

**Dinamika Perusahaan Keluarga di Bawah Kepemimpinan Perempuan  
(Studi Kasus pada Industri *Catering* di Balikpapan)**

**JURNAL**



Ditulis Oleh :

Nama : Baehaqy Adam Abroor  
NomorMahasiswa : 12311305  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Sumber Daya Manusia

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI  
YOGYAKARTA  
2018**

# **Dinamika Perusahaan Keluarga Di Bawah Kepemimpinan Perempuan (Studi Kasus pada Industri Catering di Balikpapan)**

Baehaqy Adam Abroor

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia

[baehaqyadam@gmail.com](mailto:baehaqyadam@gmail.com)

## **ABSTRACT**

This research entitled Family Company Dynamics Under Women's Leadership (Case Study on Catering Industry in Balikpapan). The purpose of this research is 1) to know the description of the process of the formation of women leadership, 2) to know the female leadership style, 3) to know the description of ways and direction of business development. This research is a qualitative research with case study approach. This study uses data collection methods in the form of interviews and documentation. Resource persons in this research are Satriani Ingsuni, Rosliana, and Elita Rachman who is the leader in the catering business he has. To know the validity of data used credibility test and transferability test. Data collecting method using triangulation while data analysis method using data reduction, data presentation, and conclusion drawing / verification.

This study found that there are two kinds of dominating motivation that make women have leadership spirit of each resource, that is based on organizational result and result from parent role. Leadership style possessed by resource persons as a whole is excellent as a leader and implements justice, but the most prominent is the assertive, big-hearted, and loving. Their business development is to improve quality and quality, promotion, cooperation, good service, product innovation, and business development. The dominant in the development of this business is aggressively promoting and creating new business units that are in line with the existing business

**Keywords:** *female leadership, family company, business development*

## **ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul Dinamika Perusahaan Keluarga di Bawah Kepemimpinan Perempuan (Studi Kasus pada Industri Catering di Balikpapan). Tujuan penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui gambaran proses terbentuknya kepemimpinan perempuan, 2) untuk mengetahui gaya kepemimpinan perempuan, 3) untuk

mengetahui gambaran cara dan arah pengembangan usaha. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa wawancara dan dokumentasi. Narasumber didalam penelitian ini adalah Satriani Ingsuni, Rosliana, dan Elita Rachman yang merupakan pemimpin pada usaha catering yang dimilikinya. Untuk mengetahui keabsahan data digunakan uji kredibilitas dan uji *transferability*. Metode pengujian data menggunakan triangulasi sedangkan metode analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan *conclusion drawing/verification*.

Penelitian ini menemukan bahwa terdapat dua macam motivasi yang mendominasi yang membentuk perempuan memiliki jiwa kepemimpinan dari masing-masing narasumber, yakni berdasarkan hasil berorganisasi dan hasil dari peran orang tua. Gaya kepemimpinan yang dimiliki oleh narasumber secara keseluruhan sangat baik sebagai pemimpin dan menerapkan keadilan, namun yang paling menonjol adalah sikap tegas, berjiwa besar, dan penyayang. Pengembangan usaha yang mereka lakukan adalah meningkatkan mutu dan kualitas, promosi, menjalin kerjasama, pelayanan yang baik, inovasi produk, dan mengembangkan usaha. Yang mendominasi dalam pengembangan usaha ini adalah gencar melakukan promosi dan menciptakan unit bisnis baru yang sejalan dengan usaha yang ada

**Kata kunci** : *kepemimpinan perempuan, perusahaan keluarga, Pengembangan usaha.*

## **LATAR BELAKANG**

Berbicara mengenai sebuah usaha atau perusahaan maka dibutuhkan seorang pemimpin. Pemimpin merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah organisasi atau perusahaan. Pemimpin menjadi ujung tombak sebuah perusahaan karena pemimpin mempunyai visi dan misi yang ingin dicapai apa yang telah ditetapkan dalam organisasi tersebut. Selain pemimpin, peran karyawan dalam menjalankan sebuah organisasi tentu sangat dibutuhkan. Tanpa adanya usaha yang dilakukan oleh pemimpin dan karyawan maka perusahaan tidak dapat berkembang dengan baik.

Kepemimpinan merupakan satu fungsi manajemen sumber daya manusia yaitu membuat orang lain menyelesaikan pekerjaan, mempertahankan semangat kerja, dan memotivasi bawahan (Dessler, 1997). Kepemimpin merupakan faktor yang sangat penting dalam mempengaruhi prestasi suatu organisasi karena kepemimpinan merupakan kemampuan untuk mengoordinir orang lain, memotivasi perilaku, serta proses mempengaruhi dalam suatu kelompok untuk menentukan arah serta tujuan organisasi tersebut

Dewasa ini, dalam era globalisasi pemimpin – pemimpin suatu organisasi atau perusahaan di dominasi oleh laki – laki, karena pemimpin laki – laki mempunyai karakter tegas dan mampu menjalankan sebuah perusahaan. Stigma bahwa “bahwa perempuan tidak perlu sekolah tinggi – tinggi yang akhirnya ke dapur juga” seringkali dijadikan alat untuk membenarkan tindakan tidak adil terhadap kaum perempuan, namun zaman modern seperti sekarang ini stigma tersebut tidak lagi berlaku bagi kaum perempuan. Hal ini terbukti dengan banyaknya perusahaan yang didirikan kaum perempuan di Indonesia seperti perusahaan PT. Sido Muncul yang awal mulanya dikelola oleh Ibu Rahkmat Sulistio, Nyonya Meneer yang dulu pernah dipimpin oleh putrid Nyonya Meneer yaitu Nonnie, dan Perusahaan Mustika Ratu yang awalnya dipimpin oleh BRA Mooryati Soediby, sedangkan di dalam jajaran pemerintahan banyak pula tokoh-tokoh kaum perempuan yang dapat berkontribusi dalam berbagai sektor seperti Susi Puji Astutidan Sri Mulyani yang menjabat sebagai Menteri Kelautan dan Perikanan serta Menteri Keuangan Hal inilah yang membuat perempuan setara kepemimpinannya dengan laki – laki. (Dhewanto, 2012).

