

MENGUNGKAP PERILAKU INOVATIF 3 ETNIS WANITA PEDAGANG DI SURABAYA

Tri Siwi Agustina (agustina2772@gmail.com)
Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Airlangga

Abstract

Innovative behavior is one of the requirements to survive in the field that are hard, competitive, challenging, high-risk and speculative as world trade. Similarly, the existence of a trading business carried on women can not be separated from the innovative behavior, whereas on the other hand women are also faced with the primary responsibility of the family. That directs human behavior to act not apart of the culture surrounding the actors. Based on this, presumably interesting to study about differences in innovative behavior of women traders Javanese, Madurese and Chinese in Surabaya. Sources of data obtained by distributing questionnaires and conducting interviews in 394 women traders convection type in one of the wholesale center in the city of Surabaya, which was selected as the study respondents. This study is a quantitative research method research design ANOVA (F-test). The findings of this research are innovative behavioral differences merchant woman of Javanese, Madurese and Chinese.

Keywords: Innovative Behavior, Women Traders, Javanese Women Traders, Madurese Women Traders and Chinese Women Traders

Abstrak

Perilaku inovatif merupakan salah satu syarat untuk dapat survive dibidang yang bersifat keras, kompetitif, penuh tantangan, beresiko tinggi dan spekulatif seperti dunia perdagangan. Demikian pula halnya dengan eksistensi usaha dagang yang dijalankan wanita juga tidak terlepas dari perilaku inovatif, padahal disisi lain wanita juga dihadapkan pada tanggung jawab utamanya pada keluarga. Perilaku yang mengarahkan manusia untuk bertindak tidak terlepas pula dari budaya yang melingkupi pelakunya. Berdasarkan hal tersebut, menarik kiranya untuk diteliti tentang perbedaan perilaku inovatif wanita pedagang etnis Jawa, Madura dan Tionghoa di Surabaya. Sumber data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara pada 394 orang wanita pedagang jenis konveksi di salah satu pusat grosir di kota Surabaya yang terpilih sebagai responden penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode rancangan penelitian ANOVA (F-test). Temuan dari penelitian ini adalah terdapat perbedaan perilaku inovatif wanita pedagang etnis Jawa, Madura dan Tionghoa.

Kata kunci: Perilaku Inovatif, Wanita Pedagang, Wanita Pedagang Etnis Jawa, Wanita Pedagang Etnis Madura, Wanita Pedagang Etnis Tionghoa

PENDAHULUAN

Keterlibatan wanita dalam dunia perdagangan di Indonesia nampak semakin besar dibandingkan dengan bidang keuangan dan bidang jasa kemasyarakatan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa peran wanita dalam bidang perdagangan semakin diperhitungkan, Bidang pekerjaan tersebut dipandang memiliki fleksibilitas. Hal ini cukup dapat dipahami mengingat bidang ini memungkinkan wanita untuk dapat menjalankan tugas-tugas domestiknya sebagai ibu rumah tangga dan istri sekaligus membantu ekonomi keluarga.

Sebenarnya, kehadiran wanita dalam dunia perdagangan sebenarnya bukanlah hal yang baru, Hal ini dapat dilihat di pasar- pasar tradisional. Bagi wanita, khususnya yang berpendidikan rendah, berdagang adalah alternatif pekerjaan yang menghasilkan uang. Meskipun yang didapat dari berdagang relatif sedikit, namun mereka lebih menyukainya daripada keuntungan besar di bidang pertanian. Dengan berdagang mereka mendapat suatu hiburan dengan mengobrol dengan sesama penjual sambil menunggu pembeli.

Keterlibatan wanita dalam usaha perdagangan baik secara kuantitatif maupun kualitatif sangat menarik untuk diamati, Ketertarikan tersebut lebih didasarkan pada apa yang melatarbelakangi keberadaan mereka. Disamping itu dunia perdagangan memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dengan dunia kerja yang lain. Menurut Setyorini (2005), dunia perdagangan mempunyai sifat yang keras, kompetitif, penuh tantangan, berisiko tinggi dan bersifat spekulatif, sehingga hanya individu-individu dengan karakteristik pribadi tertentu yang akan sanggup bertahan dalam bidang tersebut.

