

**MINDSET DAN PERILAKU KEWIRAUSAHAAN WANITA
PENGUSAHA JASA BOGA DI YOGYAKARTA**

JURNAL



Oleh :

Nama : Lita Rohma Dewi
Nomor Mahasiswa : 13311531
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Sumber Daya Manusia

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2018

MINDSET DAN PERILAKU KEWIRAUSAHAAN WANITA PENGUSAHA JASA BOGA DI YOGTAKARTA

Lita Rohma Dewi

Fakultas Ekonomi Manajemen
Universitas Islam Indonesia
Email: Litard1996@gmail.com

Abstract

This research entitled "Mindset and Behavior of Women Entrepreneurship of Catering Service in Yogyakarta". The purpose of this study is to find out how the entrepreneurial mindset is embodied in entrepreneurial behavior. This research is a qualitative research with phenomenology approach. Data collection used is by interview and documentation method. Resource persons in this study are 10 women entrepreneurs in catering service industry in Yogyakarta. The method of analysis used in this research is data reduction, data display and conclusion. To determine valid and reliable this research use validity and reliability test with time triangulation method. This study found the mindset can be born from many factors such as family factors, circumstances, education and experience. Broadly speaking, the mindset of women entrepreneurs catering services can be grouped into three, namely learning, development and spirituality. Learning, they learn from failure, experience also adaptation and innovation. Development makes them continue to make efforts of quality mining both in terms of taste and cuisine. While spirituality makes them try to compete healthily and more relaxed in looking at competitors. In addition, they are also sincere with not only expecting profit, They are also more patient in the face of certain situations and consumers of various characters.

Keywords: *Women Entrepreneur, Entrepreneurial Mindset, Entrepreneurial Mindset and Behavior*

Abstrak

Penelitian ini berjudul “*Mindset dan Perilaku Kewirausahaan Wanita Pengusaha Jasa Boga di Yogyakarta*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *Mindset* kewirausahaan diwujudkan dalam perilaku kewirausahaan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pengumpulan data yang digunakan adalah dengan metode wawancara dan dokumentasi. Narasumber dalam penelitian ini adalah 10 wanita pengusaha di industri jasa boga di Yogyakarta. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, display data dan penarikan kesimpulan. Untuk menentukan valid dan reliabelnya penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas dengan metode triangulasi waktu. Studi ini menemukan *Mindset* bisa lahir dari banyak faktor seperti faktor keluarga, keadaan, pendidikan dan pengalaman. Secara garis besar, *Mindset* wanita pengusaha jasa boga dapat dikelompokkan menjadi tiga, yakni *learning*, pengembangan dan spiritualitas. *Learning*, mereka belajar dari kegagalan, pengalaman juga adaptasi dan inovasi. Pengembangan membuat mereka terus melakukan upaya pengembangan kualitas baik dari segi rasa masakan maupun pelayanan. Sedangkan spiritualitas membuat mereka berusaha untuk bersaing secara sehat dan lebih santai dalam memandang pesaing. Selain itu, mereka juga ikhlas dengan tidak hanya mengharapkan keuntungan semata, Mereka juga lebih sabar dalam menghadapi situasi tertentu dan konsumen yang bermacam-macam karakternya.

Kata kunci: *Wanita pengusaha, Mindset kewirausahaan, Mindset dan perilaku kewirausahaan*

PENDAHULUAN

Pada dasarnya, wanita memiliki pilihan dalam hidupnya yaitu bekerja, hanya menjadi ibu rumah tangga atau menjadi ibu rumah tangga yang juga bekerja. Keputusan tersebut tentu dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Dan sampai saat ini, tidak sedikit wanita yang memilih untuk bekerja. Berangkat dari berbagai alasan, wanita telah banyak memasuki dunia kerja sebagai entrepreneur, perawat, dokter, polisi dan lain sebagainya. Bahkan banyak wanita hebat di manca negara yang berhasil meraih kesuksesan.

Namun, yang cukup banyak disoroti sampai saat ini adalah mengenai wanita pengusaha. Di seluruh dunia, wanita wirausaha telah menjadi komponen penting dalam percakapan akademis dan kebijakan seputar kewiraswastaan (Minniti, 2009). Hal ini dikarenakan jumlah pengusaha wanita terus meningkat setiap tahunnya. Di Indonesia sendiri, fenomena wanita pengusaha mengalami kenaikan setiap tahunnya dalam tiga tahun belakangan. Pada tahun 2015, jumlah wanita pengusaha sebanyak 12,7 juta orang. Lalu di tahun selanjutnya, 2016, jumlah ini mengalami kenaikan sebanyak 1,6 juta menjadi 14,3 juta orang. Dan pada tahun 2017 jumlah tersebut kembali meningkat menjadi 16,3 juta orang¹. Jumlah yang sangat fantastis dan berpotensi akan terus bertambah pada tahun-tahun selanjutnya. Semua fakta ini menjadi bukti kuat terkait eksistensi wanita dalam dunia bisnis. Hal inilah yang membuat fenomena wanita pengusaha menjadi sebuah pembahasan yang begitu menarik.

Dalam berwirausaha, seseorang haruslah memiliki pola pikir pengusaha. McGrath & MacMillan (2000) mendefinisikan *entrepreneurial Mindset* sebagai kerangka berpikir seseorang yang berorientasikan entrepreneur, lebih memilih untuk menjalani ketidakpastian daripada menghindari, melihat segala sesuatu lebih sederhana daripada orang lain yang melihatnya secara kompleks, mau belajar sesuatu yang datangnya dari pengambilan resiko. Pola pikir kewirausahaan menunjukkan cara berpikir dan tindakan tentang bisnis dan peluangnya yang menangkap manfaat ketidakpastian (McGrath & MacMillan, 2000).

Berangkat dari sebuah *Mindset* seorang pengusaha akan mewujudkan apa yang ada di pikirannya dalam bentuk nyata yaitu perilakunya. Bagaimana mewujudkan suatu harapan atau ekspektasi dalam pikiran menjadi kenyataan lewat perilaku dalam menjalankan usaha. Perilaku wirausaha didasarkan pada seperangkat nilai (kepercayaan) dan kebutuhan tertentu yang memberi individu motivasi intrinsik dan penentuan nasib sendiri untuk terlibat dalam perilaku kewirausahaan (Kirkley, 2016)

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *Mindset* kewirausahaan yang diwujudkan dalam perilaku kewirausahaan.

¹ <http://m.metrotvnews.com/ekonomi/mikro/VNxQ3mqb-jumlah-perempuan-wirausaha-capai-16-3-juta-di-2017> diakses pada tanggal 30 juli 2017. 11:02)

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Neneh (2012) dalam “*An exploratory study on entrepreneurial Mindset in the small and medium enterprise (SME) sector: A South African perspective on fostering small and medium enterprise (SME) success*” menemukan bahwa rendahnya tingkat pola pikir kewirausahaan di Afrika Selatan. Pengurangan ini menyebabkan terbangunnya fakta bahwa kurangnya pola pikir kewirausahaan berkontribusi terhadap tingkat kegagalan UKM yang tinggi di Afrika Selatan. Pengamatan lebih lanjut pada penelitian ini juga menetapkan bahwa wirausahawan dengan pola pikir kewirausahaan tampil lebih baik dalam faktor-faktor tertentu (kreativitas, kecenderungan mengambil risiko, pola pikir pertumbuhan dll) yang dianggap penting untuk kesuksesan bisnis.