Wanita cenderung lebih pandai dalam membangun hubungan dibandingkan dengan pria. Kemampuan komunikasi wanita lebih bagus. Hal ini juga disebabkan karena wanita lebih sensitif, dan mereka pandai membaca pirikiran. Jadi mereka cenderung lebih memahami emosi orang lain disekitarnya, atau disebut juga empati. Kemampuan ini sangat penting untuk dimiliki oleh seorang pemimpin membentuk kepeduliannya terhadap orang lain menjadikan karyawan merasa dihargai, dipahami, dan didukung. Bagi seorang perempuan, karyawan bukan hanya alat melainkan sebagai rekan kerja yang sama-sama manusia (Bennis, 1950).

Berbagai macam karakteristik kepemimpinan perempuan dalam memimpin sebuah perusahaan, terutama perusahaan keluarga, mereka pasti memiliki strategi dan pemikiran sendiri dalam menjalankan dan mengembangkan bisnisnya. Bisnis keluarga (*family business*) adalah sebuah perusahaan yang dimiliki, dikontrol, dan dijalankan oleh anggota sebuah atau beberapa keluarga. Meskipun demikian, bukan berarti bahwa semua pekerja dalam perusahaan merupakan anggota keluarga (Susanto, 2007).

Mengeluti bisnis makanan memang tidak ada matinya. Selain menghasilkan keuntungan yang tinggi, makanan juga menjadi kebutuhan pokok bagi setiap orang. Jadi, dimanapun, kapanpun, kita membutuhkan makanan sebagai sumber pokok kehidupan. Menekuni bisnis pembuatan makanan memang membutuhkan ketekunan dan keuletan yang tinggi. Karena yang menjadi pertimbangan utama dalam menekuni bisnis ini adalah cita rasa. Oleh karena itu, bisnis yang paling menarik perhatian saat ini yaitu bisnis di bidang kuliner. Selama manusia tetap memiliki keinginan untuk

makan – makanan yang lezat, bisnis ini tidak akan pernah ada habisnya. Untuk memulai suatu usaha paling mudah adalah dimulai dari hobi. Salah satu alasannya karena kita bisa bekerja tanpa merasa terpaksa karena itu merupakan kegemaran kita (Danarti dan Sukendro ,2008)

Di antara berbagai jenis makanan yang bisa dijadikan inspirasi bisnis, yang paling mudah dibuat dan bisa dilakukan dirumah adalah bisnis jasa penyedia makanan atau yang bisa disebut Catering. Memiliki hobi memasak, terlebih lagi memiliki lidah dengan cita rasa yang tinggi inilah yang menjadi alasan bagi sebagian besar yang didominasi oleh perempuan dalam memulai membangun usaha catering. Kini peran jasa catering sangat dibutuhkan dalam acara berskala kecil maupun besar dan dibutuhkan tidak hanya pada hari-hari tertentu atau hari besar saja melainkan dibutuhkan setiap hari setiap waktu. Ini yang menyebabkan usaha catering memang sudah banyak bermunculan namun kebutuhannya juga semakin meningkat sehingga peluang usaha di bidang catering akan selalu terbuka.

Kota Balikpapan sebagai salah satu kota yang besar dan berkembang lebih dikenal sebagai kota minyak yang masyarakatnya dikenal sebagai karyawan dan pengusaha-pengusaha dibidang industri serta masyarakat dengan gaya hidup yang terbilang tinggi, sehingga peranan dari jasa catering sangat dibutuhkan. Asosiasi Pengusaha Jasa Boga Indonesia (APJI) Balikpapan mengatakan saat ini terdapat sekitar 50 perusahaan jasa boga yang menjadi anggota asosiasi pengusaha kuliner tersebut. Ini membuktikan perusahaan catering di Balikpapan tumbuh berkembang bagaikan jamur di musim hujan. Hal ini menimbulkan persaingan antar pengusaha catering itu sendiri. Satu sama lain berlomba-lomba untuk merebut hati konsumen dengan berbagai tawaran produk yang menarik. Kondisi ini merupakan ancaman bagi perusahaan yang belum siap bermain dalam peraturan bisnis, di sisi lain bagi perusahaan yang sudah siap menghadapi pasar tentu memiliki strategi pengembangan bisnis yang bisa di handalkan. Persaingan yang ketat antar perusahaan dengan produk sejenis tersebut akan mendorong perusahaan untuk lebih berpacu dalam meningkatkan produk mereka.

Saat ini pengusaha di bidang catering terus melakukan perubahan dan mengeluarkan menu-menu terbaru dan ide-ide kreatif untuk perkembangan usaha mereka, mereka tidak menyajikan menu yang sama dan tampilan layout yang sama akan tetapi selalu berusaha menyajikan hal-hal yang baru, sesuai dengan keinginan konsumen yang terus berkembang. Bahkan untuk mengembangkan usahanya tidak menutup kemungkinan para pengusaha ini membuka cabang-cabang di kota lain bahkan atau membuka unit bisnis yang masih sejalan dengan usaha catering seperti wedding organizer, *make up artist (MUA)* untuk pengantin, entertaint untuk

pernikahan, dekorasi, sewa baju pernikahan, dan sewa alat perlengkapan pernikahan atau acara-acara lainnya.

Dari uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul *Dinamika Perusahaan Keluarga Di Bawah Kepemimpinan Perempuan (Studi Kasus pada Industri Catering di Balikpapan)*. Peneliti tertarik untuk melakukan studi kasus terhadap beberapa usaha catering untuk memberikan gambaran peran pemimpin perempuan yang memimpin sebuah perusahaan keluarga serta cara proses pengembangan usaha yang dilakukannya hingga harapan perkembangan *catering* itu sendiri di masa depan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi tentang keberhasilan pemimpin perempuan dalam memimpin sesuai dengan bidangnya. Diharapkan pula akan semakin banyak penelitian-penelitian lain tentang perempuan dan kepemimpinan perempuan pada masa yang akan datang agar mampu menjadi bukti bahwa perempuan juga mempunyai peran, kemampuan, dan kontribusi yang sama dengan pemimpin laki-laki dalam membangun serta mengembangkan bangsa dan negara.