Dunia perdagangan menuntut pelakunya untuk terus berperilaku inovatif, menemukan dan merumuskan cara-cara baru agar dapat mendominasi pasar dan sulit dikejar pesaing untuk ditiru. Tanpa adanya inovasi dari para pedagang, bisa dipastikan konsumen akan cepat bosan dan bisnisnya pun akan tenggelam di tengah ramainya persaingan. Akan tetapi, tidak semua wanita terutama yang skala usahanya tergolong kecil, menanggapi dengan baik tentang arti inovasi itu sendiri, karena cenderung memandang inovasi memerlukan biaya tinggi serta menyangsikan dampak inovasi karena kurangnya informasi tentang teknologi dan pasar (Mulyono, 2009), sehingga mereka lebih baik menjadi *follower* daripada menjadi *leader* dalam hal melahirkan ide – ide baru (Lai, et al, 2010). Selain itu, tanggung jawab wanita dalam menjalankan bisnis sekaligus tanggung jawab domestiknya sebagai ibu rumah tangga menyebabkan terganggunya konsentrasi dan semakin terbatasnya waktu untuk melakukan kegiatan inovasi (Tambunan, 2009).

Berdasarkan fenomena tersebut, menarik kiranya mengkaji tentang perilaku inovatif dan keberhasilan wanita pedagang. Terutama karena keberadaan mereka tidak terlepas dari nilai nilai budaya yang melatarbelakanginya. Di satu sisi, konstruksi sosial menetapkan mereka sebagai pribadi yang tidak terlepas dari peran domestik, sedangkan di sisi lain, sejalan dengan tuntutan ekonomi yang semakin berat, mereka dituntut untuk lebih aktif dalam mengambil peran membantu perekonomian keluarga.

Di kota Surabaya, khususnya di ITC Mega Grosir banyak wanita pedagang dengan latar belakang etnis Jawa, Madura dan Tionghoa. Pada budaya masyarakat Jawa, khususnya kaum perempuan. Perempuan diposisikan sebagai "*konco wingking*" atau diposisikan tidak sejajar dengan pria. Wanita biasanya akan lebih menjalankan tugas – tugas domestik seperti mengurus anak, mengurus rumah tangga dan mengurus suami. Namun, dalam perkembangannya wanita Jawa melakukan gerakan untuk terlibat dalam urusan non domestik seperti bekerja di luar rumah seperti halnya yang telah dilakukan oleh Ibu R.A Kartini. Meskipun demikian, timbul pertanyaan bagaimanakah perilaku inovatif mereka, karena secara teoretis kaum perempuan memiliki kendala mobilitas apabila bekerja di luar rumah (Tambunan, 2009) serta terikat pada budaya mengabdikan penuh pada suami, *manut* (patuh) dan menuruti perintah pada suami.

Begitu pula dalam budaya wanita Madura. Seperti umumnya etnis Madura yang dikenal sebagai pekerja keras, ulet, tekun, sederhana dan tidak menyalahgunakan kesempatan (Sutarto, 2006), perempuan Madura baik dari lapisan sosial ekonomi kaya atau miskin, berpendidikan tinggi maupun rendah, yang tinggal di pulau Madura maupun yang sudah bermigrasi ke pulau lain adalah pekerja keras untuk pekerjaan rumah tangga maupun pekerjaan mencari nafkah. Tingginya etos kerja perempuan Madura didorong oleh keyakinan bahwa kerja adalah ibadah, amal, serta sebagai bentuk perjuangan meraih pengakuan atas kemampuan dirinya (Sukesi, Wisaptiningsih dan Nurhadi, 2008). Namun, sama halnya dengan wanita pedagang etnis Jawa, masih dipertanyakan pula bagaimana gambaran perilaku inovatif mereka, mengingat wanita pedagang etnis Madura juga dihadapkan pada tanggung jawab urusan rumah tangga dan pengasuhan anak yang tinggi karena pada umumnya para laki – laki (suami) di Madura pada umumnya melakukan pekerjaan sebagai, buruh, pedagang dan merantau di pulau lain atau menjadi TKI di luar negeri.