Doye dan Bwisa (2015) dalam “*The relationship between entrepreneurial behavior and performance of camel rearing enterprises in turkana county, kenya*” menemukan bahwa faktor kontekstual berpotensi membentuk perilaku kewirausahaan dan bahwa dimensi perilaku kewirausahaan tertentu dan faktor kontekstual dikaitkan dengan kinerja kewirausahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kinerja potensial dimungkinkan melalui perilaku individu yang terkait dengan perilaku kewirausahaan. Oleh karena itu jelas bahwa laki-laki lebih berwirausaha daripada perempuan. Wanita sedikit berbisnis karena budaya dan peran mereka di masyarakat.

Saputri dan Himam (2015) dalam “*Mindset wanita pengusaha sukses*” menemukan bahwa usaha yang digeluti wanita pengusaha dimulai dari keinginan. Keinginan tersebut kemudian diwujudkan dalam kegiatan usaha. Berproses menjalani kegiatan usaha, faktor-faktor eksternal sangat berperan penting dalam membantu wanita pengusaha menciptakan struktur internal *Mindset* wirausaha. *Mindset* tersebut diwujudkan dalam perilaku dan berperan sebagai strategi yang tepat untuk mencapai kesuksesan. *Mindset* tersebut terdiri dari empat dimensi: (1) interpendensi (2) spiritual (3) diferensiasi (4) *learning*. Kesuksesan yang dimaksud oleh wanita pengusaha adalah kebahagiaan, dapat membahagiakan diri sendiri dan orang lain.

Mathisen dan Arnulf (2014) dalam “*Entrepreneurial Mindset: theoretical foundations and empirical properties of a Mindset scale*” menemukan bahwa pola pikir yang menguraikan terdahulu diterapkan dalam pola pikir. Akhirnya, pola pikir kompulsif tentang aktivitas kewirausahaan dimediasi oleh pola pikir implemental. Kami berpendapat bahwa kompulsif adalah bagian dari kesan pengusaha yang menonjol terhadap orang lain, dan ini disebabkan oleh pola pikir dan bukan kepribadian. Analisis diskriminan dengan lima besar faktor kepribadian mendukung hal ini karena neurotisme tidak berkorelasi dengan kewarwaan kewiraswastaan. Ciri lainnya terkait dengan pola pikir dengan cara yang diperkirakan oleh penelitian kontemporer.

Lumpkin dan Dess (2001) dalam *Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: the moderating role of environment and industry life cycle*” menemukan bahwa dua pendekatan yang berbeda terhadap pengambilan keputusan kewirausahaan mungkin memiliki efek yang berbeda terhadap kinerja perusahaan. Perbedaan tersebut terutama terlihat pada bagaimana perusahaan berhubungan dengan lingkungan eksternal mereka. Proaktif -sebuah respons terhadap peluang- adalah mode yang tepat bagi perusahaan di lingkungan dinamis atau dalam industri tahap pertumbuhan dimana kondisinya cepat berubah dan peluang untuk kemajuan sangat banyak. Tapi lingkungan seperti itu mungkin tidak menyukai jenis sikap agresif yang khas dari agresivitas kompetitif. Perusahaan di lingkungan yang tidak bersahabat, atau industri yang matang dimana persaingan untuk pelanggan dan sumber daya sangat kuat, lebih cenderung mendapatkan keuntungan dari agresivitas kompetitif - respons terhadap ancaman. Implikasi lebih lanjut dari penelitian ini adalah bahwa dimensi orientasi kewiraswastaan, yang sering dianggap berhubungan positif dengan kinerja dalam semua kondisi, mungkin tidak selalu dikaitkan dengan hasil yang berhasil.

Lahindah dan Manurung (2015) dalam *“The influence of entrepreneurial Mindset towards product innovation: (case study on Mom’s Bakery in Bandung)”* menemukan bahwa faktor-faktor yang menjadi variabel pola pikir kewirausahaan dapat diidentifikasi dengan jelas dari responden. Namun, responden menyimpulkan bahwa sebelum pola pikir kewirausahaan muncul, dapat diketahui faktor pemicu yang dihadapi langsung oleh responden. Demikian pula, pola pikir kewirausahaan belum sepenuhnya dilaksanakan dengan baik. Responden menyadari bahwa "dorongan" atau dorongan khusus atau gairah harus dimiliki untuk membuat semua pemikiran dalam pola pikir mereka menjadi kenyataan.

Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran bagaimana *Mindset* seorang wanita pengusaha, yang nantinya diwujudkan menjadi perilakunya dalam menjalani bisnis, terutama pada industri jasa boga.

B. Landasan Teori

A. Women Entrepreneur

Pengusaha wanita dapat didefinisikan sebagai wanita atau sekelompok wanita yang memulai, mengatur dan mengoperasikan perusahaan bisnis (Singh & Raina, 2013). Singh dan Raina (2013) kemudian mengkategorikan wanita pengusaha didasarkan pada bagaimana bisnis mereka dimulai, atau apa alasan utama mereka atau motivasi untuk membuka bisnis mereka sendiri yakni "*Change*", "*Forced*" dan "*Created*"

- a) *Change Entrepreneur* adalah mereka yang memulai bisnis tanpa tujuan atau rencana yang jelas. Bisnis mereka mungkin berevolusi dari hobi ke perusahaan ekonomi dari waktu ke waktu.

- b) *Forced Entrepreneur* adalah mereka yang dipaksa oleh keadaan (misalnya, kematian pasangan, keluarga yang menghadapi kesulitan keuangan) untuk memulai bisnis. Motivasi utama mereka cenderung bersifat finansial.
- c) *Created Entrepreneur* adalah mereka yang "berada, termotivasi, didorong dan dikembangkan melalui, misalnya, program pengembangan kewiraswastaan.

B. *Entrepreneurial Mindset*

Menurut McGrath & MacMillan (2000) *entrepreneurial Mindset* adalah kerangka berpikir seseorang yang berorientasikan entrepreneur, lebih memilih untuk menjalani ketidakpastian daripada menghindari, melihat segala sesuatu lebih sederhana daripada orang lain yang melihatnya secara kompleks, mau belajar sesuatu yang datang dari pengambilan resiko. Pengertian ini tidak jauh berbeda dengan pendapat lain yang dikemukakan oleh Dhliwayo dan Vuuren (2007). Menurut mereka pola pikir kewirausahaan adalah tentang kreatifitas, inovasi dan peluang yang mengarah pada penciptaan dan kesuksesan kekayaan organisasi dan pola pikir semacam ini memungkinkan pengusaha membuat keputusan yang realistis saat menghadapi ketidakpastian.

Mindset terdiri dari 2 suku kata, yaitu '*mind*' dan '*set*'. '*Mind*' sendiri merupakan kata dari bahasa Inggris yang memiliki arti 'pikiran'. Sedangkan kata '*set*' dalam *Mindset* secara tegas menunjukkan sebuah kata kerja yang menggambarkan bagaimana seseorang secara perceptual dipersiapkan atau ditetapkan untuk mendeteksi dan menanggapi situasi tertentu (Cohen-Kdoshay dan Meiran, 2007).

