

# PERBEDAAN MINAT BERWIRUSAHA BERDASARKAN GENDER (KASUS MAHASISWA FEB UWKS)

Dana Aditya<sup>1,2</sup>, Ni Ketut Yulia Agustin<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

e-mail: dana.aditya@gmail.com

## ABSTRACT

*Entrepreneurship is the spirit of ability, attitude and individual behaviour in dealing with businesses that lead efforts to find, create, and apply new ways of working, technology, and products by increasing efficiency. Indonesia's entrepreneurial growth is still very low and influenced by the lack of intellectual and psychological capital to open new businesses. One of the things that hinder entrepreneurial growth is the issue of gender, where women are often placed only as someone who helps their husbands and the family economy. To find out and explain these problems, this study conducted an ANOVA test between female and male students on intellectual and psychological capital ownership in entrepreneurship. This study found that there were no significant differences between women and men, the only difference is the value of entrepreneurship and organization networking. For women entrepreneurs, the high values of entrepreneurship and the existence of a good organizational network will determine their triumph and success. It is hoped that this research could provide insight for college students to develop their activities of entrepreneurial spirit.*

**Keywords:** *entrepreneur; gender; entrepreneur intention; intellectual capital; psychological capital*

## ABSTRAK

*Kewirausahaan adalah semangat, kemampuan, sikap dan perilaku individu dalam menangani usaha yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi. Di Indonesia pertumbuhan wirausaha masih sangat rendah dan diduga dipengaruhi oleh kurangnya modal intelektual dan psikologis untuk membuka usaha baru. Salah satu hal yang juga menghambat pertumbuhan wirausaha adalah adanya permasalahan gender, dimana wanita sering ditempatkan hanya sebagai seseorang yang membantu suami dan ekonomi keluarga. Untuk mengetahui dan menjelaskan permasalahan tersebut maka penelitian ini melakukan uji anova antara mahasiswa perempuan dan laki-laki terhadap kepemilikan modal intelektual dan psikologis dalam berwirausaha. Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa tidak adanya perbedaan yang menonjol antara wanita dan pria, hal yang membedakan hanya pada nilai berwirausaha dan jaringan organisasi wirausaha. Bagi wirausaha wanita tingginya nilai-nilai berwirausaha dan adanya jaringan organisasi yang baik sangat menentukan tingginya kesuksesan dan keberhasilan dirinya. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan bagi aktivitas pengembangan mahasiswa untuk meningkatkan jiwa berwirausaha di kampus.*

**Kata kunci:** *wirausaha; gender; niat berwirausaha; modal intelektual; modal psikologis*

## PENDAHULUAN

Semenjak krisis ekonomi 1998 hingga krisis keuangan global kegiatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tidak mampu bertahan. Sistem ekonomi kerakyatan, pengembangan industri pedesaan melalui usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan langkah strategik dalam pembangunan ekonomi bangsa (Radhi, 2008). Pengalaman di negara-negara maju menunjukkan bahwa UMKM adalah sumber dari inovasi produksi dan teknologi, pertumbuhan

jumlah wirausahawan yang kreatif dan inovatif dan penciptaan tenaga kerja terampil dan fleksibel dalam proses produksi untuk menghadapi perubahan permintaan pasar yang cepat (Tambunan, 2002).

Semakin maju suatu negara maka semakin tinggi pula pendidikan masyarakat, pendidikan yang tinggi berakibat pada tingginya keahlian, keterampilan dan pengetahuan seseorang (Nuari, 2018). Pembangunan akan lebih kuat apabila suatu negara juga ditunjang oleh antusiasme warganya

menjadi wirausaha dimana terjadinya perlambatan penyerapan tenaga kerja. Bagi suatu negara, wirausaha itu menjadi salah satu potensi pembangunan dan indikator perkembangan kemajuan. Tingginya niat dan keinginan masyarakat untuk berwirausaha menjadi sebuah loncatan terwujudnya harapan pemerataan pembangunan dan kesejahteraan masyarakat.

Kewirausahaan menunjukkan semangat, kemampuan, sikap dan perilaku individu dalam menangani usaha (kegiatan) yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi, dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi (Drucker, 2014). Masih banyaknya faktor psikologis yang membentuk sikap negatif masyarakat sehingga mereka kurang berminat terhadap profesi wirausaha, antara lain sifat agresif, ekspansif, bersaing, egois, tidak jujur, kikir, sumber penghasilan tidak stabil, kurang terhormat, pekerjaan rendah, dan sebagainya. Untuk menjelaskan permasalahan yang dihadapi untuk meningkatkan minat berwirausaha masyarakat Indonesia dijelaskan pada tabel-tabel satu hingga tiga.

