausaha tidak luput dari potensinya untuk memulai usaha mereka berikut alasan ibu rumah tangga memiliki niat berwirausaha pada gambar 1.3 berikut:

Pilih alasan mengapa anda memiliki niat berwirausaha
19 jawaban



Gambar 1. 3 Alasan ibu rumah tangga memiliki niat berwirausaha

(Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025)

Gambar 1.3 menunjukkan hasil pra-riset yang dilakukan oleh ibu rumah tangga. Sebanyak 21,1% yang memiliki niat untuk berwirausaha karena alasan fleksibilitas waktu dalam berwirausaha, yang disusul oleh sisa data sebesar 15,8% yang memiliki niat berwirausaha karena alasan ingin aktualisasi diri atau mengembangkan potensi, ingin mandiri secara finansial, terdorong passion atau hobi, ingin meningkatkan kualitas diri dan produktifitas, dan ingin meraih pencapaian. Dari temuan tersebut dapat dikaitkan dengan variabel *Internal Locus of Control* yang merujuk kepada keyakinan individu bahwa mereka memiliki kontrol penuh terhadap hasil atau nasib mereka melalui usaha dan keputusan pribadi dan *Need for Achievement* karna keinginan untuk mencapai tujuan.

Maka dari itu potensi ibu rumah tangga dalam dunia kewirausahaan tidak boleh diabaikan. Berwirausaha dapat menjadi salah satu pilihan bagi perempuan untuk berkontribusi dalam perekonomian guna meningkatkan kesejahteraan diri, keluarga, bahkan masyarakat (Iji et al., 2021) (Iji et al., 2021; Darma Putra et al., 2021). Menurut Iji et al (2021) Kewirausahaan juga menjadi sarana bagi ibu rumah tangga untuk mengaktualisasikan diri di tengah segala keterbatasan yang dimilikinya. Tidak sedikit ibu rumah tangga yang berhasil meraih kesuksesan di berbagai bidang usaha dan menjadi contoh wirausahawan yang inspiratif.

Misalnya Windhy Arisanty, seorang ibu rumah tangga yang sukses mengembangkan wirausaha dari rumah. Dengan memanfaatkan keterampilan membuat kue, ia memulai bisnis kecil-kecilan yang kini berkembang pesat berkat pemasaran melalui media sosial dan e-commerce, melalui motivasi untuk menjadi seorang wirausaha sukses walaupun pernah mengalami kerugian akan tetapi keputusan untuk bangkit membuat usaha kue nya tetap berjalan dan berkembang, Windy juga termotivasi untuk mencapai standar tinggi dalam kualitas kue dan pelayanan. Ia tidak hanya ingin membuat kue yang enak, tetapi juga berfokus pada inovasi dalam menciptakan produk-produk baru. Windhy Arisanty menjadi contoh nyata bahwa ibu rumah tangga dapat menciptakan peluang bisnis yang menguntungkan (Merdeka.com, 2024). Dalam konteks kewirausahaan kisah inspiratif ini menjadi contoh ibu rumah tangga yang memiliki *internal locus of control* yang tinggi dalam cenderung lebih percaya diri untuk mengambil risiko dan menginisiasi usaha karena mereka merasa bertanggung jawab atas hasil yang akan dicapai.

Seorang ibu rumah tangga lainnya memulai usaha dari keterbatasan waktu dan kesibukan mengurus rumah tangga, Atik memilih untuk menjadi *reseller* produk. Dengan begitu, beliau merasakan bahwa fleksibilitas berjualan *online* memungkinkannya untuk tetap produktif di sela-sela kesibukan rumah tangga dan dapat menjalankan wirausaha sembari tetap menjalankan tugasnya sebagai ibu rumah tangga (Izdihar, 2024). Dalam konteks ibu rumah tangga, *need for achievement* dapat mendorong mereka untuk mencari peluang usaha sebagai bentuk aktualisasi diri maupun sebagai cara untuk memberikan kontribusi ekonomi bagi keluarga

Secara simultan *internal locus of control* dan *need for achievement* dapat membentuk pola pikir dan motivasi yang mendorong lahirnya niat berwirausaha. Kombinasi keduanya memungkinkan ibu rumah tangga tidak hanya memiliki keyakinan atas kemampuan diri, tetapi juga dorongan kuat untuk mewujudkan

keberhasilan melalui jalur wirausaha. Sejalan dengan penelitian (Ananda & Noviani, 2024) yang menyatakan bahwa *internal locus of control* dan *need for achievement* secara Bersama-sama dapat mempengaruhi *entrepreneurial intention*.