Dweck (1999; 2000) mengembangkan dua teori kecerdasan diri. Dia menyatakan bahwa individu memegang teori kecerdasan entitas, yang dikenal sebagai pola pikir tetap atau teori inkremental kecerdasan, yang dikenal sebagai *Mindset* berkembang. Individu dengan keyakinan pola pikir tetap bahwa kecerdasan, kemampuan, bakat, dan atribut seseorang bersifat permanen dan tidak berubah. Johnson (2009) juga menambahi bahwa individu dengan pola pikir tetap, yang memiliki kepercayaan diri rendah, cenderung menerapkan sasaran kinerja rendah, yang pada gilirannya menyebabkan mereka merespons dengan cara karakteristik tak berdaya - pola perilaku, pemikiran, dan perasaan khas, ketika dihadapkan pada tantangan. Individu dengan *Mindset* berkembang, di sisi lain percaya bahwa kemampuan dan kesuksesan seseorang karena belajar, bahwa kecerdasan dapat tumbuh dan berubah dengan usaha dan percaya untuk mencoba pendekatan lain atau mencari pertolongan ketika menghadapi kesulitan dan cenderung untuk mengadopsi tujuan pembelajaran (Neneh, 2012)

Menurut McGrath & MacMillan (2000) terdapat lima karakteristik *entrepreneurial Mindset*:

- 1) Mereka dengan penuh semangat mencari peluang baru

- 2) Mereka mengejar peluang dengan disiplin yang sangat besar
- 3) Mereka hanya mengejar peluang terbaik
- 4) Mereka fokus pada eksekusi
- 5) Mereka melibatkan energi setiap orang di domain mereka.

C. *Entrepreneurial Orientation*

Entrepreneurial orientation (EO) adalah sebuah konsep yang berawal dari Miller (1983) yang terdiri dari tiga dimensi, yaitu *innovativeness*, *proactiveness* dan *risk taking*, yang kemudian dipopulerkan oleh Covin dan Slevin (1989) melalui konsep mereka *entrepreneurial strategic posture* (ESP) (Koe, 2016). Beberapa tahun setelahnya, Lumpkin dan Dess (1996) mengusulkan model EO menjadi lima dimensi yaitu *autonomy*, *innovativeness*, *proactiveness*, *risk taking*, dan *competitive aggressiveness*.

EO dapat dipandang sebagai proses pembuatan strategi kewirausahaan yang digunakan pengambil keputusan utama untuk memberlakukan tujuan organisasi perusahaan mereka, mempertahankan visinya, dan menciptakan keunggulan kompetitif (Rauch dkk, 2009). Lechner dan Gudmundsson (2014) juga memastikan bahwa orientasi kewiraswastaan secara positif mempengaruhi kinerja perusahaan kecil dan menengah dengan mendukung pengembangan strategi diferensiasi (Fuentes-Fuentes dkk, 2015).

Lumpkin dan Dess (1996) berpendapat bahwa bagi perusahaan untuk memiliki EO yang sesungguhnya, mereka cenderung juga menunjukkan tingkat agresivitas kompetitif yang signifikan. Artinya, ia mengenali adanya persaingan dan berusaha bertindak untuk mempertahankan atau memperbaiki posisinya yang relatif (Krueger & Sussan, 2017). Selain itu, perilaku yang mereka tunjukkan sesuai dengan salah satu variabel manifestasi perilaku kewirausahaan yakni pertumbuhan (Wiklund, 1998)

D. *Entrepreneurial Behavior*

Perilaku wirausaha didasarkan pada seperangkat nilai (kepercayaan) dan kebutuhan tertentu yang memberi individu motivasi intrinsik dan penentuan nasib sendiri untuk terlibat dalam perilaku kewirausahaan (Kirkley, 2016). Perilaku wirausaha terdiri dari aspek perilaku seorang entrepreneur seperti bersikap proaktif, kompetitif, inovatif, mengambil risiko, dan mandiri (Doye & Bwisa, 2015)

Dengan mengacu pada definisi perilaku kewirausahaan yang disarankan di tempat lain (Davidsson, 1989; Gartner, 1993; Lumpkin & Dess, 1996; Miller, 1983), lima jenis variabel dianggap manifestasi perilaku kewirausahaan. Tiga kelompok variabel pertama berhubungan dengan perilaku yang sesuai dengan tiga dimensi orientasi kewirausahaan, yaitu perilaku berisiko, proaktif dan inovatif. Kelompok keempat risau dengan berdirinya organisasi baru, yaitu start up anak perusahaan atau perusahaan independen tambahan. Kelompok kelima adalah pertumbuhan. Bersama-sama, kelima dimensi ini menangkap berbagai perilaku yang umumnya dianggap kewiraswastaan (Wiklund, 1998)

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif/ kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi (Sugiono, 2015)

B. Narasumber Penelitian

Narasumber dalam penelitian ini ada 10 wanita pengusaha jasa boga di Yogyakarta. Diantaranya adalah Dede Destryana, Maylan Merlina, Kurnia Chandra Rahaviana, Herlya Mariza Dyah Pratama, Dinandre Donna, Wuri Sayekti Handayani, Ajeng Maratus Sholihah, Septi Kurnia Prastiwi, Ismawati Retno dan Atika.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiono, 2015). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara.

D. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrument penelitian adalah peneliti sendiri. Oleh karena itu peneliti sebagai instrument juga harus “divalidasi” seberapa jauh peneliti kualitatif siap melakukan penelitian yang selanjutnya terjun ke lapangan (Sugiono, 2015).

Adapun permasalahan yang akan diteliti di sini adalah (1) latar belakang membuat, bisnis (2) motivasi menjalankan bisnis, (3) Apakah pernah berpikir untuk menjadi seorang pengusaha sebelumnya, (4) Kapan dan kenapa berpikir untuk menjadi pengusaha, (5) Alasan memilih bisnis, (6) Apakah pernah berpikir untuk menyerah, (7) Bagaimana memandang pesaing, (8) Kendala yang dihadapi dan cara mengatasinya, (9) Strategi untuk bertahan di pasar.

E. Teknik Analisis Data

Ketika peneliti melakukan interview, peneliti harus sudah melakukan analisis terhadap jawaban reponden tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan model Milles dan Huberman (Satori dan Komariah, 2014) aktivitas analisis data Milles and Huberman terdiri atas: *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification* yang dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya mencapai jenuh.

F. Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif, uji keabsahan menggunakan uji kredibilitas dan transferability. Dalam uji kredibilitas, penelitian ini menggunakan triangulasi waktu. Dalam penelitian kualitatif, yang dicari adalah kalimat yang dikeluarkan oleh sumber. Maka tidak menutup kemungkinan bahwa apa yang dikatakan tidak sesuai dengan apa yang terjadi dalam kenyataannya (Satori dan Komariah, 2014).

HASIL

A. Alasan berbisnis

Ada berbagai alasan yang melandasi seseorang untuk mengambil suatu keputusan. Begitu pula dengan keputusan untuk terjun ke dunia bisnis. Tidak peduli besar kecilnya suatu usaha yang dijalankan, seorang pengusaha pasti memiliki alasan yang menjadi titik awal perjalanannya. Bahkan seorang wanitapun memiliki alasannya untuk menekuni suatu usaha. Dan alasan para wanita akhirnya memilih untuk terjun ke dunia kuliner diantaranya adalah karena hobi, peluang, *passion*, kemampuan dan ketertarikan/minat.