Hasil kajian data BPS tahun 2016 yang dilakukan oleh Iriana et al. (2016) menjelaskan bahwa permasalahan pengembangan minat berwirausaha di Indonesia tidak hanya muncul dari faktor psikologis saja namun juga dipengaruhi oleh hal-hal lainnya seperti niat berwirausaha dan intelektual. Masih tingginya minat masyarakat Indonesia untuk menjadi karyawan dibandingkan menjadi wirausaha. Tingginya pertumbuhan jumlah karyawan dari tahun 2014 sebesar 43 juta menjadi 46 juta di tahun 2016 menunjukkan masih rendahnya minat berwirausaha di Indonesia. Masih rendahnya pertumbuhan wirausaha baru baik yang berdiri sendiri maupun dibantu karena kurang mampunya mengadopsi strategi proaktif. Strategi proaktif ini akan berdampak pada kinerja lebih baik dari pada mereka yang kurang nilai-nilai kewirausahaan dengan orientasi strategi reaktif. Persentase perempuan yang bersekolah pada tingkat Diploma 1 sampai Universitas lebih tinggi 0,35 persen dibandingkan laki-laki. Dari data tahun 2010-2015 menunjukkan jumlah perempuan yang menempuh pendidikan tinggi di Indonesia melebihi jumlah laki-laki. Kepemilikan Ijazah/STTB pada tingkat pendidikan tinggi laki-laki lebih unggul dalam penyelesaian studi. Jumlah persentase wanita yang masuk pendidikan tinggi lebih banyak namun persentase penyelesaian studinya lebih kecil. Peran dan beban wanita di dalam keluarga lebih diposisikan untuk mengurus anak serta rumah sehingga terbatas perannya untuk

berwirausaha secara mandiri. Dari tabel ini menunjukkan bahwa belum meratanya peran wanita pada kewirausahaan yang diduga oleh kurangnya kemampuan akademik.

Masih banyaknya perhatian media yang memandang keberhasilan berwirausaha yang terfokuskan kepada pria dan jarang sekali menunjukkan wirausaha perempuan (Wheadon & Couetil-Duval, 2017). Pengaruh representasi gender dalam konsep persepsi pada penelitian ditemukan bahwa masih banyak wanita yang tidak yakin berhasil untuk menjadi wirausaha mandiri dan lebih banyak bergantung kepada pria sebagai pencari nafkah keluarga. Representasi gender dalam berwirausaha terkait kemampuan dan harapan akan keberhasilan dari wirausaha wanita memunculkan praktek diskriminasi (Brush et al., 2012). Praktek diskriminasi juga mempengaruhi pengembangan karier perempuan, *self-efficacy* dan jenis pilihan usaha oleh wanita sehingga berdampak terhadap pembatasan pengembangan diri.

### Tinjauan Literatur

Stereotip gender terdiri dari keyakinan bersama terhadap karakteristik dan atribut yang terasosiasikan terhadap gender (Fiske, 2018). Pada kasus peran gender maka stereotype pria dan wanita memberikan panduan bagaimana seharusnya mereka berperan dan bertindak (Lee & Marvel, 2014). Perempuan secara umum memiliki kualitas diri yang untuk mengekspresikan diri, terhubung, didukung dan diberikan perhatian lebih. Pada pria memiliki kualitas diri yang lebih independen, agresif, otonomi, membantu orang lain dan memiliki keberanian untuk mengambil resiko. Ekspektasi dan keyakinan terhadap kualitas pria dan wanita seringkali mendikte jenis pekerjaan yang sesuai, sehingga muncul pembagian pekerjaan berdasarkan gender.

Perbedaan gender membantu kita untuk lebih memahami perbedaan pada fenomena jiwa berwirausaha dan mengidentifikasi pengaruh persepsi sosial terhadap kemampuan berwirausaha (Bernardino et al., 2018). Keberhasilan untuk menjadi wirausaha terstereotipekan terhadap gender pria dimana pendefinisian dan perilaku berwirausaha didasarkan pada kualitas diri pria (Patterson et al., 2012). Seorang dengan jiwa wirausaha diasosiasikan terhadap orientasi pencapaian, optimisme, *self-efficacy*, kontrol diri, keahlian kognitif, dan mencari peluang dengan inovasi-inovasi baru (Scott & Venkataraman, 2000). Penelitian Patterson et. al., (2012) menunjukkan bahwa image dari seorang wirausaha

dipenuhi oleh karakteristik pria atau maskulinitas, sehingga hal ini menjelaskan bahwa potensi wirausaha seseorang didasarkan oleh orientasi maskulinitas.

