

## Memaknai Keberhasilan Usaha : Studi pada Perempuan Pengusaha di Yogyakarta

Erita Y. Diahsari, Suryana Sumantri, Diana Harding, & Marina Sulastiana  
Universitas Padjadjaran Bandung

**ABSTRAK** Studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi makna keberhasilan usaha pada perempuan pengusaha mikro-kecil di kota Yogyakarta. Sebanyak 143 perempuan pengusaha mikro-kecil berpartisipasi dalam penelitian ini, yang terdiri dari kelompok perempuan pengusaha yang memiliki peran ganda, dan perempuan pengusaha yang berasal dari kalangan mahasiswa. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan strategi deskriptif, dan analisis data dilakukan melalui proses coding. Hasil penelitian menemukan bahwa pada perempuan pengusaha yang berperan ganda, keberhasilan usaha dimaknai lebih pada hal-hal yang berkaitan dengan spiritual dibandingkan dengan bisnis atau kebutuhan keluarga dan diri sendiri. Pada perempuan pengusaha dari kalangan mahasiswa, ditemukan bahwa keberhasilan usaha lebih banyak dimaknai dari keberhasilan bisnis itu sendiri, dan hal-hal yang berkaitan dengan kebutuhan pribadi. Dengan demikian, terdapat perbedaan orientasi dalam memaknai keberhasilan di antara perempuan pengusaha yang berperan ganda dan yang berasal dari mahasiswa.

Kata kunci : keberhasilan usaha, perempuan pengusaha, yogyakarta

### Latar Belakang

Perkembangan kewirausahaan wanita di negara berkembang seperti Indonesia sangat berpotensi sebagai motor utama pendorong proses pemberdayaan wanita dan transformasi sosial (Tambunan, 2012). Sekilas jika dicermati, kiprah perempuan di dunia wirausaha sangat baik, berada di berbagai sektor usaha dan tidak jarang pula yang berhasil meraih sukses dan dikenal oleh publik. Saat ini, perempuan pengusaha banyak berkecimpung terutama pada usaha mikro dan kecil, namun demikian jumlahnya di Indonesia baru mencapai 0,1 persen dari total penduduk (Menkokesra, 2011). Hal ini tentu masih jauh dari harapan jika dibandingkan dengan total jumlah penduduk Indonesia. Perempuan pengusaha di Indonesia sebagian bergabung pada organisasi seperti Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) sebanyak 30.000 orang (Antaraneews, 2013), sedangkan yang tergabung dalam Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) baru mencapai kurang dari 10 persen dari sekitar 40.000 anggotanya (Warta Ekonomi, 2013). Di luar jumlah tersebut masih banyak perempuan pengusaha yang tidak berada dalam kelompok, komunitas maupun asosiasi tertentu. Melihat jumlah perempuan pengusaha tersebut nampaknya memang belum memadai, padahal jika dibandingkan dengan pengusaha pria, sebenarnya jumlah perempuan pengusaha cukup besar, yakni 60 persen dari 49,9 juta pelaku UMKM (Rmol, 2013).

Perempuan pengusaha terdiri dari berbagai tingkatan usia, pendidikan, suku, sektor usaha dan sebagainya. Umumnya orang mengenal perempuan pengusaha adalah perempuan yang memiliki aktivitas ganda, sebagai pengusaha tetapi juga sekaligus adalah ibu rumah tangga yang mengurus keluarga. Namun demikian, saat ini banyak perempuan yang belum menikah, berusia muda sudah mulai menekuni dunia usaha meskipun dalam taraf awal. Salah satunya adalah pengusaha muda dari kalangan mahasiswa, yang menjalankan bisnisnya bersamaan dengan aktivitas kuliah. Beberapa tahun terakhir kampus memang menjadi sentra pembelajaran wirausaha mahasiswa dengan dukungan universitas dan pemerintah, karena mahasiswa dianggap memiliki potensi menggiatkan aktivitas kewirausahaan sebagai aktivitas positif. Namun demikian memang sulit untuk menelusuri jumlah perempuan pengusaha kalangan mahasiswa karena aktivitas mereka tidak selalu nampak di kampus dan kurang adanya keterbukaan.