Menurut budaya Tionghoa, perempuan tidak terlalu diwajibkan untuk bekerja. Namun untuk perempuan Tionghoa yang berada di Indonesia, sebagai kaum minoritas, mereka harus tetap aktif mencari cara-cara untuk mendapatkan penghasilan. Kaum perempuan Tionghoa biasanya bila bekerja juga lebih pada pekerjaan yang bertumpu pada keterampilan yang mereka miliki, contohnya berjualan makanan, berjualan baju, membuka salon kecantikan dan sebagainya. Keadaan marginal ini justru memberi manfaat positif pada kaum perempuan Tionghoa. Mereka justru didorong untuk bisa aktif terlibat pada bisnis yang dijalankan suami. Mereka mestinya tidak terlalu mengalami hambatan dalam berperilaku inovatif

Terlepas dari latar belakang budaya para wanita pedagang tersebut, semakin disadari bahwa peran mereka dari waktu ke waktu semakin besar. Perlu kiranya secara lebih mendalam mengkaji peran mereka dalam bidang perdagangan dengan melihat pengaruh perilaku inovatif pada keberhasilan mereka sebagai pedagang. Penelitian ini berfokus pada wanita pedagang etnis Jawa, Madura dan Tionghoa. Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: "Apakah terdapat perbedaan perilaku inovatif wanita berdasarkan tiga kelompok etnis di Surabaya?"

Tujuan Penelitian

Mengetahui perbedaan pengaruh perilaku inovatif terhadap keberhasilan wanita pedagang berdasarkan tiga kelompok etnis (Jawa, Madura dan Tionghoa) di Surabaya.

LANDASAN TEORI

Karakteristik Wanita Pedagang

Penelitian terdahulu yang dilakukan di Amerika dan Kanada seperti dinyatakan dalam OECD (2004), bahwa peningkatan jumlah wanita wirausaha menjadi dua kali lipat merupakan kekuatan ekonomi baru bagi negara-negara tersebut. Sementara itu, di Indonesia keterlibatan wanita dalam dunia usaha bukanlah hal yang baru, hal itu dapat dilihat pada pasar – pasar tradisional.

Sebagaimana pendapat Stain dalam Wincent dan Otqvist (2006) bahwa dibanding laki-laki, perempuan cenderung lebih menonjol dalam pergaulan (*people oriented*). Bahwa eksekutif perempuan memiliki hubungan interpersonal yang lebih intens dengan mitra kerja atau karyawan dibanding dengan laki-laki. Perempuan lebih lunak di dalam menghadapi kesalahan atau masalah pribadi mitra kerja atau karyawan, lebih mudah memaafkan dan bersikap fleksibel terhadap masalah di kantor dibanding laki-laki. Menurut Langan - Fox dalam Wincent dan Otqvist (2006) wirausaha perempuan cenderung memperlakukan orang lain lebih liberal.

Tri Siwi Agustina

Selain itu dalam orientasi masa depan (*future oriented*), Kariv (2008) berpendapat bahwa perempuan cenderung lebih berpandangan ke masa depan ketika membuat suatu keputusan dan bertindak ketimbang laki-laki, perempuan memiliki ketajaman dalam meramal keadaan dan cenderung sebagai "pemain yang mencari aman" (*self player*). Selain itu, wirausaha perempuan cenderung mengutamakan keamanan keluarga dan kontrol diri mereka.

Alma (2007) berpendapat bahwa wanita memiliki kelebihan dalam hal karakteristik kepribadian dibandingkan pria, seperti sifat toleransi, fleksibel, luwes dalam bergaul, realistis, kreatif, antusias dan enerjik. Sementara pada pria, mereka unggul dalam hal kepercayaan diri dan mampu menerima resiko lebih tinggi.

Gambaran Wanita Pedagang Etnis Jawa, Madura dan Tionghoa

Gambaran Wanita Pedagang Etnis Jawa

Dalam masyarakat tradisional Jawa, wanita dituntut untuk menjalankan peran sebagai ibu rumah tangga yang mengurus dan membesarkan anak, mengurus rumah tangga serta melayani suami sebagai bentuk pengabdian dan komitmen pada keluarga. Dengan kata lain wanita memiliki peran domestik yang sangat besar berkaitan dengan urusan kerumahtanggaan.