Untuk mengatasi permasalahan terhadap stereotipe gender maka pada penelitian ini dipergunakan pendekatan Global Mindset Indicator. Gambar 1 adalah Global Mindset adalah payung penelitian yang menjelaskan keberhasilan seseorang sebagai pemimpin global berdasarkan kemampuan intelektual, psikologis, dan sosial (Beechler & Javidan, 2007). Kemampuan intelektual seseorang sangat ditentukan oleh proses belajar, mencari, berkomunikasi, memecahkan permasalahan secara bersama dan membangun kepercayaan. Kemampuan intelektual merupakan kemampuan yang tidak bisa diperoleh secara instan, namun membutuhkan pelatihan, pengalaman dan keterampilan yang relevan dengan bidang yang dihadapinya. Kemampuan psikologis menjelaskan semangat seseorang ketika memimpin untuk selalu berinteraksi dengan berbagai orang yang berbeda latar belakangnya.

Kemampuan psikologis untuk bisa beradaptasi dengan berbagai situasi dan kondisi yang membutuhkan kepercayaan diri agar seseorang bisa berhasil. Kemampuan sosial ditunjukkan pemimpin melalui empati antar budaya, pengaruh interpersonal yang dapat diterima semua orang dan dapat melakukan hubungan diplomasi dengan berbagai kepentingan di dalam maupun di luar organisasi.

Global mindset memberikan pedoman untuk menjadi pemimpin yang berhasil dengan cara berproses untuk mempengaruhi individu, kelompok, dan organisasi di dalam serta di luar batasan organisasi global. Batasan organisasi global mewakili beragam budaya sistem/politik/kelembagaan untuk memberikan kontribusi terhadap pencapaian tujuan organisasi. Seseorang dengan Global Mindset akan menjadi pemimpin global yang lebih efektif daripada orang tanpa pola pikir ini. Dengan globalisasi organisasi saat ini, Global Mindset merupakan kontributor untuk peran kepemimpinan dalam lingkungan bisnis saat ini dan masa depan.



**Gambar 1**  
**Global Mindset Javidan (2011)**

Penelitian (M Javidan, 2016) dengan menerapkan Global Mindset Indicator (GMI) mendapatkan bahwa perempuan menunjukkan fitur tertentu yang sangat penting untuk tiga subdimensi dari pola pikir global dalam hal *self-efficacy* yaitu empati antarbudaya, diplomasi, dan semangat untuk keragaman. Perempuan ditemukan lebih tertarik pada persahabatan dan masyarakat, umumnya lebih empati dan lebih mampu

mengelola hubungan sensitif dibandingkan laki-laki (Lämsä et. al., 2008). Perempuan menunjukkan bahwa mereka mungkin memiliki kecerdasan emosional tinggi dibandingkan laki-laki pada menilai emosi atau keadaan mental yang diwakili oleh rangsangan mata (Anderson & Sleep, 2004).

Perempuan diketahui akan menunjukkan tingkat empati antarbudaya lebih tinggi

dibandingkan laki-laki (Ayman & Korabik, 2010). Empati antar budaya adalah kemampuan untuk berkomunikasi dan terhubung dengan baik dengan orang-orang dari bagian lain dunia, memahami ekspresi nonverbal dari orang-orang dari budaya lain. Empati bertujuan untuk membangun ikatan emosional dengan orang-orang dari budaya lain, dan melibatkan orang-orang dari bagian lain dunia untuk bekerja sama (Mansour Javidan & Bowen, 2013). Konsisten dengan temuan ini, diharapkan bahwa wanita menunjukkan *self-efficacy* yang lebih kuat dalam diplomasi daripada laki-laki. Subdimensi diplomasi memerlukan kemampuan untuk memulai percakapan dengan orang asing, kemampuan untuk mengintegrasikan perspektif yang beragam, kemampuan untuk mendengarkan apa yang dikatakan orang lain, dan kesediaan untuk bekerja sama (Mansour Javidan & Bowen, 2013).

Subdimensi keragaman pada wanita menunjukkan tingkat yang lebih tinggi dari semangat keragaman daripada laki-laki (Mansour Javidan & Bowen, 2013). Keragaman terhadap pengetahuan seseorang tentang orang lain sesuatu dan berkenalan dengan orang lain dunia (Bear et al., 2010).