Keberhasilan usaha merupakan cita-cita setiap pengusaha, namun demikian keberhasilan ini tidak dapat digeneralisir untuk semua orang, karena keberhasilan akan dipersepsikan atau dimaknai berbeda pada tiap individu. Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan makna individu mengenai keberhasilan usaha yang dirasakan pada dua kelompok perempuan pengusaha, yakni kelompok perempuan

pengusaha yang berperan ganda dan kelompok perempuan pengusaha yang berasal dari kalangan mahasiswa.

## Tinjauan Pustaka

Kiprah perempuan dalam dunia usaha bukanlah hal baru, namun studi khusus tentang perempuan pengusaha ini baru dimulai pada akhir tahun 1970 an ketika sejumlah besar perempuan memasuki dunia kerja profesional (Parker, 2010). Penelitian terdahulu tentang perempuan yang menjadi pengusaha di beberapa negara berkembang di Asia, menemukan bahwa perempuan memilih menjadi pengusaha dapat dibagi menjadi tiga kategori berdasarkan alasan utamanya. Wanita memilih menjadi wirausaha karena ada kesempatan, misalnya meneruskan hobi, mengikuti pasangan, memanfaatkan waktu. Alasan lainnya adalah karena dipaksa, misalnya karena perlu uang, tertantang melakukan sesuatu, menunjukkan pada orang lain kalau bisa melakukan sesuatu. Alasan terakhir adalah karena sengaja memilih profesi wirausaha untuk kepuasan diri, mandiri, sebagai contoh untuk anak-anak (Tambunan, 2009).

Penelitian lain mengenai perempuan pengusaha Manipur, India menemukan bahwa perempuan yang melakukan aktivitas wirausaha didorong oleh beberapa hal, yang tertinggi adalah dorongan untuk mandiri kemudian diikuti oleh keinginan mendapatkan penghasilan untuk meningkatkan kualitas kehidupan, mendapatkan status dalam masyarakat. Sebagian perempuan lainnya ingin memanfaatkan ketrampilannya untuk menolong orang lain melalui wirausaha (Sorokhaibam dan Laishram, 2011).

Di Indonesia, perempuan pengusaha tidak banyak berada pada skala besar dan modern, karena skala ini masih menjadi dominasi pengusaha pria. Perempuan lebih banyak berada dalam kelompok industri manufaktur makanan dan minuman, tekstil dan pakaian jadi (Tambunan, 2012), dan jika dilihat dari skala usahanya, perempuan pengusaha lebih banyak berada pada skala mikro dan kecil. Penyebutan skala mikro dan kecil ini didasarkan pada Undang Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Sebuah usaha dikelompokkan menjadi usaha berskala mikro dengan ketentuan memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah). Usaha skala kecil yang dimaksudkan dalam undang-undang adalah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Seperti telah diuraikan di atas, perempuan pengusaha memasuki dunia bisnis dilandasi oleh berbagai alasan, namun demikian ketika menjalankan usaha mereka juga menginginkan usahanya berhasil. Penelusuran literatur menunjukkan bahwa keberhasilan sangat sulit ditemukan definisinya, bahkan istilah keberhasilan dapat digunakan bergantian dengan istilah lain yang dianggap berdekatan, misalnya performansi, sukses, pertumbuhan (Reijonen dan Komppula, 2007). Beberapa penelitian juga menjelaskan keberhasilan dengan menyebutkan indikatornya, misalnya indikator naik turunnya penjualan, keuntungan, investasi, personel dan pendapatan sejak perusahaan didirikan (Frese, Van Gelderen & Ombach, 2000); kepuasan pelanggan dan kepuasan pekerjanya (Panda, 2000); keuntungan dan turn-over tahunan (Chatopadhyay dan Ghosh, 2002); kebebasan dan kemandirian, dapat mengontrol masa depannya sendiri, dan dapat menjadi pimpinan bagi dirinya sendiri, finansial, pendapatan personal, dan kesejahteraan (Paige dan Littrell dalam Kader, Mohammed, and Abraham, 2009). Uraian tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan usaha dapat dimaknai dari berbagai perspektif dan dapat bersifat subjektif.

## Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian grounded, menggunakan metode kualitatif dengan strategi deskriptif. Responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini terdiri dari 77 orang perempuan pengusaha yang sudah berumah tangga, dan 66 orang perempuan pengusaha yang berasal dari kalangan mahasiswa. Seluruh responden berdomisili di kota Yogyakarta. Keseluruhan data deskriptif yang diperoleh diproses dengan proses coding, dengan membuat pengelompokan respon berdasarkan pertanyaan terbuka yang diajukan kepada responden tentang keberhasilan usaha yang dirasakan.

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan survei yang dilakukan di lapangan diperoleh beberapa hasil, yakni data pribadi responden dan usahanya yang terdiri dari usia, pendidikan, suku, kelompok usaha, status usaha dan jenis usaha yang dikelola. Selain data tersebut, diperoleh data deskriptif berupa respon yang diberikan atas pertanyaan terbuka mengenai keberhasilan usaha yang dirasakan. Tabel 1 menunjukkan karakteristik responden yang dipisahkan ke dalam dua kelompok, yakni kelompok perempuan pengusaha yang berperan ganda dan kelompok perempuan pengusaha yang berasal dari kalangan mahasiswa.

Pengusaha berperan ganda			Pengusaha mahasiswa		
Karakteristik	f	%	Karakteristik	f	%
Usia (tahun)			Usia (tahun)		
20-30	14	18	18-25	66	100
31-40	20	26	Suku /etnis		
41-50	30	39	Jawa	31	46
51-60	13	17	Campuran (Jawa-Minang Jawa-Melayu)	2	3
Pendidikan			Melayu	5	7
SD	2	3	Sasak	3	4
SLTP	8	10	Bugis	1	2
SLTA	27	35	Sunda	1	2
Diploma	5	7	Tidak menjawab	24	36
S1 & S2	35	45	Kelompok Usaha		
Suku / etnis			Mikro	63	95
Jawa	56	73	Kecil	3	5
Campuran (Jawa-Sunda, Jawa-Batak, Jawa-Melayu Sumatera, Jawa- Madura, Jawa-Banjar)	7	9	Status usaha		
Sunda	1	1	Milik sendiri	44	67
Minang	2	3	Milik keluarga	16	24
Aceh	2	3	Patungan dengan teman	4	6
Sasak	1	1	Milik orang lain	2	3
Tionghoa	1	1	Jenis usaha		
Tidak menjawab	7	9	Online shop	13	19
Kelompok Usaha			Jual makanan	9	14
Mikro	56	74	Jual pakaian / fashion	13	19
Kecil	21	26	Jual pulsa	7	10
Status usaha			Distributor peralatan	2	3
Milik sendiri	68	88	Peternakan	1	2
Milik keluarga	9	12	Toko material	3	5
Jenis usaha			MLM	1	2
Produksi (kerajinan, konveksi, makanan)	12	16	Dagang	9	14
Toko , Warung sembako / kelontong	13	17	Jasa		
Perdagangan umum	10	12	(Perjalanan wisata, rental PS,fotokopi, konstruksi)	8	12
Menjual pakaian / fashion/aksesori	9	12			
Kuliner	6	8			
Jasa (katering, modiste, salon)	27	35			

Pada responden yang berperan ganda, mayoritas usia adalah pada rentang 41-50 tahun (39%) dan diikuti dengan rentang usia 31-40 tahun (26%). Jika dilihat dari tingkat pendidikannya, sebagian besar adalah sarjana dan master (45%), kemudian diikuti dengan lulusan SLTA (35%), SLTP (10%), dan beberapa diantaranya memiliki tingkat pendidikan diploma (7%). Hal ini menunjukkan bahwa minat menjadi

wirausaha cukup besar di kalangan perempuan sarjana dan master di tengah-tengah kelaziman bahwa lulusan perguruan tinggi umumnya tidak memilih pekerjaan sebagai wirausaha.