## **KAJIAN PUSTAKA**

Penelitian yang dilakukan oleh Barret dan Ken (2009) dengan judul *“Spotlights and shadows: Preliminary findings about the experiences of women in family business leadership roles”* menemukan bahwa secara umum peran perempuan itu berbeda dari masa sebelumnya dan perempuan sering terganggu untuk mencapai fokus dalam menjalankan bisnis keluarga. Hanya satu sample dari empat sample yang bisa melewati tahap pembelajaran yang biasanya ditemukan para pria. Penemuan kedua menegaskan bahwa hadirnya sebuah pembelajaran akan melahirkan kepemimpinan yang sukses walaupun membutuhkan waktu yang lama. Pengalaman berusaha keluar dari bayang – bayang pemilik sebelumnya menegaskan bahwa sumber pembelajaran dapat berbentuk individu seperti CEO. Hasil tersebut juga sesuai dengan penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa organisasi bias dijadikan sebagai sarana pembelajaran. Hasil ketiga mereka memiliki kesesuaian dengan semakin berkembangnya keyakinan dalam suatu komunitas riset yang memperdebatkan masalah kepemimpinan dan entrepreneurship dari sudut pandang gender laki – laki dan perempuan. Semua berusaha untuk membentuk suatu hubungan bisnis keluarga mereka. Hal ini bisa dijadikan pula bukti bahwa perempuan juga berkualitas.

Penelitian yang berjudul *Research on Women in Family Firms Current Status and Future Directions* (2010) ini dilakukan oleh Rico Martinez Jimenez dalam

*Family Business Review*, hasil dari review penelitian yang meneliti partisipasi perempuan dalam perusahaan keluarga adalah penting dan relevan bagi praktek bisnis keluarga karena dapat memberitahu keluarga dalam berbisnis tentang faktor-faktor yang berpengaruh positif terhadap kepemimpinan kepentingan perempuan dan orang-orang yang dapat mengurangi peluang perempuan untuk mencapai posisi tertinggi di perusahaan-perusahaan. Dengan demikian, banyak keluarga yang harus mengetahui informasi lebih lanjut tentang bagaimana untuk mensosialisasikan putrid mereka sejak kecil sehingga mereka dapat mengembangkankan minat dalam perusahaan keluarga dan tentang caara terbaik untuk memanfaatkan potensi penuh dari paara wanita untuk masa depan dan keberhasilan bisnis.

Penelitian yang berjudul *Is Blood Thicker Than Water? A Study of Stewardship Perceptions in Family Business* (2010) ini dilakukan oleh James, Mathew, dan David. Hasil dari penelitian ini menekankan pada teori stewardship untuk menjelaskan bahwa budaya dan hubungan dalam bisnis keluarga. Para peneliti juga telah menunjukkan bahwa kepengurusan mengarah ke kinerja superior bisnis keluarga. Sampai saat ini, beberapa analisis empiris menegani mekanisme situasional yang terkait dengan pelayanan dalam bisnis keluarga. Makalah ini membahas peran dari keluarga dalam menjelaskan kepengurusan dalam bisnis keluarga, termasuk peran kepercayaan, dan pengawasan persepsi dan persepsi lembaga yang lebih rendah di kepemimpinan perusahaan keluarga dari anggota non keluarga, menunjukkan darah yang lebih tebal dari air.

Persamaannya dengan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian tentang pengelolaan bisnis keluarga yang dipimpin oleh seorang perempuan. Perbedaanya adalah pada saat pengumpulan data peneliti tidak memakai metode dokumentasi sedangkan penulis memakai dokumentasi pada saat melakukan penelitian

## **KAJIAN TEORI**

### **A. Kepemimpinan**

Kepemimpinan merupakan salah satu fungsi manajemen sumber daya manusia yaitu membuat orang lain menyelesaikan pekerjaan, mempertahankan semangat kerja dan memotivasi bawahan (Dessler, 1997). Koontz *et al.* (1990) mengatakan bahwa kepemimpinan (*leadership*) sebagai pengaruh, seni, atau proses mempengaruhi orang-orang sehingga mereka akan berusaha mencapai tujuan kelompok dengan kemauan dan antusias.

### **B. Fungsi Kepemimpinan**

Fungsi kepemimpinan sebagai fungsi manajemen dalam perusahaan mencakup beberapa tugas kewajiban dan dalam rangka menjalankan wewenangnya sebagai seorang pemimpin. Sedikitnya ada lima fungsi kepemimpinan (Siagian, 1988) :

1. Pemimpin sebagai penentu arah
2. Pemimpin sebagai wakil dan juru bicara organisasi
3. Pemimpin sebagai komunikator yang efektif
4. Pemimpin sebagai mediator
5. Pemimpin sebagai integrator

### **C. Teori Kepemimpinan**

Thoha (2012) mengategorikan teori kepemimpinan yaitu :

1. Teori Sifat (*Trait Theory*). Teori ini menyatakan bahwa seseorang yang dilahirkan sebagai pemimpin akan menjadi pemimpin tanpa memperhatikan apakah ia mempunyai sifat atau tidak mempunyai sifat sebagai pemimpin
2. Teori Kelompok. Teori ini beranggapan bahwa, supaya kelompok bisa mencapai tujuan – tujuannya, harus terdapat suatu pertukaran yang positif diantara pemimpin dan pengikut – pengikutnya. Kepemimpinan yang ditekankan pada adanya suatu proses pertukaran antara pemimpin dan pengikutnya ini, melibatkan pula konsep – konsep sosiologi tentang keinginan – keinginan mengembangkan peran.
3. Teori Situasional dan Model Kontijensi. Teori ini beranggapan bahwa gaya kepemimpinan yang dikombinasikan dengan situasi akan mampu menentukan keberhasilan pelaksanaan kerja..

Kartono (2013) menjelaskan kemunculan teori – teori kepemimpinan yaitu:

1. Teori Genetis. Teori ini menjelaskan dimana pemimpin itu dibuat melainkan lahir dengan bakat – bakat alami sebagai pemimpin. Dia ditakdirkan lahir menjadi pemimpin dalam situasi dan kondisi bagaimanapun juga.
2. Teori Sosial. Teori ini mengemukakan bahwa pemimpin itu harus disiapkan, dididik dan dibentuk, tidak dilahirkan begitu saja. Setiap orang bisa menjadi pemimpin, melalui usaha penyiapan dan pendidikan serta dorongan oleh kemauan sendiri.
3. Teori Ekologis atau Sintetis. Teori ini menyatakan bahwa seseorang akan sukses menjadi pimpinan, bila sejak lahirnya dia telah memiliki bakat – bakat kepemimpinan, dan bakat – bakat ini sempat dikembangkan melalui pengalaman dan usaha pendidikan juga sesuai dengan tuntutan lingkungan atau ekologisnya.