## MODEL PENELITIAN

Gambar 2 adalah model penelitian untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik terhadap dampak gender terhadap kemampuan intelektual dan psikologis dalam berwirausaha dengan melakukan uji beda. Pada penelitian ini tidak disertakan kemampuan sosial yang ada pada GMI, dengan tujuan untuk mengetahui latar belakang seseorang berdasarkan modal intelektual dan psikologis untuk dapat menjadi wirausaha. Kemampuan sosial seseorang didapat melalui proses interaksi dengan berbagai orang yang membutuhkan pengalaman serta keterampilan untuk bernegosiasi. Penelitian ini memberikan masukan kepada pengembangan pemahaman niat berwirausaha mahasiswa melalui peningkatan modal intelektual dan psikologis yang bisa diperoleh di bangku perkuliahan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif yang menjelaskan bahwa metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data

bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif, yaitu Penelitian yang menekankan pada pengujian hipotesis, dengan data yang harus terukur dan akan menghasilkan simpulan yang dapat digeneralisasikan. Pendekatan ini menggunakan metode (alat analisis) *statistic inferensial*.

## Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono & Susanto, 2015). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UWKS yang sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan.

## Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa UWKS program studi akuntansi dan manajemen yang sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono & Susanto, 2015).

Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya Variabel independen dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengetahuan Kewirausahaan ( $X_1$ )  
Keseluruhan apa yang diketahui tentang segala bentuk informasi yang diolah dan diproses dalam ranah kognitif berupa ingatan dan pemahaman tentang cara berusaha. Pengetahuan ini menjadi pedoman cara berusaha sehingga menimbulkan keberanian mengambil resiko secara rasional dan logis.
2. Ketajaman Budaya Wirausaha ( $X_2$ )  
Kekuatan budaya organisasi mencakup nilai-nilai dalam organisasi yang dipegang secara intensif dan dianut secara bersama dan meluas oleh anggota organisasi.
3. Kepribadian Positif ( $X_3$ )  
Kepribadian yang memuat sifat-sifat baik dimana sifat baik tersebut dapat membantu untuk mewujudkan cita-cita kita, memberikan keterangan kebahagiaan dan ketentraman jiwa kita.
4. Mengeksplorasi budaya wirausaha ( $X_4$ )

Semangat perilaku dan kemampuan untuk memberikan tanggapan yang positif terhadap peluang untuk memperoleh keuntungan bagi diri sendiri dan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan dan masyarakat.

5. Terbuka Menerima Budaya Wirausaha Baru ( $X_5$ )

Seluruh proses perubahan yang diperlukan oleh suatu korporasi untuk memposisikan diri agar lebih baik dalam menyikapi serta menjawab tantangan-tantangan bisnis baru, lingkungan

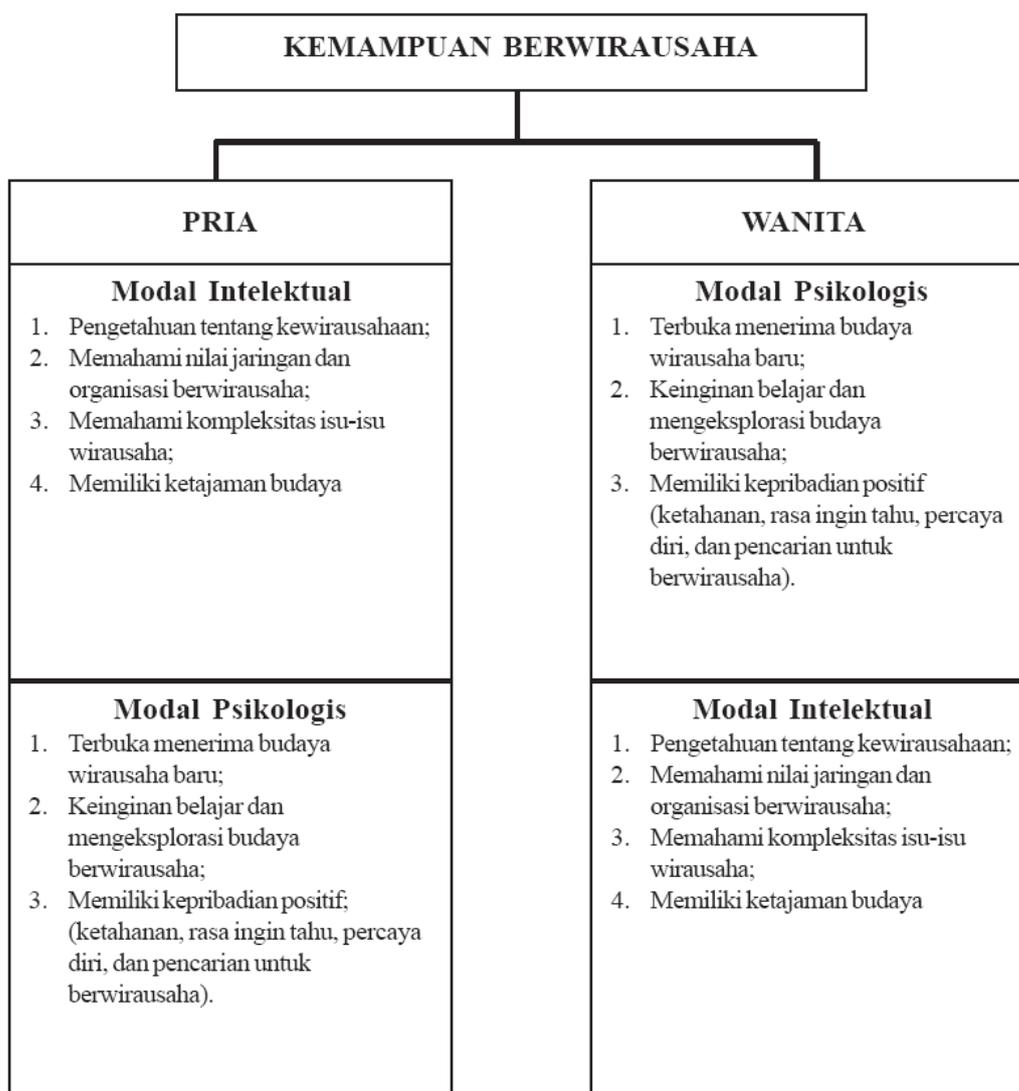
usaha yang berubah secara cepat dan maupun keinginan-keinginan yang baru muncul dari dunia usaha.