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Riyanti (2007) tentang perbedaan *Fear of Success* pada wanita wirausaha berdasarkan etnis, tingkat pendidikan dan tempat tinggal, menyimpulkan bahwa wanita wirausaha suku Jawa terbukti paling rendah *fear of success* (suatu persepsi yang memandang bahwa keberhasilan dianggap sebagai suatu yang menakutkan) dibandingkan suku Cina dan Suku Bali.

Dalam budaya Jawa, wanita adalah mata rantai penting dalam rumah tangga. Meskipun wanita Jawa sering dianggap sebagai "*konco wingking*" atau dinomor duakan, tetapi ia menjadi penentu keharmonisan hidup keluarga. Sebagai ibu dan kepala rumah tangga, wanita Jawa harus ulet atau "*ubet*" (Bahasa Jawa yang artinya mampu mengelola ekonomi rumah tangga) Seberapapun besar uang yang diterima dari suami, wanita Jawa tidak boleh mengeluh (representasi dari watak "*sumeleh*" dan "*nrimo*" dalam budaya Jawa).

Jika penghasilan suami tidak mencukupi, maka dengan kesadaran sendiri wanita akan "*cancut tali wandha*" (konsep Jawa berarti sikap untuk terlibat, berperan dan bertanggung jawab) yaitu melakukan berbagai upaya untuk menambah penghasilan keluarga. Namun fungsi istri sebagai manajer rumah tangga inilah yang justru membuat posisi kontrol perempuan Jawa menjadi lebih kuat (Lianawati, 2008). Karena itu meski tidak formal dan bukan pencari nafkah utama, wanita Jawa sudah biasa bekerja dan menganggap keberhasilan dalam kerja adalah hal biasa dan kesuksesan adalah suatu hal yang lumrah sebagai proses dari kerja keras.

Gambaran Wanita Wirausaha Etnis Madura

Dalam budaya Madura, perempuan masih dianggap mempunyai kedudukan di bawah laki-laki dan selalu menjadi yang kedua. Terutama dalam hal pendidikan. Setinggi apapun pendidikan yang ditempuh seorang perempuan, pada akhirnya ketika berumah tangga, mereka akan tinggal diam di rumah untuk mengurus keperluan rumah tangga termasuk mengurus anak. Di wilayah pedesaan Madura, budaya patriarkis dan pembagian kerja antara perempuan dan laki-laki pada umumnya masih sangat kuat dan kental. Karena para laki-laki (suami) di Madura, umumnya mengerjakan pekerjaan sebagai buruh, pedagang dan merantau di Kalimantan atau malah menjadi TKI di luar negeri, maka sebagai istri wanita Madura rela untuk mengerjakan berbagai pekerjaan asal "halal" sebagai bentuk tanggung jawab perempuan terhadap keluarganya. Hal inilah yang membuat waktu mereka sebagian besar semakin tersita untuk melakukan pekerjaan karena terbatasnya waktu. Akibatnya, mereka mengalami kesulitan dalam mengurus dan mendidik

anak mereka masing – masing sehingga anak-anak menjadi terlantar dan kurang mendapat perhatian dari ibunya (Ansori, 2009).

Bekerja bagi perempuan Madura merupakan bentuk perjuangan meraih pengakuan atas kemampuan dirinya (kebutuhan aktualisasi diri). Hal tersebut senada dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ansori (2009) terhadap wanita wirausaha pada industri batik di Madura yang menyimpulkan bahwa konflik ganda pada perempuan dalam perannya sebagai ibu rumah tangga sekaligus pemilik usaha dipicu oleh harga diri yang tinggi. Perempuan dalam mengambil keputusan seringkali didasari pada perasaan atau emosi, hal itu berdampak pada subyektifitasnya ketika menentukan keputusan atau kepentingan pekerjaan, biasanya yang diutamakan adalah yang dapat menimbulkan perasaan dihargai.