### **D. Kepemimpinan Perempuan**



Dalam perusahaan keluarga, perempuan secara tradisional memainkan peran halus banyak : pasangan, orang tua, mertua, pemimpin keluarga. Peran-peran tersebut terkait dengan keluarga daripada ke ranah bisnis (Ward & Sorensen, 1989). seperti penelitian yang dilakukan oleh Vasavada (2014) bahwa pemimpin perempuan memiliki keunggulan dalam strategi pengembangan hubungan masyarakat dan rajin berpartisipasi dalam kegiatan hubungan masyarakat pula.

### **E. Pengertian Gender**

Caplan (1987) dalam Zainuddin (2006) menegaskan bahwa gender merupakan perbedaan perilaku antara laki – laki dan perempuan selain dari struktur biologis, sebagian besar justru terbentuk melalui proses *social* dan *cultural*. Gender dalam ilmu sosial diartikan sebagai pola relasi lelaki dan perempuan yang didasarkan pada ciri sosial masing – masing.

Oakley (1972) dalam Fakih (2008) menemukan bahwa gender adalah perbedaan perilaku (*behavioral differences*) antara laki – laki dan perempuan yang dikonstruksi secara sosial, yakni perbedaan yang bukan kodrat atau ketentuan dari Tuhan melainkan diciptakan oleh manusia (laki – laki atau perempuan) melalui proses sosial dan kultural yang panjang.

### **F. Ketidakadilan Gender**

Fakih (2008) menjabarkan beberapa manifestasi ketidakadilan gender sebagai berikut

1. Marginalisasi Perempuan
2. Subordinasi
3. *Stereotype*
4. Kekerasan
5. Beban Kerja Ganda

### **G. Bisnis Keluarga**

Zubir (2008) mendefinisikan bisnis keluarga (*family business*) adalah bisnis yang dimiliki dan dikelola oleh orang – orang yang memiliki hubungan keluarga, baik pasangan hidup, anak dan orang tua, saudara sekandung, maupun saudara jauh. Bagi sebagian orang, bisnis keluarga yang dijalankan karena adanya keinginan atau ide bisnis yang datang dari anggota keluarga itu sendiri dan dapat dikategorikan sebagai berikut Wawan Dhewanto (2012) :

1. Definisi bisnis keluarga berdasarkan keinginan. Bisnis yang dilakukan berdasarkan keinginan dari anggota keluarga dan direalisasikan oleh keluarga itu sendiri. Mintzberg dan waters (1985)

2. Definisi bisnis keluarga berdasarkan kelibatan anggota keluarga. Bisnis dimana dua atau lebih anggota keluarga memiliki pengaruh dalam mengatur bisnis tersebut dengan adanya pertalian keluarga, peran manajemen atau hak kepemilikan dari bisnis tersebut. Tagiuri dan davis (1996)
3. Definisi keluarga berdasarkan kepemilikan dan/atau manajemen. Bisnis yang dimiliki dan mayoritas peraturan yang dijalankannya dibuat oleh anggota dari kelompok yang "terikat secara emosional". Carsrud (1994)
4. Definisi bisnis keluarga berdasarkan jumlah kepemilikan saham oleh anggota keluarga yang terlibat. Perusahaan yang anggota keluarganya memiliki setidaknya 60% saham perusahaan. Donckels dan Frohlich (1991)

## **H. Pengembangan Usaha**

Tiga hal yang dikemukakan oleh (Rusdiana, 2014):

1. Pengembangan skala ekonomis, yaitu dengan menambahkan skala produksi, tenaga kerja, teknologi, system distribusi, dan tempat usaha.
2. Perluasaan cakupan usaha, yaitu dengan menambah jenis usaha baru, produk dan jasa baru yang sedang diproduksi (diversifikasi), serta teknologi yang berbeda.
3. Strategi pemasaran dalam mengembangkan usaha
  - a. Penetrasi pasar, memperbesar volume penjualan dan periklanan
  - b. Pengembangan pasar, peningkatan penjualan dengan pengenalan produk pada pasar baru
  - c. Pengembangan produk, modifikasi produk yang sudah ada untuk meningkatkan penjualan
  - d. Segmentasi pasar, pemasaran produk berdasarkan segmennya.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **A. Jenis Penelitian**

Pendekatan penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan metode kualitatif studi kasus. Sugiyono (2009) mendefinisikan bahwa metode ini disebut juga metode arsitik karena penelitian bersifat kurang berpola dan disebut sebagai metode interpretive karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan. Studi kasus adalah sebuah metode penelitian di mana pertanyaan "how" (bagaimana) dan "why" (mengapa) diajukan dalam sebuah penelitian, saat peneliti memiliki sedikit kontrol atas sebuah kejadian dan berfokus pada fenomena kontemporer yang memiliki konteks dengan kehidupan nyata dari individu, kelompok, komunitas, maupun organisasional (Yin, 2003).

## **B. Ruang Lingkup Penelitian**

1. Narasumber penelitian adalah pemimpin perusahaan.
2. Gambaran proses perempuan sebagai seorang pemimpin, awal mula menjadi seorang pemimpin dan penyebab menjadi seorang pemimpin.
3. Proses pengembangan usaha dari awal hingga yang akan dilakukan di masa yang akan datang.

## **C. Lokasi Penelitian**

Peneliti mengambil lokasi di kota Balikpapan provinsi Kalimantan Timur, dengan objek penelitian :

1. Raisya Catering
2. Andrawina Catering
3. Anik Catering

## **D. Instrumen Penelitian**

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Oleh karena itu, peneliti sebagai instrumen juga harus “divalidasi” seberapa jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian yang selanjutnya terjun ke lapangan. Validasi terhadap peneliti sebagai instrumen meliputi validasi terhadap pemahaman metode penelitian kualitatif, penguasaan wawasan terhadap bidang yang diteliti, kesiapan peneliti untuk memasuki objek penelitian, baik secara akademik maupun logistiknya. Yang melakukan validasi adalah peneliti sendiri, melalui evaluasi diri seberapa jauh pemahaman terhadap metode kualitatif, penguasaan teori dan wawasan terhadap bidang yang diteliti, serta kesiapan dan bekal memasuki lapangan (Sugiyono,2009).