6. Jaringan wirausaha ( $X_6$ )

Proses membangun hubungan yang saling menguntungkan dengan pengusaha lain dan klien potensial.

7. Kompleksitas isu-isu wirausaha ( $X_7$ )

Adalah isu-isu tentang kewirausahaan khususnya masalah sosial dan lingkungan hidup.



**Gambar 2**  
**Model Penelitian**

Tabel 1 adalah *Test of Equality Group Means*, analisis ini mengidentifikasi faktor-faktor yang signifikan membedakan antara wirausaha pria dengan wirausaha wanita. Analisis ini menggunakan dua statistik uji yaitu Levene dan F test, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1.

Nilai Levene untuk keseluruhan variabel yang menjadi sumber data berkisar antar 0 hingga 1. Nilai Levene mendekati 0 (nol) hal ini menunjukkan bahwa semakin signifikan karakteristik tersebut membedakan antara dua variasi kelompok wirausaha pria dengan wirausaha

wanita. Jika sebaliknya nilai Levene semakin mendekati angka 1, maka variasi data untuk karakteristik tersebut cenderung sama untuk

kelompok wirausaha pria dengan wirausaha wanita.

**Tabel 1**  
**Test of Homogeneity of Variances**

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Pengetahuan Kewirausahaan (X <sub>1</sub> )	5,493	1	206	,020
Nilai Jaringan dan Organisasi Kewirausahaan (X <sub>2</sub> )	,073	1	206	,787
Kompleksitas Isu-isu Wirausaha (X <sub>3</sub> )	,221	1	206	,639
Ketajaman Budaya Wirausaha (X <sub>4</sub> )	,275	1	206	,600
Mengeksplorasi Budaya Wirausaha (X <sub>5</sub> )	6,529	1	206	,011
Kepribadian Positif (X <sub>6</sub> )	4,367	1	206	,038
Terbuka Menerima Budaya Wirausaha Baru (X <sub>7</sub> )	,640	1	206	,424

Sumber: data diolah tahun 2017

Berdasarkan Tabel 4 maka dapat diketahui hal sebagai berikut:

1. Karakteristik dari aspek Pengetahuan kewirausahaan mempunyai nilai p-value > 0,05 berarti bahwa kelompok wirausaha pria dan kelompok wirausaha wanita memiliki persepsi penilaian yang sama secara signifikan atas aspek Pengetahuan kewirausahaan.
2. Karakteristik dari aspek Nilai Jaringan dan Organisasi Kewirausahaan mempunyai nilai p-value < 0,05, berarti bahwa kelompok wirausaha pria dan kelompok wirausaha wanita memiliki persepsi penilaian yang berbeda atas aspek Nilai Jaringan dan Organisasi Kewirausahaan.
3. Karakteristik dari aspek Kompleksitas Isu-isu Wirausaha mempunyai nilai p-value > 0,05, berarti bahwa kelompok wirausaha pria dan kelompok wirausaha wanita memiliki persepsi penilaian yang berbeda secara signifikan atas aspek Kepribadian positif Karakteristik dari aspek Kepribadian positif mempunyai nilai p-value < 0,05, berarti bahwa kelompok wirausaha pria dan kelompok wirausaha wanita memiliki persepsi penilaian yang berbeda secara signifikan atas Kompleksitas Isu-isu Wirausaha.
4. Karakteristik dari aspek Ketajaman Budaya Wirausaha mempunyai nilai p-value > 0,05, berarti bahwa kelompok wirausaha pria dan kelompok wirausaha wanita memiliki persepsi penilaian yang sama atas aspek Ketajaman Budaya Wirausaha.
5. Karakteristik dari aspek Mengeksplorasi Budaya Wirausaha mempunyai nilai p-value > 0,05, berarti bahwa kelompok wirausaha pria

