

MODEL KOMPETENSI WIRAUSAHA WANITA

¹Kristiana Dewayani, ²Ursa Majorsy

^{1,2}Fakultas Psikologi, Universitas Gunadarma, Jl. Margonda Raya No. 100 Depok 16431
e-mail: ¹kdeyayani@staff.gunadarma.ac.id, ²myoursy@gmail.com

Abstrak. Penelitian ini mengkaji model kompetensi wirausaha wanita di seputaran Jabodetabek yang mempersepsikan dirinya sukses. Peneliti ini merupakan penelitian awal dengan metode survei yang melibatkan 50 orang responden. Instrumen penelitian meliputi Skala Modal Psikologis, dan Skala Kompetensi Kewirausahaan. Data di analisis dengan metode SEM (Structural Equation Modelling) menggunakan Lisrel 8.7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi wirausaha wanita secara langsung dipengaruhi oleh modal psikologis. Semakin besar modal psikologis wanita, maka kompetensi kewirausahaannya semakin besar pula. Dalam hal ini, kompetensi kewirausahaan yang paling terpengaruh adalah orientasi pada kualitas dan komitmen pada kontrak.

Kata kunci: kompetensi kewirausahaan, modal psikologis, dan SEM

1. Pendahuluan

Saat ini mulai banyak wanita yang berupaya untuk menjadi wirausaha melalui media *online*. Berawal dari ketertarikan untuk menyalurkan hobi hingga untuk membantu kehidupan rumah tangga dilakukan oleh wanita untuk mendapatkan penghasilan tambahan. Walau belanja *online* memiliki berbagai resiko didalam pelaksanaannya, namun hal ini tidak menyurutkan masyarakat untuk mencoba berbagai usaha dalam bentuk belanja *online*. Mulai dari usaha jasa hingga barang keperluan sehari-hari. Berbagai kalangan ikut andil dalam usaha menyemarakkan belanja *online*.

Jika belanja konvensional atau belanja tradisional dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti letak toko dan distribusi produk, kredibilitas toko, kualitas pelayanan, faktor lingkungan toko, pengalaman berbelanja di toko tersebut dan berbagai faktor individual. Belanja *online* dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti website yang informatif, kredibilitas penjual *online*, informasi harga yang dapat diperbandingkan antar penjual, waktu akses, dan keamanan pembayaran serta faktor individual lainnya. Selain itu, menurut Javadi, Dolatabadi, Mojtaba, Amir, & Asadollahi (2012), belanja *online* memiliki resiko finansial maupun delivery.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh modal psikologis, modal sosial, persepsi terhadap kompetensi wanita wirausaha. Perkembangan pemanfaatan internet untuk jual-beli secara *online* sangat pesat, diperlukan ketersediaan sumber daya manusia yang mampu dan kredibel sehingga diharapkan akan meningkatkan kemakmuran masyarakat. Kebutuhan hidup masyarakat kian meningkat, suami dan istri sudah selayaknya saling bahu membahu untuk memenuhi kebutuhan keluarga. Wirausaha secara *online*, merupakan salah satu jalan keluar untuk mengatasi permasalahan tersebut. Oleh karenanya, diperlukan kompetensi untuk berwirausaha secara *online*.

1.1 Kompetensi Kewirausahaan dan Modal Psikologis

Boyatzis (1982) mengatakan bahwa kompetensi kewirausahaan didefinisikan sebagai karakteristik dasar yang dimiliki oleh individu, yang menyebabkan terciptanya

sesuatu yang baru. Kompetensi kewirausahaan yang dimaksud terdiri dari 12 kompetensi yaitu inisiatif, mencari kesempatan, konsisten, komit pada kontrak kerja, fokus pada kualitas dan efisiensi, dapat mengambil resiko, menetapkan tujuan, mencari informasi, merencanakan dan memonitor secara sistematis, melakukan persuasi dan jejaring.

Berbagai penelitian menemukan bahwa dari duabelas kompetensi tersebut ada empat kompetensi utama yaitu mencari informasi, fokus pada kualitas, komit pada kontrak dan persuasi. Oleh karenanya pada penelitian ini, kompetensi kewirausahaan yang akan diteliti meliputi keempat dimensi tersebut.

Modal psikologis atau *psychological capital* merupakan suatu kondisi psikologis yang positif yang ada pada individu, dan memiliki karakteristik (1) memiliki rasa percaya diri (efikasi diri) untuk melakukan usaha yang diperlukan dalam menghadapi tugas-tugas yang menantang; (2) memiliki atribusi positif (optimis) tentang saat ini dan masa yang akan datang; (3) tekun mencapai tujuan dan ketika diperlukan, mengulang kembali apa yang telah dilalui untuk mencapai tujuan sesuai dengan harapan; dan (4) ketika dilanda masalah dan kesulitan, berusaha bertahan dan berusaha tegak kembali (resiliensi) untuk mencapai kesuksesan (Luthans, Youssef, & Avolio, 2007). Sama seperti terminologi kapital yang lain, modal psikologis ini dapat diukur sebagai *ROI (return of investment)* organisasi dan memiliki nilai kompetitif bagi organisasi.