## **E. Jenis dan Sumber Data**

Data primer diperoleh dari wawancara langsung dengan responden dalam penelitian. Selain itu juga dilakukan observasi atau pengamatan langsung untuk mengetahui kejadian – kejadian maupun perilaku karyawan dan pemimpin di perusahaan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan yang diperoleh dari buku, internet, skripsi, serta data perusahaan

## **F. Teknik Pengumpulan Data**

1. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu dan dengan wawancara, peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih

mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi yang tidak mungkin bisa ditemukan melalui observasi (Sugiyono, 2009).  
Macam-macam wawancara, antara lain:

a. Wawancara terstruktur

Pada wawancara ini, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawaban telah disiapkan. Responden diberi pertanyaan yang sama kemudian pengumpul data mencatatnya, alat bantu yang digunakan biasanya *tape recorder*, gambar, brosur, dan material lain yang dapat membantu pelaksanaan wawancara menjadi lancar.

b. Wawancara semiterstruktur

Pelaksanaan wawancara menggunakan model ini lebih bebas daripada wawancara terstruktur yaitu narasumber diminta pendapat dan ide-idenya karena tujuan wawancara ini untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka.

c. Wawancara tidak berstruktur

Wawancara tidak berstruktur adalah wawancara yang bebas, peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan data-datanya. Pedoman wawancara hanya menggunakan garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Dalam wawancara ini, peneliti belum mengetahui secara pasti data apa yang akan diperoleh sehingga peneliti lebih banyak mendengarkan apa yang diceritakan oleh responden (Sugiyono, 2009). Dalam penelitian ini digunakan metode wawancara semiterstruktur dan wawancara terstruktur.

## 2. Observasi

Teknik pengumpulan data yang paling umum adalah dengan melakukan pengamatan langsung terhadap objek riset, artinya peneliti berada di tempat terjadinya fenomena yang diamati (Sumarsono, 2004). Dengan teknik observasi peneliti dapat memperoleh data sesuai dengan apa yang diinginkan. Observasi yang akan dilakukan dalam penelitian ini meliputi: melihat kinerja karyawan, melihat kegiatan karyawan dan perusahaan, dan melihat perkembangan usaha.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh informasi dari bermacam-macam sumber tertulis atau dokumen yang ada pada

responden atau tempat, dimana responden bertempat tinggal atau melakukan kegiatan sehari-harinya (Sukardi, 2010).

Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih kredibel/dapat dipercaya (Sugiyono,2009).

Penelitian kualitatif lazimnya menggunakan triangulasi dalam teknik pengumpulan datanya. Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada (Sugiyono,2009). Misalnya peneliti menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk sumber data yang sama secara serempak (disebut: triangulasi teknik) atau triangulasi sumber yaitu mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama. Manfaat pengumpulan data dengan triangulasi untuk mendapatkan data yang lebih konsisten, tuntas, dan pasti (Sugiyono,2009).

## **G. Teknik Analisis Data**

### **1. Analisis Sebelum di Lapangan**

Penelitian kualitatif telah melakukan analisis data sebelum peneliti memasuki lapangan. Analisis dilakukan terhadap data hasil studi pendahuluan, atau data sekunder, yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Namun demikian, fokus penelitian ini masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti masuk dan selama di lapangan (Sugiyono,2009).

### **2. Analisis Selama di Lapangan**

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai.

Aktivitas dalam analisis data meliputi :

- a) Data Reduction (Reduksi Data)
- b) Data *Display* (Penyajian Data)
- c) *Conclusion Drawing/Verification*

## **Keabsahan Data**

Data penelitian dilakukan pengecekan keabsahan melalui triangulasi sumber. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek

data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Dalam penelitian ini pengujian data akan dilakukan pada keluarga, rekan kerja, serta karyawan pada objek penelitian.

Uji *Transferability* merupakan validitas eksternal dalam penelitian kualitatif. Nilai transfer ini berkenaan dengan pertanyaan, hingga mana hasil penelitian dapat diterapkan atau digunakan dalam situasi lain. Bagi peneliti naturalistik, nilai transfer bergantung pada pemakai, hingga manakala hasil penelitian tersebut dapat digunakan dalam konteks dan situasi sosial lain (Sugiyono,2004)

## **HASIL TEMUAN PENELITIAN**

### **A. Gambaran Proses Menjadi Seorang Pemimpin**

Ada berbagai proses yang melandasi seseorang memiliki jiwa kepemimpinan yang dimilikinya sekarang. Banyak jalan dan banyak waktu yang dibutuhkan untuk membentuknya.

”Ooh tidak ada, karna ini kan ini usaha keluarga yang pertama jadi tante belajar dari nol, walaupun sekarang tante jadi piminan karna yaa berjalan aja bukan dari orangtua atau warisan. Tapi tante belajar dulu pada saat masih kuliah kan rajin ikut organisasi di kampus mungkin dari situ tante dapat ilmunya sedikit-sedikit.” (Satriani,15/7/2016,17.00)

“Ya faktor keturunan ya mas. Kan dulu kalau ibu lagi jaga toko saya juga sering bantu jual-jualan sampe kadang dulu itu pernah ngerjain pr di toko mas malah dulu pas anak saya masih kecil saya juga masih sempat jagain tokonya itu mas. Mungkin dari situ awal jiwa kepemimpinan terbentuk pelan-pelan.”(Rosliana,24/7/2016,10.00)

“Ibu tante, beliau yang jadi isnpirasi. Karena beliau yang mendirikan dan memimpin andrawina catering kemudian mengajarkan tante sejak muda bagaimana menjadi seorang pemimpin.” (Elita,7/8/2016,09.30)

Dalam penelitian yang penulis lakukan, ditemukan ada beberapa faktor proses perempuan mampu menjadi seorang pemimpin, baik dalam hal memimpin keluarga maupun sebuah perusahaan. Berikut ini yang penulis dapatkan di lapangan yang merupakan teori tentang kepemimpinan. Berdasarkan data yang didapat di lapangan bahwa dari tiga narasumber utama terdapat dua perbedaan. Narasumber pertama tidak memiliki latar belakang keluarga yang memiliki jiwa pemimpin sehingga bisa menjadi pemimpin karena beliau belajar melalui aktif berpartisipasi di organisasi pada saat masa kuliahnya terdahulu sehingga perlahan-lahan sifat kepemimpinan bisa terbentuk didalam dirinya. Bukan hanya itu narasumber pertama juga memiliki semangat dan kerja keras yang besar untuk berbisnis untuk menambah kegiatan

positif dan mencari penghasilan lebih. Sedangkan narasumber kedua dan ketiga memiliki latar belakang atau orang tua yang memiliki sifat kepemimpinan, itu bisa dilihat dari sebelum bisnis ini, orang tua mereka telah menjalankan sebuah kegiatan bisnis sehingga sifat kepemimpinannya muncul melalui bakat kepemimpinan yang dimiliki sejak kecil, mereka dilibatkan untuk berpartisipasi oleh orang tuanya untuk melakukan kegiatan bisnis yang dijalankan keluarga. Secara tidak langsung kegiatan tersebut membentuk karakter kepemimpinan yang ada saat ini pada narasumber kedua dan ketiga.