Sebagian besar responden berasal dari suku Jawa (73%), dan selebihnya berasal dari berbagai suku di Indonesia. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengusaha dari suku Jawa masih cukup dominan berada di Yogyakarta, namun demikian keberadaan suku lain juga menunjukkan bahwa Yogyakarta merupakan kota plural, dengan berbagai suku yang hidup berdampingan.

Mayoritas responden adalah pengusaha berskala mikro, yaitu 74% dan 26% lainnya mengelola usaha berskala kecil. Jika dilihat dari status usaha, sebagian besar adalah usaha milik sendiri, yang dirintis dan dikelola secara pribadi, dan sisanya adalah usaha yang merupakan milik keluarga. Jenis usaha yang dikelola oleh perempuan pengusaha dari kelompok ini cukup beragam, namun jenis yang dominan adalah layanan jasa, berupa catering, salon termasuk di dalamnya rias pengantin, modiste dan jasa menerima jahit pakaian. Jenis usaha produksi dan perdagangan umum termasuk jenis usaha yang juga banyak dipilih. Usaha produksi yang dimaksudkan adalah kerajinan perak, konveksi dan produksi tahu, sedangkan perdagangan umum adalah perdagangan berbagai jenis barang sehari-hari tetapi tidak dalam bentuk toko ataupun warung. Jenis usaha lain adalah menjual pakaian, makanan, dan membuka warung. Uraian tersebut menunjukkan bahwa perempuan pengusaha lebih banyak berminat pada usaha jasa yang berkarakter feminin, melayani pelanggan melalui perdagangan, memproduksi barang yang tidak jauh dari aktivitas kebanyakan perempuan seperti konveksi dan makanan.

Perempuan pengusaha dari kalangan mahasiswa berusia antara 18 – 25 tahun, mayoritas berasal dari suku Jawa, namun sebagian besar lainnya tidak menjawab sehingga tidak diketahui asal usul sukunya. Hampir semua responden kelompok ini berkecimpung di bidang usaha skala mikro (95%) dan sisanya berada dalam skala usaha kecil (5%). Hal ini dapat menjelaskan situasi bahwa kalangan mahasiswa umumnya bukan merupakan orang yang mandiri secara finansial, umumnya masih tergantung kepada orang tuanya, sehingga usaha yang dipilih adalah usaha yang tidak membutuhkan modal besar, dan jumlah kekayaannya juga tidak besar.

Dilihat dari status usaha, mayoritas usaha adalah milik sendiri (67%), namun cukup banyak juga yang berpartner dengan keluarga (24%), dalam arti mereka mengelola usaha milik keluarga dan mereka menjadi bagian dari usaha tersebut. Sebagian kecil lainnya mengelola usaha yang didirikan bersama teman atau saudara (6%) dan ada juga yang mengelola usaha milik orang lain (3%).

Jenis usaha yang dikelola perempuan pengusaha dari kalangan mahasiswa ini juga cukup unik. Online shop dan menjual baju fashion mendominasi jawaban responden, masing-masing sebesar 19%. Online shop cukup populer di kalangan masyarakat, karena sangat mudah ditemukan dan dianggap sebagai media transaksi jual beli yang tidak rumit, dengan bantuan internet. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa juga mengikuti tren yang ada di masyarakat dalam hal pemilihan busana. Prosentase lainnya yang cukup tinggi adalah pada jenis usaha dagang umum (14%), menjual makanan (14%) dan menerima layanan isi pulsa (10%). Pilihan aktivitas dalam sektor jasa juga cukup besar, yakni 10% yang meliputi jasa perjalanan wisata, rental Play Station dan jasa konstruksi). Selain data karakteristik responden di atas, diperoleh juga jawaban responden tentang pemaknaan keberhasilan selama menjalankan usaha seperti tergambar dalam Tabel 2.