Alasan berbisnis kuliner	Responden
Hobi	3
Kemampuan	1
Tertarik	1
<i>Passion</i>	1
Peluang	4

“Kerja di rumah, ya apa ya? Pertama saya hobi masak, sebelum usaha catering suka coba-coba resep masakan. Semua masakan bisa sih saya, ya dari coba-coba awalnya.” (Donna, 13/10/17, 16:20)

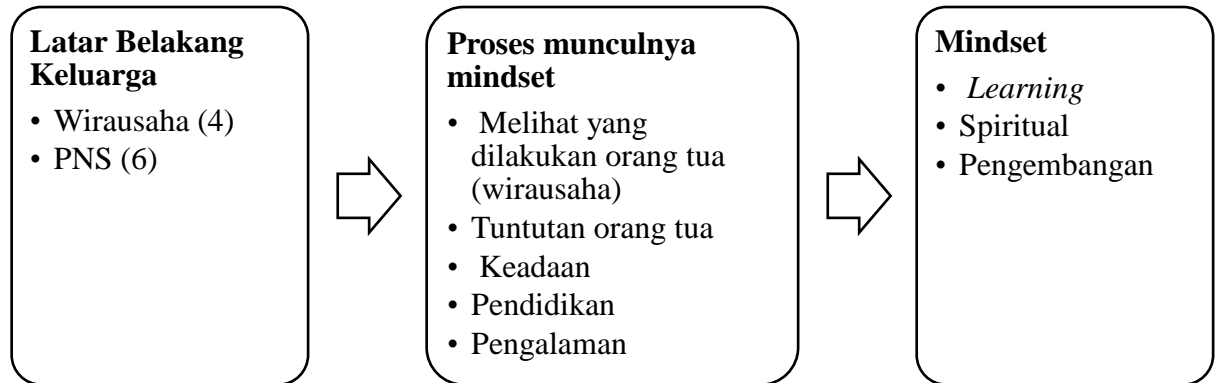
“Kalau merintisnya dari saya SMA mungkin ya. SMA itu dulu kan sering di organisasi, terus ceritanya itu kebanyakan jadi sie konsumsi to mba. Terus karena ibu saya kalau masak enak kan, terus ya kenapa nggak dihandle sendiri gitu lho. Lama” (Septi, 17/10/17, 20:10)

“Itu dari suami dulu. Gimana, kamu pengennya apa. kalau nikah kamu nggak usah kerja. Kerjanya di rumah aja, gitu. kamu mau usaha apa? duh, apa ya? Aku juga cuma bisa, sekarang yang tak kuasai cuma masak. kalau jadi guru kan dia nggak pengen. Pengennya saya jadi ibu rumah tangga aja yang di rumah punya usaha, lha apa gitu. ya udahlah, karena aku seneng masak, ya udah ini ajalah, catering” (Chandra, 14/10/17, 11:00)

“Soalnya minat sih mba, seneng. Awalnya sih nggak suka. Dulu waktu masih muda malah nggak seneng. Disuruh belanja ke pasar aja males banget. Liat-liat resep kok kayanya menarik, terus dicoba kok, kalau nyoba berhasil itu jadi

seneng itu lho mba, jadi tertarik nyoba ke yang lain. dari situ sih mba jadi seneng” (Wuri, 17/10/17, 13:45)

B. *Mindset* Kewirausahaan

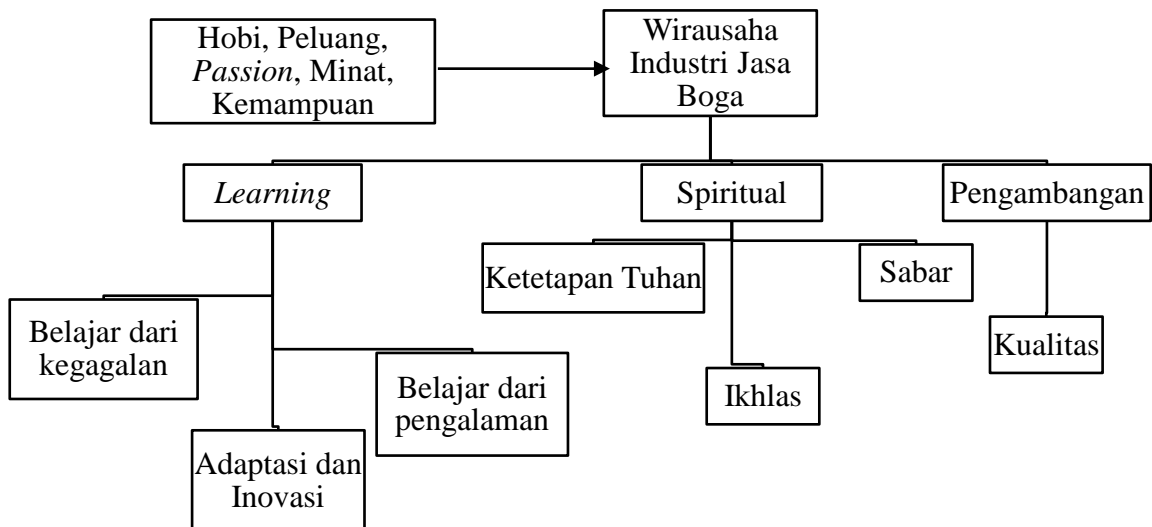


Mindset kewirausahaan bisa tumbuh dengan berbagai proses. Yang paling dominan adalah pihak keluarga. Sang anak yang memiliki latar belakang keluarga wirausaha cenderung memiliki jiwa kewirausahaan, namun, proses yang dilalui setiap orang tetaplah berbeda. Ismawati berasal dari keluarga yang berwirausaha, dan sang orang tua menuntutnya untuk bisa menjadi seorang yang kreatif dan inovatif. Tuntutan keluarga seolah menjadi pupuk untuk menyuburkan jiwa kewirausahaan Ismawati. Namun berbeda dengan Dede. Meskipun terlahir di keluarga wirausaha, orang tua Dede justru mendorongnya untuk masuk ke dunia politik. Namun, Dede telah melihat semuanya, keluarganya yang baik-baik saja saat berbisnis, bagaimana dengan ibunya yang menjalankan bisnis dan yang lainnya. Apa yang telah Dede lihat memberikan kekuatan tersendiri bagi Dede untuk mengukuhkan keputusannya dalam berbisnis. Selain keluarga, pendidikan juga memiliki pengaruh terhadap perkembangan *Mindset* seseorang. Septi memang terlahir di keluarga PNS. Dan dia juga seorang PNS. Namun, apa yang ia pelajari selama kuliah di fakultas ekonomi memberikan efek yang cukup besar pada dirinya, terutama dalam berbisnis. Sama halnya dengan pendidikan, *Mindset* kewirausahaan dan jiwa berbisnis juga bisa berkembang karena faktor keadaan. Kondisi di lapangan yang tidak sesuai dengan ekspektasi telah memberikan sinyal informasi kepada Chandra. Dan informasi inilah yang menggugah bangkitnya jiwa kewirausahaan Chandra. Namun, tidak semua orang yang menjalankan bisnis memiliki *Mindset* kewirausahaan.

Dalam penelitian ini, Ditemukan juga bahwa pemilik bisnis yang masih dalam usia bisnis satu tahun cenderung menjalankan bisnisnya begitu saja, mengalir begitu saja. Wuri dan Atika misalnya, meskipun mereka sebelumnya pernah berkecimpung dalam dunia kuliner, namun saat menjalani bisnisnya sendiri, mereka tidak banyak memusingkan sesuatu. Anak menjadi alasan terkuat mereka atas kurang seriusnya mereka dalam menjalani bisnis. Sedangkan Herlya, jasa boga adalah bisnis pertamanya, salah satu impiannya. Namun, tidak banyak yang Herlya lakukan untuk mengupayakan bisnisnya. Dia cenderung santai dan berjalan apa adanya dengan dalih masih dalam tahap merintis usaha.