Pernyataan tersebut sama seperti yang dikemukakan oleh Kartono (2013) yang menyatakan bahwa ada teori munculnya kepemimpinan yaitu teori genetis, teori social dan teori ekologis. Namun yang sesuai dengan hasil penelitian pada industry catering di Balikpapan adalah teori sosial dimana teori ini mengemukakan bahwa pemimpin itu harus disiapkan, dididik dan dibentuk, tidak dilahirkan begitu saja. Setiap orang bisa menjadi pemimpin, melalui usaha penyiapan dan pendidikan serta dorongan oleh kemauan sendiri dan teori ekologis atau sintetis, dimana teori ini menyatakan bahwa seseorang akan sukses menjadi pimpinan, bila sejak lahirnya dia telah memiliki bakat – bakat kepemimpinan, dan bakat – bakat ini sempat dikembangkan melalui pengalaman dan usaha pendidikan juga sesuai dengan tuntutan lingkungan atau ekologisnya.

## **B. Gambaran Kepemimpinan**

Bagi sang suami, anak, dan keluarga sosok kepemimpinan ibu mereka baik dalam perusahaan maupun dalam keluarga tentu memiliki keunikan masing-masing. Karakter yang ditonjolkan kemudian apakah akan berbeda apa sama dalam menerapkan perannya di dua platform yang berbeda.

“Klo dirumah ya sebagai ibu rumah tangga yang baik, kalau di cateringnya sebagai direktur yang yaa istilahnya tegas”(Doni,15/7/2016,15.40).

“sosok ibu dirumah itu tadi mas, penyayang dan lemah lembut. Di catering juga kurang lebih begitu. Ibu dekat dengan karyawannya, dia memimpin dengan penuh kelembutan.” (Wage,24/7/2016,11.45)

“Biasanya kalau gak yang susah banget dia bisa nyelesin sendiri sama teamnya ya mas tapi kadang ya minta pendapat saya dan keluarga”  
(Yusup,7/8/2016,12.00)

Ketiga narasumber menyatakan bahwa pada dasarnya menjadi seorang pemimpin harus menempatkan para karyawan sebagai anggota keluarga, sehingga komunikasi bisnis dapat terjalin dengan baik dan saling menghargai satu sama lain karena keberhasilan dalam industri catering berdasarkan dari *teamwork*. Karena suatu saat hubungan antara pemimpin dan karyawan tidak hanya dalam urusan pekerjaan saja tetapi lebih dari itu. Bagi pemimpin perempuan mereka menempatkan diri mereka sebagai ibu bagi seluruh karyawannya, meskipun dari data yang didapat narasumber pertama terkesan kepemimpinannya lebih tegas dibanding narasumber kedua dan ketiga.

Menjadi pemimpin bagi narasumber juga menjadi hak dan pilihan hidup masing-masing individu dalam keluarga maupun dalam perusahaan dan bahkan dalam kehidupan bermasyarakat. Bagi karyawan, seluruh narasumber sebagai pemimpin perempuan yang menjadi contoh bagi mereka. Kepemimpinan yang adil, lembut, dan tidak membedakan antar karyawan karena tidak ada seorang ibu yang membedakan anak-anaknya.

Gaya kepemimpinan dan komunikasi yang dimiliki perempuan menjadi nilai unggul dalam menjalankan dan mengembangkan perusahaan di bidang catering. Tentu saja kepemimpinan akan tetap rasional namun aspek-aspek perempuan akan tetap melekat dan muncul dalam sisi manajerialnya, ini yang membuat kenyamanan dalam bekerja serta mampu menggaet konsumen yang ada diluar sana.

Pernyataan tersebut sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Winadi (1993) tentang teori yang menekankan pribadi dan perilaku pemimpin (*Personal-behavioral theories*). Teori ini memusatkan kepemimpinan pada orientasi pekerjaan, menitik beratkan pada hubungan terbuka dan bersahabat dengan karyawan dan menjadi amat peka terhadap kebutuhan pribadi dan social mereka. Pemimpin juga memeberikan perhatian agar pekerjaan dapat dilaksanakan melalui tindakan perencanaan, pengorganisasian, pendelegasian, pengambilan keputusan, penilaian untuk kerja dan pelaksanaan pengawasan manajemen secara ketat.

### **C. Pengembangan Bisnis Keluarga**

Inovasi produk menjadi salah satu strategi unggulan dalam industry catering baik berupa varian menu yang ditawarkan ataupun produk lainnya serta menjaga hubungan dengan klien.

“Strateginya pengembangannya itu ya banyak tapi masih berkaitan sama catering juga, misalnya nih *wedding* nah yang dibutuhkan apa saja misal cateringnya, tatarias, entertainnya, baju pengantinnya, stole-stolenya, pondokannya, nah kearah



sana pengembangannya. jadi mau tante klo ada konsumen datang ketempat tante dia udah dapet semuanya, dalam arti oh ada tatariasnya, ada deokrasinya, ada sewa baju pengantinnya, nah kearah sana perkembangannya. Jadi Alhamdulillah kita selalu meningkatkan produk kita itu sama marketing kita yang terus bekerja muter menjemput bola. Tim marketing tante sudah jeli, jadi tau perusahaan mana yang baru buka dan butuh makanan, disitu nanti mulailah masukin proposal dan testfood. Jadi mereka sering hunting lokasi-lokaasi mana yang baru buka. Begitu pula dengan wedding yang datang untuk baru tanya-tanya itu besoknya rajin kita *follow up* lagi trus karna kita sudah punya temen banyak kan jadi missal kita denger pak adam ketua kadin nah kita sudah cari kabar, kita huibungin say hallo menjaga silaturahmi gituu.”(Satriani,15/7/2016,17.00)