Dengan demikian, penelitian ini diarahkan untuk memperkaya pemahaman mengenai peran *internal locus of control* dan *need for achievement* dalam membentuk niat berwirausaha pada ibu rumah tangga. Temuan dari studi ini diharapkan tidak hanya menjadi masukan berharga bagi lembaga pelatihan dan pendampingan usaha dalam merancang program yang lebih tepat sasaran, tetapi juga menjadi referensi bagi pembuat kebijakan dalam menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pemberdayaan ekonomi perempuan melalui jalur kewirausahaan. Penguatan kedua aspek tersebut diyakini dapat berkontribusi dalam mencetak wirausahawan perempuan yang tangguh, mandiri, dan inovatif. Maka dari itu, peneliti merasa penting untuk mengangkat isu ini sebagai fokus utama dalam penelitian yang akan dilakukan.

1.2 Pertanyaan Penelitian

1. Adakah pengaruh positif dan signifikan antara *Internal Locus of Control* terhadap *Entrepreneurial Intention* ibu rumah tangga?
2. Adakah pengaruh positif dan signifikan antara *Need for Achievement* terhadap *Entrepreneurial Intention* ibu rumah tangga?
3. Adakah pengaruh positif dan signifikan *Internal Locus of Control* dan *Need for Achievement* secara simultan terhadap *Entrepreneurial Intention* ibu rumah tangga?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan antara *Internal Locus of Control* terhadap *Entrepreneurial Intention* ibu rumah tangga
2. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan antara *Need for Achievement* terhadap *Entrepreneurial Intention* ibu rumah tangga

3. Mengetahui pengaruh *Internal Locus of Control* dan *Need for Achievement* secara simultan terhadap Entrepreneurial Intention ibu rumah tangga

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis:

1. Bagi Peneliti dan Akademisi

- a. Memberikan referensi empiris mengenai hubungan antara internal locus of control dan need for achievement terhadap niat berwirausaha, khususnya pada kelompok ibu rumah tangga yang selama ini masih relatif kurang dieksplorasi
- b. Menambah literatur mengenai psikologi kewirausahaan dari perspektif gender dan peran domestik, serta memperkuat teori-teori seperti *Theory Locus of Control* dan *Theory of Needs*
- c. Menjadi dasar untuk pengembangan model-model kewirausahaan berbasis kepribadian pada konteks lokal atau budaya tertentu.

1.4.2 Manfaat Praktis:

1. Bagi Peneliti

- a. Memberikan wawasan bagi peneliti dalam memperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai kondisi psikososial ibu rumah tangga, sehingga dapat merancang intervensi atau penelitian yang lebih tepat sasaran di masa depan.
- b. Penelitian ini menunjukkan kemampuan peneliti dalam menghubungkan teori dengan realitas sosial secara langsung, yang dapat menjadi nilai tambah dalam pengembangan karier akademik atau profesional, termasuk dalam penyusunan tesis, publikasi, dan pengajuan hibah penelitian.

2. Bagi Praktisi (Lembaga Pelatihan, Komunitas UMKM, LSM, dan Konsultan Kewirausahaan)

a. Memberikan wawasan mengenai pentingnya aspek psikologis seperti kontrol diri dan motivasi berprestasi dalam meningkatkan niat wirausaha ibu rumah tangga.