C. Mindset dan Perilaku Kewirausahaan

Mindset adalah apa yang tertanam dalam pikiran seseorang. Dan perilaku merupakan tindak lanjut yang dilakukan berdasarkan pola pikir atau mindset seseorang. Antara Mindset dan perilaku terdapat korelasi yang begitu kuat, karena mereka adalah dua hal yang berkesinambungan atau kontinyu.



Gambar 1: Mindset dan Perilaku Kewirausahaan

Sebagai seorang pengusaha yang baik, belajar adalah hal yang penting. Belajar bisa didapatkan dimana saja, diantaranya adalah belajar dari sebuah kegagalan. Kegagalan bukanlah suatu hal yang memalukan, justru itu adalah sebuah kejadian yang harus diambil pelajarannya agar kegagalan tidak kembali terulang. Ajeng dan Donna misalnya, ketika mengdapi suatu kegagalan, mereka berusaha untung mengevaluasinya dan berusaha agar kesalahan tersebut tidak lagi terulang. Ajeng malah berani memberikan kompensasi kepada konsumennya apabila konsumen merasa di rugikan oleh dirinya.

“Saya sampai hari ini Alhamdulillah nggak sampai hati kalau ada kesalahan di kami baik itu pengantaran telat, itu jelas nggak disengaja ya mba pengantaran telat, mau gimana lagi. Mau jalanan ramai atau gimana. Sedangkan konsumen kan beda-beda. Ya Alhamdulillah sampai saat ini kalau ada kesalahan di saya gitu saya berani mengeluarkan biaya ganti rugilah berapa persen gitu, nggak apa-apa. asalkan ibunya juga ikhlah memaafkan saya. itu sih yang gagal produksi. Tapi Alhamdulillah ya udah tertanganilah dengan saya ngasih persenan.” (Ajeng, 9/12/17, 17:00)

Selain itu, seseorang juga bisa belajar dari pengalaman. Sebagaimana yang dikatakan oleh sebuah pepatah “pengalaman adalah guru yang berharga”, seseorang bisa berkembang melalui pengalaman-pengalaman yang telah dialaminya sendiri ataupun pengalaman milik orang lain dan diambil pelajarannya. Dede contohnya, hidup di keluarga wirausaha membuat Dede terbiasa dengan semua gerak-gerik orang tuanya dalam menjalankan bisnis keluarga mereka, dan Dedepun mengaplikasikan apa yang dilihatnya untuk menjalankan bisnisnya. Sedangkan Atika, dia meminta pendapat konsumennya untuk memberikan kritik atau saran terkait masakan dan pelayanannya untuk dapat memperbaiki bisnisnya agar lebih baik lagi.

“Dari dulu saya nggak suka banget kerjasama. Karena beberapa kali usaha dari awal kuliah selalu hancur menurut saya ketika kerjasama. Jadi saya lebih senengnya kerjasamanya lebih ke kamu kerja di aku aja deh bantuin aku, daripada kamu menanam modal di aku kita bareng-bareng jalan. Soalnya di kerjaan masing-masing ngerasa capek, yang capek siapa yang dapet siapa gitu suka nggak adil. Temen saya aja dulu 2012 dia usaha catering 1 tahun jatuh. Itu kenapa? Karena kebanyakan orang. Yang naroh saham kebanyakan, yang bantuin juga kebanyakan. Kalau saya kan bilang ke temen saya kamu bantuin. Kalau temen saya dia lebih ke ya udah kita kerja sama. Meskipun dia nggak naruh saham, tapi kan posisinya sama ya. Kalau saya nggak mau. (Dede, 14/11/17, 16:00)

“Kalau saya emang customer sih. Kan karena udah punya customer ya udah, kita jagalah kepercayaan customer kita. Kita ya tingkatkan kualitasnya. Jadi kalau aku sistemnya kalau dia udah abis langganan, nanti kita tanyain, ada kritik saran nggak buat diet catering kami? Kalau ada kritik, saran ya nanti kita perbaiki, dikoreksi. Jadi kita tetep pertahanin kualitasnya. Misalnya mba makanannya terlalu asin buat aku. Nanti kita perbaiki. Kalau ada yang bilang mba kok ini agak telat? Ya udah nanti kita atur waktunya dia lebih didahulukan, gitu.” (Atika, 12/11/17, 16:00)

Tabel 1: Mindset dan Perilaku Kewirausahaan

Mindset	Perilaku	Keterangan
<i>Learning</i>	Belajar dari kegagalan	Menerima complain dan lebih teliti dalam menjalankan bisnis agar tidak mengulangi kesalahan sebelumnya. Tidak segan juga untuk memberikan kompensasi berupa uang atau bonus makanan kepada

		pelanggan yang merasa dirugikan.
	Adaptasi dan Inovasi	Berusaha untuk beradaptasi dengan lingkungan bisnis dan ikut berkembang mengikuti pergeseran selera
	Belajar dari pengalaman orang lain	Sangat berhati-hati dalam menerima pesanan untuk menghindari penipuan.
Spiritual	Rizki telah diatur Tuhan	Berusaha untuk bersaing secara sehat dengan kompetitor yang lain
		Santai dalam memandang kompetitor. Tidak terlalu memikirkan kompetitor karena rizki telah dijamin dan tidak akan pernah tertukar
	Ikhlas	Menjalani bisnis dengan ikhlas tanpa banyak mengeluh dan tidak terlalu memikirkan keuntungan semata
	Sabar	Tetap tenang dan sabar dalam menghadapi permintaan konsumen yang bermacam-macam dan complain yang dilayangkan oleh konsumen
Pengembangan	Mengutamakan kualitas dan pelayanan	Tidak menerima terlalu banyak pesanan dari semua konsumen agar tetap bisa menjaga kualitas produk. Dalam jangka panjang dapat mengikat kerjasama yang

		baik dengan pihak lain.
--	--	-------------------------

Selain belajar dari kegagalan dan pengalaman, seorang pengusaha yang baik juga harus bisa beradaptasi dengan lingkungan bisnis. Adaptasi adalah sebuah proses belajar dimana seseorang harus bisa membiasakan diri dengan lingkungan yang baru. Dan agar tidak tertinggal, seorang pengusaha juga harus bisa melakukan inovasi. Ismawati telah menjalankan bisnisnya selama 23 tahun. Dan selama kurun waktu tersebut Ismawati berusaha untuk beradaptasi dengan lingkungan bisnis yang berubah-ubah dan terus melakukan inovasi agar bisnisnya bisa tetap bertahan hingga saat ini.