“Strateginya ya sebenarnya kami sifatnya lebih kekeluargaan, kemudian strategi bisnis kami lebih mengutamakan mutu pelayanan dan kualitas produksi agar menghasilkan penilaian yang baik kedepannya. Yang terpenting kualitas produk yang bagus dan sesuai dengan apa yang dipesan, servicenya juga harus memuaskan. Ketepatan dan kecermatan juga harus diperhatikan, seenak apapun makanan kalau terlambat udah ga enak lagi, seenak apapun makanan kalau karyawannya judes ya percuma aja, kerapihan juga semua karyawan diberikan seragam, jadi semua itu sinergi.” (Elita,7/8/2016,09.30)

“Sering-sering promosiin aja mas kaya misal kalo ada temen lagi bikin acara saya suruh aja cateringnya pake punya istri saya hehe kan lumayan mas, ibu itu juga sering promosiin ke tetangga-tetangga. Kan kita tinggal di kamoung mas jadi paling efektif itu ya dari mulut ke mulut.” (Wage,24/7/2016,11.45)

Perkembangan bisnis yang ada saat ini tidak menjadikan mereka berpuas diri, seluruh catering ini terus meningkatkan variasi menu mereka, kualitas produk, pelayanan, serta selalu melakukan pemasaran melalui tim marketing maupun melalui anggota keluarga. Yang membedakan disini ada yang cukup mengembangkan bisnisnya hanya pada bidang catering saja dan ada pula yang mengembangkannya dalam unit bisnis lain namun masih berkaitan dengan catering. Itu yang dilakukan narasumber pertama, dimana cateringnya mengembangkan bisnis pada bidang tata rias, persewaan gaun pengantin, dekorasi, dan entertainment. Catering ini ingin konsumen yang datang ketempatnya telah mendapatkan sebuah paket yang lengkap sesuai kebutuhan masing-masing sehingga konsumen tidak perlu repot untuk pergi ke beberapa tempat untuk mencari kebutuhannya. Selain itu narasumber pertama telah membuka cabang cateringnya dia dua kota, yaitu di Bontang dan di Mojokerto. Berbeda dengan narasumber kedua dan ketiga yang focus mengembangkan

cateringnya hanya pada menu makanan dan kualitas produk mereka. Mereka lebih menyerahkan hal-hal yang lainnya pada perusahaan-perusahaan yang lebih ahli di bidangnya, namun mereka juga bercita-cita dan mengimpikan untuk dapat membuka cabang di kota-kota lainnya.

Dari penjabaran tersebut, apa yang telah ditemukan dalam penelitian ini menggambarkan apa yang kita ketahui dalam teori yang dicetuskan oleh Rusdiana (2014) mengenai pengembangan usaha tentang strategi yang harus dimiliki dalam berwirausaha, seperti : pengembangan skala ekonomis, perluasan cakupan usaha dan strategi pemasaran.

## **PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis penelitian, maka dapat diambil beberapa kesimpulan

1. Melihat dari proses menjadi seorang pemimpin dari ketiga narasumber sebagai pemimpin dalam industri catering di Balikpapan terdapat dua proses terbentuknya kepemimpinan. Pertama kepemimpinan muncul dari bentuk partisipasi aktif di dalam organisasi, dimana pengalaman studi tersebut yang memebentuknya sehingga sifat pekerja keras dan jiwa yang kuat sangat terlihat, dan yang kedua terbentuk dari didikan orang tua yang melibatkan pemimpin perempuan dalam kegiatan bisnis sejak masa kecil atau bisa disebut sebagai *transfer of knowledge* sehingga dari pengalaman berbisnis membentuk kepemimpinan para pemimpin perempuan tersebut.
2. Melihat dari teori kepemimpinannya para pemimpin catering memiliki konsep yang sangat baik di dalam perusahaan. Kepemimpinan perempuan akan tetap rasional namun aspek-aspek perempuan akan tetap melekat dan muncul dalam sisi manajerialnya. Konsep kekeluargaan menjadi opsi, dimana para pemimpin perempuan ini memposisikan diri mereka sebagai ibu bagi karyawannya sehingga mampu menciptakan sebuah lingkungan kerja yang sangat harmonis layaknya sebuah keluarga sehingga komunikasi dan tanggung jawab masing-masing posisi dapat dijalankan dengan baik. Karna semua pemimpin perempuan sependapat bahwa keberhasilan catering mereka adalah sebuah bentuk dari *teamwork*. Yang membedakan karakter kepemimpinan dari pemimpin yang kepemimpinannya lahir dari proses pengalaman studi yang aktif berorganisasi dirasa lebih tegas oleh karyawannya dibanding karakter yang terbentuk dari *transfer of knowledge*.
3. Dalam pengembangan bisnisnya para pemimpin perempuan di industry catering memiliki pandangan yang berbeda. Pemimpin perempuan yang kepemimpinannya

lahir dari pengalaman studi bisa dikatakan lebih semangat dan berani dalam mengembangkan bisnis cateringnya. Ini dibuktikan dengan melebarnya sayap bisnisnya yang mencakup tata rias, sewa baju pengantin, dekorasi, dan entertainment serta telah membuka cabang cateringnya di dua kota. Sedangkan pengembangan bisnis yang dilakukan oleh pemimpin yang terbentuk dari *transfer of knowledge* memfokuskan pada pengembangan kualitas produk dan pelayanannya serta terus meningkatkan variasi menu. Mereka menyerahkan unit bisnis seperti yang disebutkan diatas kepada ahlinya saja, karena mereka tidak berani yang ditakutkan akan justru terbengkalainya bisnis catering mereka. Meskipun begitu secara garis besar seluruh catering melakukan kegiatan dan strategi yang sama untuk terus mengembangkan catering mereka masing-masing.