Modal psikologis ini terdiri dari empat kapasitas dasar, dan memiliki kriteria positif, unik, dapat diukur, dapat dikembangkan, dan berkaitan dengan kinerja, yaitu: efikasi diri, harapan, optimis, dan resiliensi (Luthans, Youssef, dan Avolio 2007)

2. Metodologi Penelitian

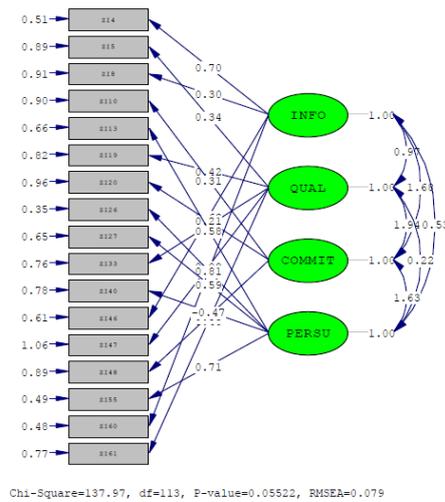
2.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah wanita wirausaha yang tinggal di daerah Jabodetabek. Pada penelitian ini, digunakan metoda pengambilan sampel secara *non probability sampling*. Individu yang digunakan sebagai sampel adalah wanita yang melakukan wirausaha secara *online*.

2.2 Alat Pengumpulan data

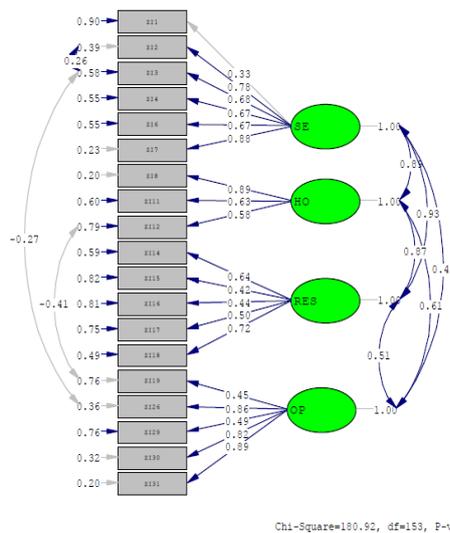
Pada penelitian ini digunakan skala kompetensi kewirausahaan dan skala modal psikologi. Skala kompetensi kewirausahaan diadaptasi dari *Personal Entrepreneurial Competency (PEC) Self-Rating Questionnaire* (Sethi dan Saxena, 2014). Sedangkan skala modal psikologi merupakan adaptasi dari *Psychological Capital Questionnaire* (Luthan, 2008). Kedua skala setelah diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia, item demi item disesuaikan dengan situasi dan kondisi local dan kemudian diuji validitas kostrak dengan metode analisis faktor konfirmatori dengan bantuan program statistik Lisrel 8.7.

Berikut ini gambar hasil uji validitas kontrak skala kompetensi kewirausahaan.



Gambar 1: Hasil uji validitas kontrak skala kompetensi kewirausahaan

Skala kompetensi kewirausahaan setelah di analisis factor konfirmatori menghasilkan kai kai kuadrat sebesar 137,97 dan memiliki derajat kebebasan sebesar 113 serta probabilitas sebesar 0,055.

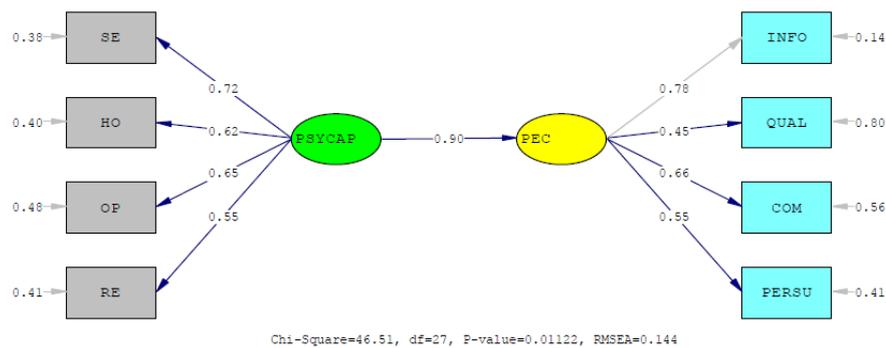


Gambar 2. Hasil uji validitas kontrak skala modal psikologi

Hasil analisis factor konfirmatori skala modal psikologi di atas menunjukkan kai kuadrat sebesar 180,92 dan derajat bebas sebesar 153 serta probabilitas sebesar 0,061 maka dapat dikatakan bahwa kedua skala pengukuran tersebut layak untuk dijadikan sebagai alat pengumpulan data penelitian

3. Hasil dan Pembahasan

Data dianalisis dengan metode persamaan structural dengan bantuan program statistic Lisrel 8.7. hasilnya adalah sebagai berikut:



Gambar 3. Hasil Uji Kesesuaian Model

Data temuan dilapangan dinyatakan fit atau sesuai dengan model konseptual berdasarkan kai kuadrat sebesar 46,51 dengan derajat bebas sebesar 27 dan probabilitas sebesar 0,011. Lebih jauh dapat dikatakan bahwa modal psikologis seorang wanita wirausaha akan menentukan kompetensi kewirausahaan.