Tabel 2 menunjukkan respon yang berbeda antara perempuan pengusaha yang berperan ganda dengan perempuan pengusaha dari kalangan mahasiswa. Pada pengusaha yang berperan ganda, makna tertinggi sebuah keberhasilan usaha adalah pada aktivitas yang ditujukan untuk orang lain, yaitu berbagi atau beramal (14%), dan diikuti dengan keberlangsungan usaha (13%), keuntungan (11%) dan kesejahteraan pribadi (10%) dan pemenuhan kebutuhan keluarga (10%). Selanjutnya keberhasilan usaha juga dimaknai dengan bermanfaat bagi orang lain (9%) dan kesejahteraan keluarga (8%). Prosentase di bawahnya, keberhasilan usaha dimaknai dengan adanya penciptaan lapangan kerja (6%), keseimbangan kerja – keluarga (5%), makna yang kurang dominan, yang besarnya kurang dari 5% adalah kepuasan pelanggan, kesejahteraan karyawan, dan hal lain-lain seperti bisa menabung, melunasi hutang, mendapatkan teman melalui usaha, pencapaian tujuan usaha dan yang terkecil persentasenya adalah inovasi (1%).

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengusaha yang berperan ganda memandang aktivitas religius seperti beramal dan berbagi kepada sesama merupakan keberhasilan usahanya. Baru setelah itu keberhasilan dilihat dari sisi keberlangsungan usaha, apakah ia mampu mempertahankan usahanya tersebut dengan stabil. Keuntungan, kesejahteraan pribadi serta pemenuhan kebutuhan keluarga diletakkan pada tingkat di bawahnya. Hal ini menunjukkan bahwa tujuan sebuah aktivitas wirausaha seperti mendapatkan keuntungan justru bukan merupakan faktor utama yang dimaknai sebagai sebuah keberhasilan,

demikian juga dengan kesejahteraan pribadi serta pemenuhan kebutuhan keluarga. Disini nampak ada makna transendental antara individu dengan sang pencipta, melalui aktivitas beramal dan berbagi. Kebutuhan pribadi dan keluarga dianggap sebagai indikator keberhasilan namun bukan merupakan yang utama, seperti halnya kesejahteraan karyawan, menabung dan sebagainya. Inovasi, yang lazimnya merupakan ciri khas pengusaha, justru dianggap sebagai aspek yang maknanya paling kecil untuk menyatakan keberhasilan. Berkaitan dengan hal tersebut kemungkinan memang perempuan pengusaha yang ada di Yogyakarta tersebut lebih mementingkan hal-hal spiritual dalam berwirausaha dibandingkan dengan hal hal non spiritual.

	Pengusaha berperan ganda		Pengusaha mahasiswa	
	f	%	f	%
<i>Berkaitan dengan bisnis</i>				
Keuntungan	12	11	28	20
Keberlangsungan usaha	15	13	16	12
Penciptaan lapangan kerja	7	6	14	10
Kepuasan pelanggan	5	4	22	16
Pencapaian tujuan usaha	2	2	15	11
Inovasi	1	1	6	5
<i>Berkaitan dengan pribadi</i>				
Kesejahteraan pribadi	11	10	9	7
Keseimbangan kerja dan keluarga	6	5	1	1
<i>Berkaitan dengan keluarga</i>				
Kesejahteraan keluarga	9	8	5	4
Memenuhi kebutuhan keluarga	11	10	1	1
<i>Berkaitan dengan orang lain</i>				
Berbagi / beramal	16	14	1	1
Bermanfaat bagi orang lain	10	8	1	1
Kesejahteraan karyawan	4	4	2	2
<i>Lain-lain</i>				
Menabung, Melunasi hutang, Mendapat teman /saudara	4	4	3	3
			1	1
			5	4