## **B. Saran**

Kepemimpinan perempuan dalam industri catering dalam sebuah perusahaan keluarga yang telah diteliti dirasa dapat menjadi sebuah inspirasi bagi perempuan-perempuan lain yang ada diluar sana bahwa tidak ada batasan gender untuk menjadi seorang pemimpin. Berikut beberapa saran yang bisa penulis sampaikan dari hasil penelitian :

### **1. Proses kepemimpinan**

Banyak cara dan proses yang bisa kita dapatkan untuk membentuk kepemimpinan yang ada di dalam diri kita, tergantung kita mau apa tidak karna para pemimpin perempuan ini semua memiliki kemauan keras untuk belajar menjadi seorang pemimpin. Yang dapat dicontohkan yaitu melalui aktif di organisasi-organisasi di sekitar yang positif, kemudian kita diajarkan juga agar mampu terlibat dalam kegiatan bisnis yang orang tua kita sedang jalankan karan perlahan tapi pasti kegiatan tersebut akan membentuk jiwa kepemimpinan yang ada dalam diri kita. Kemauan dan semangat tinggi serta lingkungan yang baik dirasa akan membentuk proses lahirnya jiwa kepemimpinan kita masing-masing.

### **2. Kepemimpinan Perempuan**

Pemimpin perempuan dalam industry catering ini merupakan kepemimpinan yang sangat baik ditiru untuk memimpin sebuah perusahaan. Menciptakan lingkungan seperti keluarga menjadi kunci sukses bagi para kepemimpinan perempuan ini, menganggap bahwa karyawan sebagai anak-anak mereka sehingga proses komunikasi dan proses bisnis bisa tercapai sesuai dengan yang diinginkan. Serta sangat baik bagi seorang pemimpin yang melibatkan karyawannya untuk ikut serta dalam membantu mengambil keputusan. Situasi ini yang diharapkan dapat menjadi contoh dan mampu diterapkan oleh pemimpin-pemimpin lainnya diluar sana.

### 3. Pengembangan Usaha

Para pemimpin harus bisa membaca situasi dan kondisi dalam menentukan strategi pengembangan usaha, karena jangan sampai melakukan kesalahan yang dapat mengakibatkan kemunduran. Pemimpin harus tahu kemampuan perusahaan mereka masing-masing serta harus memiliki visi misi untuk masa depan. Yang harus diingat bahwa semua pemimpin harus memiliki cita-cita yang tinggi terhadap perusahaannya karena cita-cita tersebutlah yang akan membuat perusahaan terus tumbuh dan berkembang.

### DAFTAR PUSTAKA

Alwi, Syarifuddin. (2001). *Business Rules*. (Terjemah Bagaskara A). Bandung: Alfabeta.

Alwi, Syarifuddin. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Strategi Keunggulan Kompetitif*. Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE

Anwar, Muhammad. (2014). *Pengantar Kewirausahaan Teori dan Aplikasi*. Penerbit: Prenadamedia Grup. Jakarta

Barret dan Ken. (2009). *Spotlights and Shadows: Preliminary Findings about the Experiences of Women in Family Business Leadership Roles*. *Journal of Management and Organization*. Vol. 15, no. 1, halaman 363-377

Widya. (2004). *Persepsi Karyawan Laki-laki Terhadap Pemimpin Perempuan: Apakah Pemimpin Perempuan Lebih Bersifat Asuh Daripada Pemimpin Laki-laki?* *Jurnal Manajemen & Akuntansi*, Vol. 4, No. 3.

Bennis, Burham. (2008). *Creating Leaders*. Executive excellence.

Danarti, Dessy; Suryo Sukendro. (2008). *Momprenurship 160 Ide Bisnis Paling Laris*. Penerbit: Andi. Yogyakarta

Davis, J.H, Mathew R Allen, H. David Hayes. (2010). *Is Blood Thicker Than Water? A Study of Stewardship Perceptions in Family Business*. *Entrepreneurshiptheory and Practice*. Vol. 34, No. 6, halaman 1093-1116

- Dessler, Gary. (1997). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (terjemahan Agus Dharma). Edisi Ketujuh. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Dhewanto, Wawan. (2012). *Familypreneurship: konsep Bisnis Keluarga*. Alfabeta. Bandung.
- Doyle, James A. *Sex and Gender : The Human Experience*, Wn. C. Brown Publisher, Iowa. 1985
- Fakih, Mansour. (2008). *Analisis Gender & Transformasi Sosial*. Edisi Ketiga Belas. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.
- Kartono, Kartini. (2013). *Pemimpin dan Kepemimpinan*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Koontz, Harold., Cyril O'Donnell, dan Heinz Wehrich. (1990). *Manajemen*. Jakarta : Erlangga.
- Lungan, R. (2006). *Aplikasi Statistika dan Hitung Peluang*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu
- Moleong, Lexy. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Nitisusastro, Mulyadi. (2010). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Rianse, Usman. (2011). *Kewirausahaan*. Kendari. Penerbit Unhalu Perss.
- Rusdiana, H.A. (2014). *Kewirausahaan Teori dan Praktik*. Pustaka Setia. Bandung.
- Herdiansyah, Herry, (2010). *Wawancara, Observasi dan Focus Group*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Jimenez , Rocio. (2010). *Research on Women in Family Firms Current Status and Future Directions Family Business Review*. University of Jaen. Vol. 22, No. 1, Halaman 58-64
- Siagian, P. Sondang. (1999). *Teori dan Praktek Kepemimpinan*. Cetakan Kedelapan, Gunung Agung,. Jakarta.
- Sukardi. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan keenam, Alfabeta, CV Bandung.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarsono, Sonny. (2004). *Metode Riset Sumber daya Manusia*. Jakarta: Graha Ilmu
- Susanto. (2005). *World Class Family Business*. Jakarta : Quantum bisnis dan Manajemen. 20.
- Thoha Miftah. (2012). *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Vasvada, Tripana. (2014). *Women and Leaders and Management of Public Relations in Nonprofit organizations. Asia Pasific Journal of Management Entrepreneurship Research (APJMER)*. Vol. 3, No 1, halaman 5-19
- Winardi. (1993). *Manajer dan Manajemen*. Penerbit PT. Aditya Bakti. Jakarta
- Yukl, Gary. (1998). *Kepemimpinan dalam Organisasi* “terj.”. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Prentice Hall.
- Yukl, Gary. (2005). *Kepemimpinan dalam Organisasi*. Edisi Kelima. Jakarta: Prenhallindo.
- Yin, Robert K. (2003). *Studi Kasus : Desain dan Metode*. Jakarta : RajaGrafindo Persada.
- Zainuddin, Maliki. (2006). *Bias Gender Dalam Pendidikan*. Surabaya: LPAM.
- Zubir, Nurlela. (2008). *Famillionaire! Membangun Bisnis Keluarga yang Solid dari Generasi ke Generasi*. Penerbit Hikmah. Jakarta

