

# Pengaruh Faktor Individu Terhadap Perilaku Wirausaha *Momprenneur* (Studi Kasus Pada Komunitas Haibolu Indonesia)

ELIDA GULTOM\*

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau  
Jln. HR Subrantas KM 12 Telp (0761)63237 Fax (0761) 63366  
E-mail : elidagultom@lecturer.stieriau-akbar.ac.id

Submit: 26 Juni 2022

Review: 10 Juli 2022

Publish: 26 Juli 2022

\*) Korespondensi

**Abstract:** This study aims to determine how the influence of individual factors on the entrepreneurial behavior of *momprenneurs* in the Indonesian HaiBolu Community. The number of samples in this study were 43 respondents using a purposive sampling technique where sampling was carried out based on the criteria, namely housewives who have businesses and have children. Data collection techniques were carried out by distributing online questionnaires. The data analysis technique used is Simple Linear Regression with the help of the SPSS version 23 program. The results of this study based on the results of a partial test (T test) that individual factors have a significant effect on the entrepreneurial behavior of *momprenneurs* in the Indonesian HaiBolu Community. The magnitude of the influence of individual factors on the entrepreneurial behavior of *momprenneurs* is 44.7% while the remaining 55.3% is influenced by other variables outside of this study.

**Keywords:** *Individual Factors, Entrepreneurial Behavior, Momprenneur*

Fenomena *momprenneur* telah menjadi perhatian, khususnya di dunia bisnis dan telah diidentifikasi sebagai fenomena sosial ekonomi oleh beberapa pakar (Newhouse, 2018). Saat ini sudah mulai banyak ibu rumah tangga yang membuka usaha rumahan seperti toko-toko kecil, warung makan, salon, butik, catering, kerajinan tangan dan lain sebagainya (Tambunan, 2017). Hal ini sejalan dengan berkembangnya teknologi informasi dan media sosial, yang sangat membantu para ibu rumah tangga menjalankan peran gandanya yaitu, baik sebagai ibu rumah tangga maupun *momprenneur*. Seperti yang disampaikan oleh Costin (2012) menyatakan bahwa berkembangnya teknologi informasi diyakini menjadi memicu tumbuhnya ibu rumah tangga yang berwirausaha atau dikenal dengan sebutan *momprenneur*. Hal ini terjadi dikarenakan dorongan akan kebutuhan hidup sehari-hari yang semakin tinggi sehingga para ibu rumah tangga mencari solusi untuk membantu perekonomian keluarga.

Pada umumnya motivasi perempuan bekerja adalah untuk membantu

menghidupi kehidupan keluarga, namun juga mempunyai makna khusus karena memungkinkannya memiliki otonomi keuangan, agar tidak selalu tergantung pada pendapatan suami (Harnika & Ketut, (2020)

Beberapa penelitian menemukan bahwa alasan yang membuat para ibu rumah tangga memutuskan untuk membuka usaha di rumah dan menjadi seorang *momprenneur* antara lain ingin mengembangkan kreatifitas dan *self fulfillment*, ingin memiliki pendapatan untuk mencukupi kebutuhan keluarga maupun ingin memiliki kegiatan produktif dirumah (Lewis dkk, dalam Prasartika dan Andika, 2021).

Menjadi seorang *momprenneur* bukanlah perkara hal yang mudah, karena selain mengurus rumah tangga, *momprenneur* juga bertanggungjawab dalam menjalankan bisnisnya supaya berkembang. Oleh karena itu seorang *momprenneur* perlu melakukan upaya untuk menyeimbangkan kehidupan pribadinya.

Adanya komunitas bisnis sangat berarti bagi *momprenneur* dalam menjalankan usahanya, khususnya pertukaran informasi dan teknologi, saling berbagi ilmu dan pengalaman, tempat berpromosi serta mampu memperluas wilayah pemasaran dan silaturrahi bagi sesama anggota komunitas.

Komunitas HaiBolu Indonesia merupakan salah satu wadah bagi pelaku usaha bisnis komunitas belajar online yang fokus di materi *entrepreneur*, *marketing* dan *online shop*, yang anggotanya tersebar dari berbagai kota di Indonesia, dimana anggota komunitasnya adalah bukan hanya ibu rumah tangga tetapi berbaur dari beberapa kalangan. Fokus dari penelitian ini adalah anggota komunitas HaiBolu dengan karakteristik ibu rumah tangga yang memiliki bisnis dan sudah memiliki anak atau *momprenneur*.