dan kelompok wirausaha wanita memiliki persepsi penilaian yang sama atas aspek Mengeksplorasi Budaya Wirausaha.

6. Karakteristik dari aspek Kepribadian Positif mempunyai nilai p-value > 0,05, berarti bahwa kelompok wirausaha pria dan kelompok wirausaha wanita memiliki persepsi penilaian yang sama atas aspek Kepribadian Positif.
7. Karakteristik dari aspek Terbuka Menerima Budaya Wirausaha Baru mempunyai nilai p-value > 0,05, berarti bahwa kelompok wirausaha pria dan kelompok wirausaha wanita memiliki persepsi penilaian yang sama atas aspek Terbuka Menerima Budaya Wirausaha Baru.

Tabel 5 uji anova untuk dilakukan perbandingan data keseluruhan responden berdasarkan jenis kelamin. Dari hasil uji anova bahwa nilai jaringan dan organisasi kewirausahaan, kompleksitas isu-isu wirausaha, ketajaman budaya wirausaha dan keterbukaan menerima budaya wirausaha terjadi perbedaan yang signifikan antara responden pria dan wanita. Kesamaan persepsi antara responden pria dan wanita adalah pada pengetahuan kewirausahaan, eksplorasi budaya wirausaha dan kepribadian positif.

Untuk analisis dengan menggunakan nilai statistik F test dapat digunakan nilai p-value pada kolom signifikansinya dimana:

1. Sig > 0,05 berarti tidak ada perbedaan antara kelompok wirausaha baik pria maupun wirausaha wanita
2. Sig < 0,05 berarti terdapat perbedaan antara kelompok wirausaha baik pria maupun wanita.

**Tabel 5**  
**Uji Anova**

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
x1	Between Groups	,206	1	,206	,560	,455
	Within Groups	75,732	206	,368		
	Total	75,938	207			
x2	Between Groups	,014	1	,014	,044	,835
	Within Groups	65,239	206	,317		
	Total	65,252	207			
x3	Between Groups	,706	1	,706	2,115	,147
	Within Groups	68,727	206	,334		
	Total	69,432	207			
x4	Between Groups	,955	1	,955	2,456	,119
	Within Groups	80,122	206	,389		
	Total	81,077	207			
x5	Between Groups	,732	1	,732	1,942	,165
	Within Groups	77,672	206	,377		
	Total	78,404	207			
x6	Between Groups	,799	1	,799	2,211	,139
	Within Groups	74,432	206	,361		
	Total	75,231	207			
x7	Between Groups	,170	1	,170	1,145	,286
	Within Groups	30,534	206	,148		
	Total	30,704	207			

Sumber: data diolah tahun 201

Berdasarkan tabel 5 maka dapat diketahui hal sebagai berikut:

- Karakteristik dari aspek Pengetahuan kewirausahaan mempunyai nilai p-value > 0,05 berarti bahwa kelompok wirausaha pria dan kelompok wirausaha wanita memiliki persepsi penilaian yang sama secara signifikan atas aspek Pengetahuan kewirausahaan.
- Karakteristik dari aspek Nilai Jaringan dan Organisasi Kewirausahaan mempunyai nilai p-value < 0,05, berarti bahwa kelompok wirausaha pria dan kelompok wirausaha wanita memiliki persepsi penilaian yang berbeda atas aspek Nilai Jaringan dan Organisasi Kewirausahaan.
- Karakteristik dari aspek Kompleksitas Isu-isu Wirausaha mempunyai nilai p-value > 0,05, berarti bahwa kelompok wirausaha pria dan kelompok wirausaha wanita memiliki persepsi penilaian yang berbeda secara signifikan atas aspek Kepribadian positif Karakteristik dari aspek Kepribadian positif mempunyai nilai p-value < 0,05, berarti bahwa kelompok wirausaha pria dan kelompok wirausaha wanita memiliki persepsi penilaian yang berbeda secara signifikan atas Kompleksitas Isu-isu Wirausaha.
- Karakteristik dari aspek Ketajaman Budaya Wirausaha mempunyai nilai p-value > 0,05, berarti bahwa kelompok wirausaha pria dan kelompok wirausaha wanita memiliki persepsi penilaian yang sama atas aspek Ketajaman Budaya Wirausaha.
- Karakteristik dari aspek Mengeksplorasi Budaya Wirausaha mempunyai nilai p-value > 0,05, berarti bahwa kelompok wirausaha pria dan kelompok wirausaha wanita memiliki persepsi penilaian yang sama atas aspek Mengeksplorasi Budaya Wirausaha.
- Karakteristik dari aspek Kepribadian Positif mempunyai nilai p-value > 0,05, berarti bahwa kelompok wirausaha pria dan kelompok wirausaha wanita memiliki persepsi penilaian yang sama atas aspek Kepribadian Positif.
- Karakteristik dari aspek Terbuka Menerima Budaya Wirausaha Baru mempunyai nilai p-value > 0,05, berarti bahwa kelompok wirausaha pria dan kelompok wirausaha wanita memiliki persepsi penilaian yang sama atas aspek Terbuka Menerima Budaya Wirausaha Baru.

## PEMBAHASAN

Penelitian ini berkontribusi terhadap pemikiran tradisional yang menyoroti bagaimana stereotipe gender menjelaskan perbedaan terhadap kemampuan dan jiwa berwirausaha. Diketahui bahwa adanya perbedaan penilaian untuk kemampuan berwirausaha antara mahasiswa pria dan wanita pada aspek nilai jaringan dan organisasi kewirausahaan. Adanya kesamaan aspek pengetahuan kewirausahaan, kompleksitas

isu-isu wirausaha, ketajaman budaya wirausaha, eksplorasi budaya wirausaha, kepribadian positif dan keterbukaan budaya wirausaha baru terhadap mahasiswa pria dan wanita. Sehingga diperoleh kesimpulan bahwa wanita memiliki kesamaan peran dan peluang untuk berwirausaha.

Pada penelitian sebelumnya lebih banyak menempatkan maskulinitas dalam menilai jiwa dan keberhasilan seorang wirausaha. Diketahui bahwa baik pria dan wanita memiliki peran dan peluang yang sama untuk membangun bisnis, mengembangkan jaringan usaha melalui penggunaan teknologi informasi yang semakin mudah diperoleh.

Pada penelitian ini memperoleh hasil bahwa wirausaha wanita lebih memfokuskan terhadap pengembangan jaringan bisnis. Jaringan bisnis adalah kegiatan sosial ekonomi di mana kelompok pengusaha untuk mengenali, menciptakan, atau bertindak atas peluang bisnis. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang mengedepankan terhadap maskulinitas berwirausaha seperti keberanian mengambil resiko, independen agresif, otonomi dan bertanggung jawab.

Sebuah jaringan bisnis adalah suatu jenis jaringan sosial usaha dengan menciptakan model kegiatan jaringan. Keuntungan dari membangun jaringan bisnis adalah diperolehnya hubungan bisnis baru dan menghasilkan peluang bisnis baru pada saat bersamaan. Kemajuan teknologi informasi memberikan dukungan secara profesional terhadap jejaring bisnis.

Banyak pelaku bisnis berpendapat jaringan usaha adalah metode yang lebih efektif dari sisi biaya serta dapat memunculkan inovasi baru. Hal ini karena jaringan usaha adalah kegiatan yang lebih terjangkau dari sisi biaya dengan adanya komitmen yang lebih kuat pada jaringan bisnis.

## PENUTUP

Tidak terdapat perbedaan yang signifikan perilaku wirausaha oleh mahasiswa pria dengan wanita terhadap minat berwirausaha. Variabel yang paling membedakan perilaku wirausaha pria dengan wirausaha wanita adalah nilai berwirausaha dan jaringan organisasi wirausaha. Model diskriminan yang digunakan dalam menganalisis perbedaan perilaku wirausaha pria dengan wirausaha wanita adalah valid dan dapat menunjukkan keakuratan model diskriminan yang cukup tinggi, karena ketepatannya 97% (> 50%)

Berdasarkan ketepatan model diskriminan maka wirausaha dari wirausaha pria maupun wirausaha wanita dapat melakukan langkah-langkah strategis dalam upaya peningkatan minat

berwirausaha. Melalui peningkatan pengetahuan kewirausahaan, ketajaman budaya wirausaha, kepribadian positif, mengeksplorasi budaya, terbuka menerima wirausaha baru, jaringan wirausaha, kompleksitas isu-isu wirausaha.