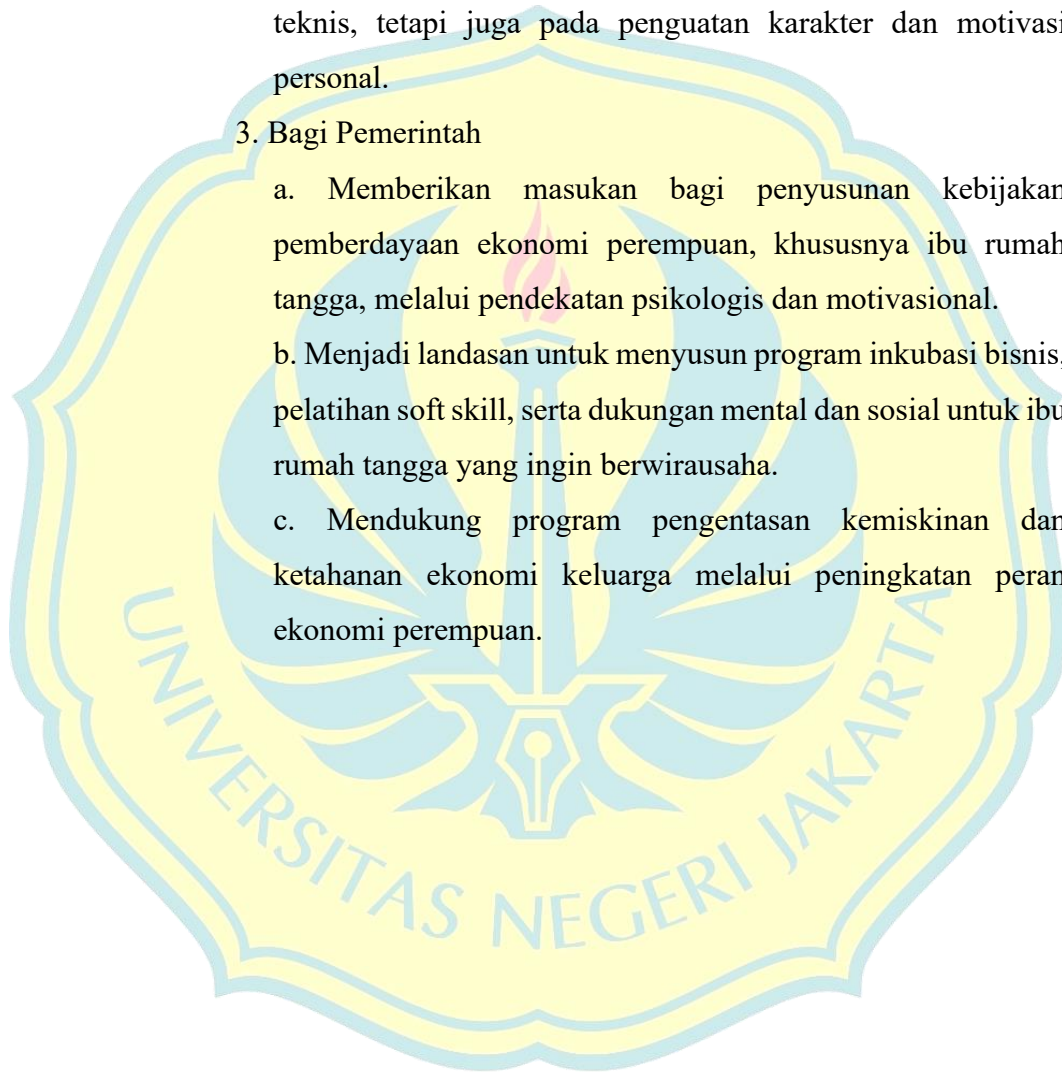
b. Memberikan pedoman bagi penyusunan program pelatihan kewirausahaan yang tidak hanya berfokus pada keterampilan teknis, tetapi juga pada penguatan karakter dan motivasi personal.

3. Bagi Pemerintah

a. Memberikan masukan bagi penyusunan kebijakan pemberdayaan ekonomi perempuan, khususnya ibu rumah tangga, melalui pendekatan psikologis dan motivasional.

b. Menjadi landasan untuk menyusun program inkubasi bisnis, pelatihan soft skill, serta dukungan mental dan sosial untuk ibu rumah tangga yang ingin berwirausaha.

c. Mendukung program pengentasan kemiskinan dan ketahanan ekonomi keluarga melalui peningkatan peran ekonomi perempuan.



Intelligentia - Dignitas