“Kalau orang jualan catering kan pertama dari menu ya. Dari apa yang kita jual itu kan pasti lain. kalau sekarang harus update dengan menu-menu sekarang, kalau dulu kan menu pada tahun itu apa, berikutnya juga tren menunya apa. jadi memang pengusaha itu harus mengikuti perkembangan terkini. Kalau nggak dia akan terlindas oleh jaman kan. Begitu juga usaha catering kan pasti seperti itu. mau nggak mau kita harus mengikuti, mau nggak mau kita harus update. Jaman dulu kita nggak punya website ya sekarang kita harus punya website. Dulu komunikasinya masih telpon rumah, sekarang handphone dan sosial media harus mudah dihubungi dengan berbagai saluran yang sekarang digunakan oleh semua orang. seperti itu saja. Mengikuti perkembangannya yang jelas, yang pasti harus diikuti” (Ismawati, 9/11/17, 20:00)

Di sisi lain, tingkat spiritual juga dimiliki oleh seorang pengusaha. Sisi spiritual inilah yang memberikan pengaruh baik langsung ataupun tidak langsung dalam tindak tanduk seorang pengusaha. Sebagai seorang pengusaha yang juga seorang muslim, para narasumber memegang teguh kepercayaan bahwa rizki adalah ketetapan dari Tuhan dan tidak akan pernah tertukan dengan milik orang lain. Sehingga mereka cenderung lebih santai dalam menjalankan bisnisnya. Sebagian narasumber sampai tidak terlalu ambil pusing dalam masalah menghadapi competitor. Karena bagi mereka competitor adalah orang yang sama-sama mencari rizki dan mereka memiliki rizkinya sendiri. Sedangkan sebagian yang lain, meskipun mereka menyadari adanya competitor, mereka hanya menganggap competitor sebagai motivasi agar bisa terus berkembang, selain itu bagi mereka competitor juga sebagai acuan penialaian atau evaluasi untuk bisnisnya.

“Pesaing? Motivasi buat saya. saya nggak pernah menganggap itu saingan ya mba. ya karena orang usahanya sama, itu kan rejekinya sudah diatur sama Allah. Jadi saya nggak pernah nganggep..Jadi menurut saya saling melengkapi. Menurut saya memberikan warna di dunia perkulineran. Kan punya ciri khas masing-masing” (Herlyana, 11/11/17, 13:00)

“Namanya Allah itu memberi rejeki pasti sudah diatur. Nek aku gitu. rejeki itu sudah diatur. Oh, aku nggak dapet, berarti itu belum rejekiku. Jadi santai wae lho. Ketika kita santai mensikapi, kita nggak ada tegang kepalanya. Tapi ketika

ada proyek ini, kok yang dapet dia ya, terus atine mangkel itu malah rejekine semakin jauh. Mungkin aku terlalu santai ya usaha.” (Ismawati, 9/11/17, 20:00)

Sebagai seorang pengusaha sudah pasti memikirkan bagaimana bisnisnya bisa berkembang. Namun, bagaimana seorang pengusaha mengambil langkah untuk mengembangkan bisnisnya inilah yang tidak sama satu sama lain. Dalam penelitian ini ditemukan, secara keseluruhan, narasumber mengembangkan bisnisnya dengan meningkatkan kualitas baik kualitas masakan maupun kualitas pelayanan. Hal ini dilakukan karena menurut mereka, kualitas ini dapat meningkatkan tingkat loyalitas konsumen terhadap bisnis mereka.

“Ya satu, kita menjaga kepercayaan dari konsumen ya mba. kalau kita kan awalnya di catering itu, jadi kualitas, kuantitas, maksudnya jumlah itu jangan sampai kurang, syukur-syukur kita lebihin. Terus pelayanan, terus ketepatan waktu dari segi produk. Kalau dari pasarnya kita segmennya kita memang untuk kalangan menengah ke bawahlah. Harganya juga standarlah, nggak terlalu mahal sekali dari segi harga. Kemudian, kita garap segmen yang ada aja mba.” (Septi, 16/12/17, 17:00)

“Kualitas, service. Itu sih yang utama. Kualitas sama pelayanan. Tepat waktu, itu kan termasuk pelayanan ya. Kualitas, rasanya enak, apalah segala macam kalau berhubungan sama catering. Itu sih yang terpenting menurutku.” (Maylan, 14/11/17, 14:20)

PEMBAHASAN

A. Alasan Berbisnis

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa hanya kategori pertama dari ketiga kategori Sighn dan Raina (2003) yang sesuai, yakni *change entrepreneur*. Seorang wanita yang memulai bisnis jasa boganya karena memiliki hobi memasak dan kecintaan pada dunia kuliner. *Passion* juga menjadi alasan seorang wanita pengusaha memutuskan untuk membuka usaha di bidang yang memang merupakan *passion*nya. Namun, tidak semua orang seperti itu. Penelitian ini menemukan bahwa meskipun seorang wanita tidak memiliki *skill* yang baik dalam memasak atau mengolah makanan, wanita pengusaha juga bisa membuka usaha karena melihat peluang yang begitu besar di depan matanya untuk suatu industri.

Selain hobi, *passion* dan peluang, wanita pengusaha juga bisa membuka usahanya karena memiliki minat atau ketertarikan di bidang tersebut. Untuk kategori ini, seseorang wanita pengusaha memulai semuanya benar-benar dari nol, dalam artian meski pada awalnya dia tidak memiliki kemampuan dalam bidang memasak, dia memiliki keinginan yang membuatnya mau belajar untuk memasak agar dia bisa memberikan yang terbaik untuk konsumennya. Seorang wanita pengusaha juga bisa membangun bisnis berdasarkan kemampuan yang dimilikinya.

B. *Mindset dan Perilaku Kewirausahaan*

Entrepreneurial Mindset atau pola pikir kewirausahaan memegang kunci penting dalam menjalankan bisnis. McGrath & MacMillan (2000) mendefinisikan *entrepreneurial Mindset* sebagai kerangka berpikir seseorang yang berorientasikan entrepreneur, lebih memilih untuk menjalani ketidakpastian daripada menghindari, melihat segala sesuatu lebih sederhana daripada orang lain yang melihatnya secara kompleks dan mau belajar sesuatu yang datangnya dari pengambilan resiko. Namun, dalam menjalankan bisnis, setiap orang memiliki pola pikirnya masing-masing. Penelitian ini menemukan bahwa secara garis besar *Mindset* atau pola pikir kewirausahaan yang dimiliki oleh wanita pengusaha industri jasa boga dikelompokkan menjadi 3 yakni, *learning*, spiritualitas dan pengembangan.

Konsep *Mindset learning* ini sesuai dengan definisi yang dipaparkan oleh McGrath & MacMillan (2000). Sebagai seorang pengusaha, belajar adalah hal yang penting. Meskipun bisnis yang telah dilakoninya terlihat berjalan dengan baik, namun proses belajar haruslah terus berlanjut, karena *learning* ini yang membuat sebuah usaha bisa tetap berdiri dan tidak habis tergerus oleh waktu. Para wanita pengusaha jasa boga tetap belajar dan terus belajar agar dapat memberikan yang terbaik untuk konsumennya. Dari *Mindset* ini para wanita pengusaha mewujudkannya dalam perilakunya. Sebagaimana yang dikatakan oleh Kirkley (2016) perilaku wirausaha didasarkan pada seperangkat nilai (kepercayaan) dan kebutuhan tertentu yang memberi individu motivasi intrinsik dan penentuan nasib sendiri untuk terlibat dalam perilaku kewirausahaan.