Salah satu kunci kesuksesan usaha bergantung pada perilaku wirausaha. Ada banyak faktor yang mempengaruhi perilaku wirausaha seseorang khususnya *momprenneur*. seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Delmar (1996) faktor individu dan lingkungan mempunyai pengaruh terhadap perilaku wirausaha. Begitu juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati (2011) dan Sumatri (2015) juga menemukan bahwa faktor individu berpengaruh terhadap perilaku wirausaha.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul pengaruh faktor individu terhadap perilaku wirausaha *momprenneur* (studi kasus pada Komunitas HaiBolu Indonesia). Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah faktor individu berpengaruh terhadap perilaku wirausaha *momprenneur* pada Komunitas HaiBolu Indonesia.

### **Momprenneur**

*Momprenneur* merupakan gabungan dari dua suku kata yaitu *mommy* atau ibu dan *entrepreneur* atau wirausaha. Istilah *momprenneur* diberikan kepada ibu rumah

tangga yang memiliki dan mengelola usahanya sendiri (Malahayati,2015). Ibu yang menyeimbangkan keluarga dan memulai dan mengelola bisnis. Gaya hidup *momprenneur*: tindakan penyeimbangan yang berkelanjutan, yang dikelola dengan mengorbankan waktu pribadi untuk diri mereka sendiri karena wanita mengutamakan anak-anak, pasangan dan bisnis mereka. (Ho dkk, 2010). Menurut Cobe &Parlapino (Prasartika dan Andhika, 2021) menyebutkan bahwa *momprenneur* merupakan seorang ibu rumah tangga yang bekerja dari rumahnya dengan mendirikan usaha kecil berbasis rumahan dan sesuai dengan pendapat dari Jean &Forbes (Prasartika dan Andhika, 2021) juga mengatakan bahwa seorang *momprenneur* yang menjalankan usahanya dirumah dapat menjual berbagai macam barang atau jasa sesuai dengan keinginannya.

### **Faktor Individu**

Faktor individu yaitu keinginan atau harapan untuk sukses menjadi faktor yang mempengaruhi perilaku wirausaha. Solomon dalam bukunya *Cunsumer behavior* (2011) menyatakan bahwa faktor individu mempengaruhi proses keputusan individu. Schiffman dalam Sunanto (2019) juga menyebutkan bahwa faktor individu mencakup faktor ; motivasi, kepribadian, persepsi, pembelajaran, sikap dan komunikasi. Adapun indikator faktor individu dalam penelitian yaitu pendidikan, pengalaman, pelatihan, dukungan keluarga, kebutuhan berprestasi dan motivasi berwirausaha (Pancasasti, 2017).

### **Perilaku Wirausaha**

Perilaku wirausaha dipandang sebagai fenomena individu, berbeda dengan pemahaman tentang perilaku suatu perusahaan. fenomena individu ini melibatkan unit-unit tindakan yang dapat diamati (Shaheen dan AlHaddad, 2018). Alzen dalam Az Zahra dan Laili (2020)

menjelaskan bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh tiga pertimbangan yaitu keyakinan terhadap kemungkinan konsekuensi perilaku (keyakinan perilaku), keyakinan *normative* terkait dengan harapan orang lain dan keyakinan tentang adanya faktor-faktor yang memfasilitasi atau menghambat kinerja dari perilaku. Perilaku kewirausahaan merupakan gambaran mengenai indikator yang terdiri dari mandiri, *fleksibel*, *risk taker*, *inovatif* dan percaya diri (Aina. Dkk, 2018).

### METODE

Penelitian ini dilakukan pada Komunitas Haibolu Indonesia. Metode penelitian pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui kuesioner yang disebar secara *Online*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh anggota group Komunitas Haibolu Indonesia yang berjumlah 229 orang. Adapun teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria. Adapun kriterianya adalah Ibu rumah tangga yang memiliki bisnis dan memiliki anak. Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh jumlah sampel sebanyak 43 responden.

Teknik analisis data yang digunakan antara lain: a) Uji Instrumen data melalui uji validitas dan reliabilitas, b) Uji normalitas dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* c) Uji regresi linear sederhana, d) uji hipotesis melalui uji T dan uji determinasi dengan dibantu SPSS (*Statistical Package of Sosial Science*) versi 23.

### HASIL

Group Komunitas HaiBolu Indonesia Online berdiri sejak 2015. Komunitas ini adalah komunitas belajar *online* yang fokus di materi *entrepreneur*, *marketing* dan *online shop*, yang anggotanya tersebar dari berbagai kota di Indonesia. Langkah awal dari penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner online kepada responden komunitas HaiBolu Indonesia. Sebagian besar responden

memiliki rentang usia antara 41 –50 tahun yaitu sebesar 46,51 %. tingkat pendidikan yang dominan pada responden adalah SMA yaitu sebanyak 24 orang (55,81%) dan lama usaha di dominasi antara > 5 tahun yaitu sebanyak 21 (48,84%) sedangkan omset perbulan didominasi diatas Rp 20.000.000 per bulan.