Gambaran Wanita Wirausaha Etnis Tionghoa

Pandangan masyarakat tradisional Jawa terhadap wanita Jawa tidak jauh berbeda dengan masyarakat etnis Cina (Tionghoa). Sidharta (1984) mengemukakan bahwa dalam kebudayaan Cina, wanita mempunyai kedudukan yang rendah terutama di kalangan masyarakat yang miskin. Fungsi wanita dalam keluarga hanya mengatur rumah tangga dan menjamin garis keturunan laki-laki. Untuk itu wanita harus selalu bekerja keras, walaupun tidak mendapatkan penghargaan, sedangkan kaum laki-laki lebih banyak mendapatkan keistimewaan.

Budaya wirausaha masyarakat Madura hampir sama dengan orang Cina (Tionghoa) dan juga orang Arab. Hal ini disebabkan karena ketiga suku tersebut adalah bangsa perantau di Jawa Timur. Adicondro (1978) menyatakan bahwa pada umumnya orang-orang perantauan memiliki etos kerja ulet, tekun, hemat dan berani berspekulasi dalam wirausaha. Banyak faktor yang dianggap mempengaruhi keberhasilan etnis Cina di bidang kewirausahaan. Kewirausahaan mereka ditandai oleh keinginan yang tinggi untuk berprestasi (*need for achievement*) dengan menginvestasikan sumber daya dalam usaha jangka panjangnya untuk menghasilkan kesejahteraan materi dan jaminan bagi keluarga serta meningkatkan martabat sosial dalam garis keturunan mereka.

Naisbitt (1995) menyatakan bahwa diantara beberapa sifat orang Cina, kerja keras merupakan faktor utama sedang sifat lain yang tampil cukup menonjol adalah keinginan untuk belajar, kejujuran, disiplin diri dan kemandirian. Menurut Hariyono (1994), apabila dibandingkan dengan orang Jawa yang hampir tidak ada motivasi yang kuat untuk bekerja dan cenderung bekerja untuk hidup dan lebih menekankan pada persiapan hidup di akhirat. Orang Cina, disamping mengejar kehidupan akhirat, mereka juga memiliki motivasi yang kuat untuk bekerja. Orang Cina bekerja keras untuk menjaga nama baik keluarga dan berbakti kepada orang tua agar kebahagiaan akhirat juga tercapai.

Perilaku Inovatif

Scott dan Bruce (1994) menguraikan bahwa apabila dikaitkan dengan dengan perilaku manusia, maka inovasi lebih dikenal sebagai perilaku inovatif yaitu suatu intensi (atau minat) untuk memunculkan, meningkatkan dan menerpakan ide-ide baru dalam tugasnya, kelompok kerjanya atau organisasinya. Semua aktifitas tersebut beorientasi pada pencapaian kinerja karyawan, kelompok atau organisasi. Lebih lanjut, Scott dan Bruce menjelaskan bahwa perilaku inovatif berkaitan dengan perkembangan dan implementasi ide-ide baru yang berdampak pada teori, praktek atau produk yang dirasakan oleh seluruh anggota organisasi. Oleh karena itu perilaku inovatif individu di tempat kerja merupakan dasar dari berbagai perilaku produktif bagi karyawan dan organisasi, sehingga penelitian-penelitian dan kajian-kajian yang berhubungan dengan perilaku inovatif menjadi satu hal yang menarik.

Tri Siwi Agustina

Penelitian tentang determinan–determinan yang membentuk perilaku inovatif diujikan oleh Scott dan Bruce terhadap para 22 pekerja sebuah pusat penelitian dan pengembangan di Amerika Serikat. Penelitian tersebut mengkaji pengaruh atribut–atribut individual, pemimpin, kerja kelompok secara langsung pada perilaku inovatif maupun pengaruh atribut–atribut individual, pemimpin, kerja kelompok secara parsial terhadap perilaku inovatif melalui iklim psikologis untuk berinovasi.