Dalam konsep *Mindset learning*, para wanita pengusaha belajar dari kegagalan mereka. Kegagalan membuat mereka lebih teliti lagi dalam menjalankan bisnisnya agar kegagalan tersebut tidak lagi terulang. Selain itu, para wanita pengusaha juga belajar dari pengalaman, entah pengalaman pribadi atau dari pengalaman orang lain. Hal ini dimaksudkan agar dalam menjalankan bisnis, wanita pengusaha bisa lebih berhati-hati dalam bertindak dan mengambil keputusan. Dan yang terakhir adalah adaptasi dan inovasi. Sebagai seorang pengusaha adaptasi adalah hal yang penting, karena dunia bisnis terus berkembang dan selera konsumenpun ikut bergeser. Setelah beradaptasi dengan lingkungan bisnis, maka wanita pengusaha melakukan inovasi. Inovasi ini dimaksudkan agar wanita pengusaha bisa memberikan apa yang diinginkan konsumen sesuai dengan perkembangan yang ada. Perilaku ini juga sesuai dengan tiga dari lima konsep manifestasi perilaku kewirausahaan yang sesuai dengan tiga dimensi orientasi kewirausahaan (Wiklund, 1998). Tiga dimensi orientasi kewirausahaan tersebut adalah konsep yang digagas oleh Miller (1983) yang terdiri dari tiga dimensi, yaitu *innovativeness*, *proactiveness* dan *risk taking*, yang kemudian dipopulerkan oleh Covin dan Slevin (1989) melalui konsep mereka *entrepreneurial strategic posture* (ESP) (Koe, 2016). Selain itu, temuan ini juga sesuai dengan teori yang dipaparkan oleh Dhliwayo dan Vuuren (2007) bahwa pola pikir kewirausahaan adalah tentang kreatifitas, inovasi dan peluang yang mengarah pada penciptaan dan kesuksesan kekayaan organisasi dan pola pikir semacam ini memungkinkan pengusaha membuat keputusan yang realistis saat menghadapi ketidakpastian (Neneh, 2012).

Temuan yang selanjutnya adalah pengembangan. Dalam penelitian ini pengembangan yang dimaksud adalah strategi untuk mengembangkan bisnis jasa boga.

Apabila ingin mengembangkan suatu usaha strategi pengembangan sangatlah diperlukan. Strategi yang dilakukan oleh para pengusaha wanita adalah dengan meningkatkan kualitas, baik dari sisi rasa maupu pelayanan. Para wanita pengusaha menyadari bahwa persaingan memanglah ada, dan meskipun cenderung tidak ingin terlalu ambil pusing, mereka tetap harus menonjolkan sesuatu dalam bisnisnya agar orang mau memilih mereka. Para wanita pengusaha berpikir secara simpel mengenai strategi ini. Menurut mereka, hal yang terpenting dalam menjalankan bisnis kuliner ada rasa, karena ini adalah tentang makanan. Selain itu, kualitas pelayanan juga sangat penting. Kolaborasi antara kualitas rasa dan pelayanan akan membuat konsumen lebih loyal terhadap mereka. Hal ini sesuai dengan salah satu dimensi orietasi kewirausahaan milik Miller (1998) yang telah dikembangkan oleh Lumpkin dan Dess (1996) yakni *competitive aggressiveness*. Lumpkin dan Dess (1996) berpendapat bahwa bagi perusahaan untuk memiliki EO yang sesungguhnya, mereka cenderung juga menunjukkan tingkat agresivitas kompetitif yang signifikan. Artinya, ia mengenali adanya persaingan dan berusaha bertindak untuk mempertahankan atau memperbaiki posisinya yang relatif (Krueger & Sussan, 2017). Selain itu, perilaku yang mereka tuntukkan sesuai dengan salah satu variabel manifestasi perilaku kewirausahaan yakni pertumbuhan (Wiklund, 1998)

Temuan yang satunya adalah konsep *Mindset* spiritualitas. Konsep spiritualitas ini tidak terdapat dalam teori-teori yang telah dipaparkan di bab 2. Namun, hasil temuan di lapangan menjelaskan bahwa konsep spiritualitas sangat berpengaruh terhadap anggapan dan perilaku wanita pengusaha. Sisi spiritualitas dalam diri seorang wanita pengusaha membuatnya tidak hanya semata-mata memikirkan keuntungan semata, namun juga kepuasan konsumen agar keuntungan yang didapatkannya bisa menjadi berkah. Selain itu, sisi spiritual ini membuat wanita pengusaha mengubah pandangan mereka tentang pesaing dan persaingan. Bagi mereka, persaingan adalah hal yang biasa terjadi, dan mereka juga sadar betul tentang keberadaan pesaing. Namun, mereka tidak terlalu membebani pikiran mereka untuk mengurus pesaing. Para wanita pengusaha jasa boga ini cenderung lebih memilih meningkatkan kualitas bisnis mereka sendiri agar bisa memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya. Karena mereka juga memegang teguh kepercayaan bahwa Tuhan telah menjamin rizki setiap orang dan rizki tersebut tidak akan pernah tertukar dengan yang lainnya. Maka dari itu, para wanita pengusaha jasa boga cenderung lebih santai dalam menjalankan bisnisnya, karena bagi mereka, sesuatu yang tidak datang pada mereka maka itu bukanlah rizki mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Mindset bisa lahir dari banyak faktor seperti faktor keluarga, keadaan, pendidikan dan pengalaman. Melalui sebuah proses yang panjang, *Mindset* seorang wanita pengusaha jasa boga mulai terbentuk sedikit demi sedikit karena adanya keterbiasaan pada faktor di atas. Secara garis besar, *Mindset* wanita pengusaha jasa boga dapat dikelompokkan menjadi tiga, yakni *learning*, pengembangan dan spiritualitas. *Learning* membuat mereka terus belajar, entah dari kegagalan dan pengalaman. Wanita pengusaha jasa boga juga elajar untuk adaptasi dengan lingkungan bisnis yang terus berubah-ubah dan berusaha untuk menciptakan inovasi agar usahanya tidak tertinggal

oleh perubahan yang ada. Sedangkan pengembangan membuat mereka terus melakukan upaya pengembangan kualitas baik dari segi rasa masakan maupun pelayanan untuk meningkatkan loyalitas konsumen terhadap bisnisnya. Dan yang terakhir adalah spiritualitas. *Mindset* spiritualitas yang muncul dalam diri mereka adalah mereka meyakini bahwa rizki adalah sesuatu yang telah dijamin oleh Tuhan maka mereka berusaha untuk bersaing secara sehat dan lebih santai dalam memandang pesaing. Selain itu, mereka juga ikhlas dengan tidak hanya mengharapkan keuntungan semata, namun juga berusaha mengimbangi apa mereka berikan dengan nominal yang telah dibayarkan oleh konsumen. Mereka juga lebih sabar dalam menghadapi situasi tertentu dan konsumen yang bermacam-macam karakternya.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas, maka inilah saran yang dapat penulis berikan:

1. Bagi Calon Wanita Pengusaha
Jangan pernah takut untuk memulai suatu usaha. Seseorang yang ahli dalam bidang memasak belum tentu dia bisa membuka usaha jasa boga. Begitu pula sebaliknya, seseorang yang tidak bisa memasak belum tentu dia tidak bisa terjun ke dunia kuliner. Semua itu kuncinya dari diri sendiri. Ketika seseorang yakin bahwa dia mampu, jalan akan selalu terbuka lebar.
2. Bagi Wanita Pengusaha Jasa Boga
Menjadi seorang pengusaha haruslah menjadi seorang yang kuat. Posisikan diri di tempat yang tepat. Dalam menjalankan suatu bisnis, agar bisa berkembang haruslah berpikir terus ke depan. Meskipun sudah menjadi kodrat bagi wanita untuk mengurus masalah rumah tangga, namun cobalah untuk tidak mencampurkan antara urusan keluarga dan urusan bisnis. Dan posisikan diri sesuai pada tempatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Basso, O., Fayolle, A., Bouchard, V. (2009). Entrepreneurial Orientation: The Making of a Concept. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovating*, 10(4). 313-321
- Cohen-Kadosh, O. & Meiran, N. (2007). The Representation of Instructions in Working Memory Leads to Autonomous Response Activating: Evidence From The First Trials in The Flanker Paradigm. *The Quarterly Journal of Experimental Psychology*. 0000, 00 (0), 1-15
- Doye, N.C. & Bwisa, M. (2015). The Relationship Between Entrepreneurial Behavior and Performance of Camel Rearing Enterprises in Turkana County, Kenya. *International Journal of Technology Enhancements and Emerging Engineering Research*, Vol 3, Issue 09. 149-157
- Fuentes-Fuentes, M., Bojica, A.M., Ruiz-Arroyo, M. (2015). Entrepreneurial Orientation and Knowledge Acquisition: Effects on Performance in the Specific Context of Women-Owned Firms. *Int Enterp Manag J*, 11:695-717

- Gupta, Visal K. (2015). Construction of Entrepreneurial Orientation: Dispute, Demand, and Dare. *New England Journal of Entrepreneurship*. Vol. 18: No.1, Article 7
- Haynie, J.M., Shepherd, D.A., & Patzelt, H. (2012). Cognitive Adaptability and An Entrepreneurial Task: The Role of Metacognitive Ability and Feedback. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 237-265
- Haynie, J.M., Shepherd, D., Mosakowski, E., & Earley, P.C. (2010). A Situated Metacognitive Model of L the Entrepreneurial *Mindset*. *Journal of Business Venturing* 25 (2010) 217-229
- Hisbuan, M.S.P. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia* Jakarta: Penerbit PT Bumi Aksara.
- Kirkley, W.W. (2016). Entrepreneurial Behavior: The Role of Value. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol. 22 No. 3, Pp. 290-328
- Koe, W. (2016). The Relationship Between Individual Entrepreneurial Orientation (IEO) and Entrepreneurial Intention. *Journal of Global Entrepreneurship Research*. 6:13. 1-11
- Kropp, F., Lindsay, N.J., Shoham, A. (2008). Entrepreneurial Orientation and International Entrepreneurial Business Venture Startup. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research* Vol. 14 No. 2, Pp. 102-117
- Krueger, N., Sussan, F. (2017). Person-Level Entrepreneurial Orientation: Clues to the 'Entrepreneurial *Mindset*'? *International Journal of Business and Globalisation*, Vol. 18, No. 3. 382-395
- Kuratko, D.F., Moris, M.H., & Schindehutte, M. (2015). Understanding the Dynamics of Entrepreneurship Though Framework Approachs. *Small Bus Econ* 45: 1-13
- Lahindah, Laura & Manurung, Siska P. (2015). The Influence of Entrepreneurial *Mindset* Towards Product Innovation: (Case Study On Mom's Bakery In Bandung). *Proceedings 2nd International Conference for Emerging Market – Bali, Januari 22-23*. 76-82
- Lumpkin, G.T., Dess, G.G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance. *Academy Of Management Review*. Vol. 21. No. 1, 135-172
- Lumpkin, G.T., Dess, G.G. (2001). Linking Two Dimensions of Entrepreneurial Orientation to Firm Performance: The Moderating Role of Environment and Industry Life Cycle. *Journal of Business Venturing*, 16, 429-451

- Mathisen, J.E. & Arnulf, J.K. (2014). Entrepreneurial *Mindsets*: Theoretical Foundations and Empirical Properties of a *Mindset* Scale. *The International Journal of Management and Business*, Vol. 5 Issue 1: 81-104
- Mcgrath, R.G. & Macmillan, I. (2000). *The Entrepreneurial Mindset: Strategies for Continuously Creating Opportunity in An Age of Encertainty*. USA: Harvard Business School Press
- Minniti, M. (2009). Gender Issues in Entrepreneurship. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, Vol. 5, Nos. 7–8 (2009) 497–621
- Neneh, N.B. (2012). An Exploratory Study on Entrepreneurial *Mindset* in the Small and Medium Enterprise (SME) Sector: A South African Perspective on Fostering Small and Medium Enterprise (SME) Success. *African Journal of Business Management*, Vol. 6(9), Pp. 3364-3372
- Palma, P.J., Lopes, M., & Cunha, M.P. (2014). Entrepreneurial Behavior. In S.J Lopez (Ed.), *The Encyclopedia of Positive Psychology*, Pp.338-342, Boston: Blackwell Publishing
- Phipps, S.T.A. & Prieto, L.C. (2012). Knowledge is Power? An Inquiry Into Knowledge Management, Its Effects on Individual Creativity, and the Moderating Role of an Entrepreneurial *Mindset*. *Academy of Strategic Management Journal*, Vol. 11, No. 1, 43-57
- Sanchez, V.B. & Sahuquillo, C.A. (2012). Entrepreneurial Behavior: Impact of Motivation Factors on Decision to Create. *Investigaciones Europeas De Direccion Y Economia De La Empresa* 18(2012): 132-138
- Saputri, Rizki K. & Himam, Fathul. (2015). *Mindset* Wanita Sukses. *Jurnal Psikologi*, Vol 42. No. 2, 157-172
- Satori, D., Komariah, A. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Scheepers, M.J. (2008). Entrepreneurial *Mindset* of Information and Communication Technology Firms. *Peer Reviewed Article*, Vol.10(4)
- Singh, Amandeep & Raina, Manish. (2013). Women Entrepreneurs in Micro, Small and Medium Enterprise. *International Journal of Management and Social Research*, Vol. 2
- Sugiono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta

- Susilo, Wilhelmus H. (2014). An Entrepreneurial *Mindset* and Factor's Effect on Entrepreneur's Spirit in Indonesia. *TheSIJ Transactions on Industrial, Financial & Business Management (IFBM)*, Vol. 2. No. 4. 227-232
- Tambunan, T. (2009). Women Entrepreneurs in Indonesia: Their Main Constraints and Reason. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability* , Vol. V. Issue 3, 37-51
- Wales, Willim J. (2015). Entrepreneurial Orientation: A Review and Synthesis of Promising Research Directions. *International Small Business Journal*. Vol. 34(1) 3-15
- Wiklund, J. (1998). *Entrepreneurial Orientation as Predictor of Performance and Entrepreneurial Behaviour in Small Firms—Longitudinal Evidence*, Diperoleh pada 17 September 2017 Di https://Fusionmx.Babson.Edu/Entrep/Fer/Papers98/IX/IX_E/IX_E.Html
- biz.kompas.com/read/2017/05/16/093800628/pemerintah.dorong.pertumbuhan.jumlah.wirusaha.perempuan.di.indonesia diakses pada tanggal 4 agustus 2017. 20:07
- <http://m.metrotvnews.com/ekonomi/mikro/VNxQ3mqb-jumlah-perempuan-wirusaha-capai-16-3-juta-di-2017> diakses pada tanggal 30 juli 2017. 11:02
- regional.kompas.com/read/2017/05/27/05023721/ketika.ratusan.wanita.pengusaha.wanita.di.bandung.melawan.keterbatasan diakses pada tanggal 4 oktober 2017. 19:00