Berikut Hasil uji validitas dan Reliabilitas dari masing masing variabel keinginan berprestasi (X) dan perilaku wirausaha (Y) yaitu sebagai berikut: Pada uji validitas dimana semua pernyataan pada variabel faktor individu dan perilaku wirausaha dinyatakan valid, hal ini terbukti dimana  $r\text{-hitung} > r\text{ tabel}$ . Pada uji reliabilitas, diperoleh kesimpulan semua variabel dinyatakan reliabel dimana masing-masing variabel antara lain; faktor individu dan perilaku usaha memiliki nilai *cronbach alfa* lebih besar dari 0.06.

Berikut ini hasil analisis uji normalitas dilakukan dengan Kolmogorov-Smirnov test, dengan dasar pengambilan keputusan jika signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka penelitian tidak berdistribusi normal. Adapun hasil uji Normalitas K-S adalah sebagai berikut: dapat diketahui nilai signifikansi *Asymp.sig* (2-tailed) sebesar  $0,200 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan data tersebut berdistribusi secara normal artinya persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

Berikut hasil analisis regresi linear sederhana yang dirangkum dalam tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. hasil analisis regresi linear sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.762	6.039		.236	.814
Faktor individu	.268	.265	.176	2.214	.006

Dari tabel diatas, maka persamaan regresi linear sederhana dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 1.762 + 0.268$$

Model ini menunjukkan arti bahwa,

1. nilai konstanta sebesar 1.762, yang berarti bahwa apabila faktor individu nilainya adalah 0, maka nilai perilaku wirausaha sebesar 1.762
2. Koefisien regresi faktor individu sebesar 0,268, yang berarti jika faktor individu mengalami kenaikan 1 satuan, maka perilaku wirausaha akan meningkat sebesar 0,268.

Pengambilan keputusan dalam penelitian ini menggunakan probabilitas signifikan berdasarkan nilai alpa yaitu 5%, apabila probabilitas signifikan < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Demikian sebaliknya, apabila probabilitas signifikan >0,05 maka Ho diterima dan menolak Ha. Jika Ha diterima maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, sedangkan Ha di tolak maka tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Berdasarkan hasil uji parsial (uji T) pada tabel diatas diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0.06 < 0,05$  maka Ho ditolak dan Ha diterima artinya faktor individu berpengaruh signifikan terhadap perilaku wirausaha *momprenneur* pada Komunitas HaiBolu Indonesia

Tabel 2. Hasil Analisis Uji determinasi Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.689 <sup>a</sup>	.447	.319	1.567

a. Predictors: (Constant), faktor individu

b. Dependent Variable: perilaku wirausaha

Berdasarkan hasil uji Koefisien determinasi diperoleh nilai R-square sebesar 0,447 menginformasikan bahwa pengaruh faktor individu terhadap perilaku wirausaha adalah sebesar 44,7 % dan selebihnya sebesar 55,3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model regresi linear sedernana ini.

## PEMBAHASAN

Perilaku wirausaha *momprenneur* merupakan perilaku wirausaha *momprenneur* ketika mereka memulai usaha, menciptakan penawaran baru, melihat dan menciptakan peluang, maupun dalam menghadapi masalah pada saat menjalankan usaha. Indikator faktor individu yaitu terdiri dari pelatihan, dukungan keluarga, keinginan berprestasi dan motivasi berwirausaha.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan ada pengaruh faktor individu secara signifikan terhadap perilaku wirausaha *momprenneur* pada komunitas HaiBolu Indonesia. Adapun besarnya pengaruh faktor individu terhadap perilaku wirausaha *momprenneur* pada komunitas HaiBolu Indonesia adalah sebesar 44,7% sedangkan sisanya 55,3 % dipengaruhi oleh variabel lain. hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pancasasti (2017) dan Qurrota A.A, dkk (2018) dimana faktor individu berpengaruh terhadap perilaku wirausaha *momprenneur*.

## SIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah faktor individu berpengaruh signifikan terhadap perilaku wirausaha *momprenneur* Komunitas HaiBolu Indonesia. Adapun besarnya pengaruh faktor individu terhadap perilaku wirausaha *momprenneur* adalah sebesar 44,7% dan sisanya 55,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian maka saran peneliti dalam penelitian ini yaitu; 1) *Momprenneur*, selain berbisnis juga memiliki peran untuk mengurus dan bertanggung jawab terhadap keluarga hal ini menyebabkan konsentrasi *momprenneur* dalam mengelola usaha bisa terganggu sehingga *momprenneur* dituntut memiliki kemampuan dalam mengelola waktu sehingga peran ganda dalam mengurus rumah tangga dan menjalankan bisnis bisa berjalan dengan baik. 2) penelitian ini masih banyak kekurangan karena dilakukan penyebaran kuesioner secara online dan variabel penelitian masih

sederhana, untuk itu diharapkan pada peneliti selanjutnya agar dapat menambahkan dan mengembangkan variabel ini sehingga hasil penelitian sesuai dengan yang diharapkan dan bisa ditemukan solusi dalam permasalahan yang dihadapi *momprenneur* dalam menjalankan bisnisnya.