Perlunya dipertimbangkan dukungan sosial dari pemerintah maupun masyarakat untuk mendukung tumbuh kembangnya minat berwirausaha baik bagi pria maupun wanita untuk meningkatkan taraf hidup dan masa depan yang lebih baik. Mempertahankan kelebihan dan memperbaiki kekurangan yang ada dan bersikap terbuka atas berbagai perubahan yang terjadi cerdas memanfaatkan kualitas informasi yg ada, dan selalu meraih peluang dan kesempatan menumbuhkan minat berwirausaha.

## Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya menggunakan responden mahasiswa FEB UWKS yang sudah mengambil mata kuliah kewirausahaan. Akan lebih baik apabila juga diambil responden lain dari fakultas lain yang juga menerapkan mata kuliah kewirausahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, N., & Slep, S. (2004). An Evaluation of Gender Differences on The Belbin Team Role Self-Perception Inventory. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77, 429–437. 9
- Ayman, R., & Korabik, K. (2010). Leadership: Why Gender and Culture Matter. *American Psychologist*, 65(3), 157–170. <https://doi.org/10.1037/a0018806>
- Bear, S., Rahman, N., & Post, C. (2010). The Impact of Board Diversity and Gender Composition on Corporate Social Responsibility and Firm Reputation. *Journal of Business Ethics*, 97(2), 207–221. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0505-2>
- Beechler, S., & Javidan, M. (2007). Leading with a Global Mindset. *Advances in International Management*, 19, 131–169. [https://doi.org/10.1016/S1571-5027\(07\)19006-9](https://doi.org/10.1016/S1571-5027(07)19006-9)
- Bernardino, S., Freitas Santos, J., & Cadima Ribeiro, J. (2018). Social Entrepreneur And Gender: What's Personality Got To Do With It? *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 10(1), 61–82. <https://doi.org/10.1108/IJGE-07-2017-0040>
- Brush, C. G., Duffy, S., & Kelley, D. (2012). ICSB-WEC Webinar Report on Women's Entrepreneurship: Insights from the GEM

- 2010 Women's Report. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 4(3), 337–339.  
<https://doi.org/10.1108/17566261211264190>
- Drucker, P. F. (2014). *Innovation and Entrepreneurship*. Routledge.  
<https://doi.org/10.5465/AMR.1987.4306542>
- Fiske, S. T. (2018). Social Cognition. In *World Library of Psychologists Series*. Routledge.
- Iriana, N., Rangkuti, H., Chamami, A., & Hartanto, D. A. (2016). *Perempuan dan Laki-laki Di Indonesia 2016*. www.freepik.com
- Javidan, M. (2016). Mind the Gap: Gender Differences in Global Leadership Self Efficacies. *Academy of Management Perspectives*, 30(1), 59–73.  
<https://doi.org/10.5465/amp.2015.0035>
- Javidan, Mansour, & Bowen, D. (2013). The “Global Mindset” of Managers: What It Is, Why It Matters, And How To Develop It. *Organizational Dynamics*, 42(2), 145–155.  
<https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2013.03.008>
- Lämsä, A. M., Vehkaperä, M., Puttonen, T., & Pesonen, H. L. (2008). Effect of Business Education on Women And Men Students' Attitudes on Corporate Responsibility In Society. *Journal of Business Ethics*, 82(1), 45–58. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9561-7>
- Lee, I. H., & Marvel, M. R. (2014). Revisiting The Entrepreneur Gender-Performance Relationship: A Firm Perspective. *Small Business Economics*, 42(4), 769–786.  
<https://doi.org/10.1007/s11187-013-9497-5>
- Nuari, A. R. (2018). Pentingnya Usaha Kecil Menengah (UKM) Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu & Nuari*, 11.
- Patterson, N., Mavin, S., & Turner, J. (2012). Envisioning Female Entrepreneur: Leaders A New From A Gender Perspective. *Gender in Management*, 27(6), 395–416.  
<https://doi.org/10.1108/17542411211269338>
- Radhi, F. (2008). *Kebijakan Ekonomi Pro Rakyat*. Penerbit Republika.
- Scott, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship As A Field Of Research. *The Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
- Sugiyono, & Susanto, A. (2015). *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel Teori dan Aplikasi untuk Analisis Data Penelitian*. Alfabeta.
- Tambunan, T. (2002). *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*. Salemba Empat.
- Wheadon, M., & Couetil-Duval, N. (2017). Entrepreneurship Diversity Through Critical Theory and Reflexivity. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 9(2), 188–202.