Kompetensi wanita wirausaha pada penelitian ini, secara langsung dipengaruhi oleh modal psikologis. Semakin besar modal psikologis wanita, maka kompetensi kewirausahaannya semakin besar pula. Dalam hal ini, kompetensi kewirausahaan yang paling terpengaruh adalah orientasi pada kualitas dan komitmen pada kontrak.

Wanita yang mempersepsikan dirinya memiliki cukup kemampuan, merasa yakin akan potensi dirinya, merasa memiliki harapan bahwa sesuatu akan menjadi lebih baik serta memiliki pandangan optimis dan tahan terhadap kegagalan yang dialaminya, akan memiliki kompetensi sebagai wanita wirausaha. Wanita wirausaha yang berhasil adalah individu yang memiliki harapan pasti akan masa depan serta mampu untuk bangkit ketika dalam kondisi terpuruk.

4. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan pemaparan dan analisa yang telah dilakukan di dalam penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa uji model kompetensi wanita wirausaha untuk saat ini dengan jumlah responden sebanyak 50 orang sampel dinyatakan fit, yang artinya perolehan data dilapangan, untuk sementara ini dinyatakan fit dengan model konseptual.

Model wirausaha wanita tersebut mengindikasikan bahwa seorang wanita wirausaha sukses ditentukan oleh modal psikologis yang dimilikinya, yaitu harapan, resiliensi, efikasi diri dan rasa optimis. Kesuksesan seorang wanita dalam berwirausaha di lihat dari empat hal yaitu perilaku mencari informasi, fokus pada kualitas, komitmen pada kontrak kerjasama atau jual beli yang dibuat dan kemampuan mempengaruhi pelanggan atau persuasi. Seorang wanita wirausaha akan sukses ketika memiliki harapan bahwa hari esok lebih baik dari hari ini, merasa bahwa ada jalan alternatif lain yang dapat di ambil guna mengatasi permasalahan, serta merasa bahwa dirinya memiliki cukup kemampuan dan tidak mudah menyerah.

Temuan ini secara praktis dapat dipergunakan untuk mengembangkan program kewirausahaan baik program secara formal maupun program informal seperti workshop atau pelatihan.

Daftar pustaka

- Aiken, L. R. (1999). *Personality assessment methods and practices* (3rd ed.). Kirkland, MA: Hogrefe & Huber Publishers.
- Cascio, W. F. 2003. Changes in workers, work, and organizations. In W. C. Borman, D. R. Ilgen, & R. J. Klimoski (Eds.), *Handbook of psychology: Industrial and organizational psychology*, Vol. 12: 401-422. New York: JohnWiley.
- Coleman, J.S. (1988). 'Social capital and the creation of human capital', *American Journal of Sociology*, 94, S95-120.
- Cox, Eva. 2005. "In Defence of Social Capital," *Arena Magazine*, April-May.
- Digman, J. M. (1997). Higher-order factors of the Big Five. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 1246–1256.
- Fukuyama, Francis. 2005. "Social Capital and Civic Society", "Social Capital: Trust, Democracy and Development", Tajbakhsh, Kian, Translated by Pooyan, Hasan and Khakbaz, Afshin, Shiraze *Research and Publishing Company: Tehran*.
- Javadi, M. H., Dolatabadi, H. R., Mojtaba, N., Amir, P., & Asadollahi, R. A. (2012). An Analysis of Factors Affecting On *Online Shopping Behavior of Consumers. International Journal of Marketing Studies* , 4 (5), 81-98.
- Kasmir, M., 2006. . Introduction to entrepreneurship. Jakarta PT Raja Grafindo Persada
- Javadi, M. H., Dolatabadi, H. R., Mojtaba, N., Amir, P., & Asadollahi, R. A. (2012). An Analysis of Factors Affecting On *Online Shopping Behavior of Consumers. International Journal of Marketing Studies* , 4 (5), 81-98.
- Lumpkin, G. T. and Dess, G. G., 1996. Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21 (1), 135–173.
- Luthans, F., Youssef, C. M., & Avolio, B. J. (2007). *Psychological Capital: Developing the Human Competitive Edge*. New York: Oxford University Press.
- Nahapiet J& Ghoshal S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital and the Organizational Advantage. *The Academy of Management Review* 1998. Vol. 23, No. 2, 242-266.