## DAFTAR RUJUKAN

- Aina. A.Q., Heny & Burhanuddin. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Wirausaha *Momprenneur* (Studi Kasus: Komunitas Bunda Online). *Forum Agribisnis*, Vol.8, No. 1, Maret 2018 Hal 17-34.
- Andriani.S, Dwi H.F, Faridatus.S (2017) Fenomena dan Motivasi Ibu Rumah Tangga Berkomunitas Dalam Entrepreneur Perspektif Gender Di Kota Malang ( Studi Kasus Pada Komunitas Preman Super, Club Sosialita, dan Asosiasi Pengrajin Kota Malang /APKM). Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Aisyah, Arif.Q.H & Fivi.R.S (2021) *Determinants of Momprenneur Performance in the Pandemic Era (Case Study of Medan City Momprenneurs)*. *Internasional Journal of Research and Review*. Vol 8 DOI: <https://doi.org/10.52403/ijrr.20210938>
- Esnard.T (2016), *Mothering and Entrepreneurship : Experiences of Single Women in St. Lucia*. By The Board of Trustees of the University of Illinois. Vol. 4 No 1 PP.108-132.
- Gurley-Calvez, T. B. (2009). *Time Use Patterns and Women Entrepreneurs*. *The American Economic Review* Vol. 99, 139-144
- Gultom Elida (2021). Pengaruh E-Commerce, Pengetahuan Kewirausahaan dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Program S1 manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau). *Journal Business And Economics* Vol 2 No 2 Hal. 40-46
- Hastuti Rahmah (2014). Analisis Motivasi dalam menekuni bisnis Online Pada *Momprenneurs* (Studi Kasus di Jakarta), Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara, Jakarta.
- Harris, C., Morrison, R., Ho, M. and Lewis, K. (2008) '*Mumpreneurs: mothers in the business of babies*', paper presented at the 22nd Annual Australian and New Zealand Academy of Management Conference (ANZAM), 2-5 December, Auckland, New Zealand
- Ho, M., Lewis K., Harris C. and Morrison, R. (2010) '*Not just a mom: identification, self-verification and identity enactment in the entrepreneurial opportunity process*', paper presented at the International Federation of Scholarly Associations of Management (IFSAM), 8-10 July, Paris, France
- Jean M dan Forbes C.S. (2011). *Momprenneurs: An Exploration of Their Entrepreneurial Reality [Internet]*. *Journal of Business Diversity* vol. 12(2) 201. Montreal, Canada (CA). hlm 1-19.
- Korsgaard S. (2007). *Momprenneurship as a Challenge to the Growth Ideology of Entrepreneurship*, *Kontur*, Vol. 16, No. 1
- Newhouse, F. (2018). *Momprenneur immunity: an exploration of meaningmaking and relational support of selfemployed women*

*with children. (Published Educational Studies Dissertations). Lesley University.*

Prasartika.B & Andhika A.R (2021) Gambaran Work-Life Balance Pada Mompreneur, Jurnal *Experientia* Vol 9, No.2 Hal.112-125.

Richomme.K, Huet, and Virginie.V. (2014), *Business Lessons From a Mompreneurs Network. Global Business and Organizational Excellence. DOI:10.1002/joe.21550*

Sugiyono.2013. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta

Sujarweni, Wiratna.2014. SPSS Untuk Penelitian, Baru Press, Yogyakarta.

Setiani R, Dahmiri, & Sigit I.W. (2019) Pengaruh Motivasi dan Sikap Wirausaha Terhadap Keputusan Berwirausaha Wanita di Kota Jambi, Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan Vol. 8 No 01 Universitas Jambi.

Sunanto (2019), Pengaruh Faktor Individu dan Lingkungan Terhadap keputusan Mahasiswa Menjadi Wirausaha Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pamulang. Jurnal Ilmiah Feasible. Vol. 1 No 1 Hal. 1-8

Tambun T .(2012). Wanita pengusaha di UMKM di Indonesia :motivasi dan kendala. Jakarta(ID): LPFE Universitas Trisakti.

Zahra A.A dan Laili Q (2020), Faktor-faktor dan Dinamika Perilaku Wirausaha Pada Pengusaha Muslim. URECOL, Universitas Aisyiyah Yogyakarta.