Pada perempuan pengusaha dari kalangan mahasiswa, berbeda responnya dibandingkan pengusaha yang berperan ganda. Pada kelompok ini lima tema dengan prosentase tertinggi ada pada hal hal yang berkaitan dengan bisnis itu sendiri, yaitu keuntungan (21%), kepuasan pelanggan (17%), balik modal (12%), usaha berkembang (11%) dan pencapaian target (11%). Selanjutnya diikuti oleh prosentase yang lebih kecil, yaitu pelanggan meningkat (7%), produk diterima pasar (5%), kebahagiaan pribadi (4%), membuka lapangan kerja baru (4%), membantu orang lain (3%), bermanfaat bagi keluarga (2%), kemandirian, kreativitas, membahagiakan orang tua, mencukupi kebutuhan keluarga serta pemberdayaan masyarakat masing-masing 1%.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki aktivitas sebagai pengusaha memaknai keberhasilan dengan melihat aspek aspek di dalam bisnis, seperti keuntungan, kepuasan pelanggan, modal, perkembangan usaha dan pencapaian target. Aspek tersebut mewakili pemaknaan keberhasilan yang dirasakan, dan dalam beberapa penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya, aspek tersebut dianggap sebagai indikator keberhasilan secara umum (Frese, Van Gelderen & Ombach, 2000); Panda (2000); Chattopadhyay dan Ghosh (2002); Paige dan Littrell (Kader, Mohammed, and Abraham, 2009).

## Penutup

Perempuan pengusaha memaknai keberhasilan yang dirasakan dengan perspektif yang berbeda. Kelompok pengusaha yang berperan ganda memprioritaskan makna spiritual dan kepedulian pada orang lain, dan diikuti dengan makna yang berkaitan dengan bisnisnya sendiri. Perempuan pengusaha dari kalangan mahasiswa lebih memaknai keberhasilan berdasarkan perkembangan bisnis, baru diikuti dengan makna yang berkaitan dengan orang lain. Hal ini menunjukkan adanya perbedaan orientasi makna keberhasilan usaha pada kelompok tersebut.

## Daftar Pustaka

- Antaranews. (2013). Iwapi Targetkan 1 Juta Wanita Pengusaha.  
<http://www.antaranews.com/berita/372922/iwapi-targetkan-1-juta-wanita-pengusaha>
- Chattopadhyay,R., & Ghosh,A. (2002). Predicting Entrepreneurial Success: A Socio-psychological Study. *Journal of Entrepreneurship*. 11; 21. DOI: 10.1177/097135570201100102.
- Frese,M., van Galderen,M. & Ombach.(2000). How to Plan as a Small Scale Business Owner : Psychological Process Characteristics of Action Strategies and Success. *Journal of Small Business Management*. 38(2).1-18
- Kader, R. A., Mohamad, R. M., and Ibrahim, C. A. (2009). Success Factors for Small Rural Entrepreneurs under the One-District-One –Industry Programme in Malaysia. *Contemporary Management Research*. 5.2.147-162.
- Menteri Koordinator Kesejahteraan Rakyat. (2011). Pengusaha wanita masih minim.  
Article.  
<http://www.menkokesra.go.id/content/wanita-pengusaha-masih-minim>
- Panda.N.M, (2000). What brings entrepreneurial success in a developing region?. *Journal of Entrepreneurship*. 9.199-212.
- Parker, B.J. (2010). A Conceptual Framework for Developing the Female Entrepreneurship Literature. *Journal of Research on Women and Gender*. March. 1. 169 -190.
- Reijonen,H., & Kompulla,R. (2007). Perception of Success and Its Effect on Small Firm Performance. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 14. 4. 689-701. DOI 10.1108/14626000710832776
- Rmol. (2013). DPP Iwapi Motivasi Pengusaha Perempuan Untuk Jadi Pengusaha Tangguh  
<http://www.rmol.co/read/2013/10/22/130347/DPP-Iwapi-Motivasi-Pengusaha-Perempuan-Untuk-Jadi-Pengusaha-Tangguh>
- Sorokhaibam, R., & Laishram, N. (2011). Women Entrepreneurship in Manipur,North-East India. *Interdisciplinary Journal of Research in Business*. 1.6.46-53.
- Tambunan, T, (2009). Women Entrepreneurship in Asian Developing Countries: Their Development and Main Constraints. *Journal of Development and Agricultural Economics*. 1(2).27-40.
- Tambunan,T. (2012). Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia. Isu-isu Penting. Jakarta : Penerbit LP3ES.
- Warta Ekonomi. (2013). Hipmi Berharap Porsi Jumlah Wanita Pengusaha Meningkat. Diakses dari <http://wartaekonomi.co.id/berita9636/hipmi-berharap-porsi-jumlah-wanita-pengusaha-meningkat.html>.