Kleysen dan Street (2001) mendefinisikan perilaku inovatif sebagai kemampuan untuk memperkenalkan, mengaplikasikan dan meningkatkan ide-ide baru yang membawa keuntungan dalam tugasnya termasuk pengembangan ide baru suatu produk atau teknologi. Lucke (2003) menjelaskan perilaku inovatif sebagai pengenalan atas sesuatu atau metode kerja yang baru dan ada usaha untuk memperbaiki metode yang lama. Menurut Zimmerer (2005), perilaku inovatif didefinisikan sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk memperinggi dan meningkatkan taraf hidup. Schumpter dalam Setyawati (2011) menambahkan bahwa perilaku inovatif sebagai proses untuk merubah peluang menjadi ide yang dapat dipasarkan, ide yang *original* memainkan peran penting untuk merubah pemikiran kreatif ke dalam sebuah ide yang lebih bernilai.

Apabila dikaitkan dengan kewirausahaan, maka dapat dikatakan bahwa inovasi mempunyai peranan penting terhadap kesuksesan usaha dan pelakunya seperti yang diungkapkan Zhao (2005) bahwa seorang wirausaha menggunakan inovasi untuk mengembangkan lingkup bisnis mereka dan juga dijadikan sebagai salah satu faktor kritikal dalam penerapan pengalaman manajemen termasuk *total quality management*.

King dan Anderson (2008) menjelaskan inovasi sebagai serangkaian aktivitas atau usaha dalam menghadapi pekerjaan yang melibatkan cara-cara dan ide-ide baru untuk menyelesaikan tugasnya. Kleysen dan Street (2001) menguraikan aspek–aspek perilaku inovatif serta merangkum dari penelitian–penelitian sebelumnya aktivitas yang menyertai masing – masing aspek, sebagai berikut:

- (1) Eksplorasi Peluang (*Opportunity Exploration*), dimana aktivitasnya meliputi : memberi perhatian pada berbagai sumber peluang (*paying attention to opportunity sources*), mencari peluang untuk berinovasi (*looking for opportunities to innovate*), mengenali peluang (*recognizing opportunities*) serta berbagi informasi yang berkaitan dengan peluang (*gathering information about opportunities*).
- (2) Munculnya Gagasan (*Generativity*), dengan aktivitas-aktivitas yang menyertai adalah munculnya gagasan yang memiliki peluang (*generating ideas and solutions to opportunities*), membuat gambaran tentang gagasan serta mengelompokkannya (*generating representations and categories of opportunities*), menggabungkan gagasan dengan informasi (*generating associations and combinations of ideas and information*).
- (3) Faktor ketiga dari perilaku inovatif lebih menekankan pada upaya untuk menemukan bentuk dari sebuah gagasan, solusi dan opini kemudian dilanjutkan dengan tahap uji coba. Aktivitas – aktivitas tahap investigasi formatif meliputi : merumuskan ide dan pemecahan masalah, (*formulating ideas and solutions*), melakukan uji coba ide dan pemecahan masalah (*experimenting with ideas and solutions*), serta mengevaluasi ide dan pemecahan masalah (*evaluating ideas and solutions*).
- (4) Mencari dukungan (*Championing*) dengan aktivitas - aktivitas yang menyertai adalah mobilisasi berbagai macam sumber daya (*mobilizing resources*), meyakinkan dan mempengaruhi orang lain (*persuading and influencing*), menekan dan negosiasi (*pushing and negotiating*), melakukan sesuatu yang menantang dan menghadapi resiko (*challenging and risk taking*).
- (5) Penerapan (*Application*) dengan aktivitas-aktivitas yang menyertai adalah penerapan ide (*implementing*), memodifikasi ide (*modifying*), dan melakukan rutinisasi (*routinizing*).

Hipotesis Penelitian

Terdapat perbedaan perilaku inovatif antara wanita pedagang etnis Jawa, Madura dan Tionghoa di Surabaya “

Metodologi Penelitian

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah wanita pedagang jenis konveksi beretnis Jawa, Madura dan Tionghoa di ITC Mega Grosir Surabaya. Untuk mendapatkan data seperti yang direncanakan akan disebar kuesioner kepada mereka yang sesuai dengan target penelitian. Untuk itu teknik sampling yang digunakan adalah dengan *incidental sampling*. Dengan menggunakan teknik tersebut didapatkan sampel penelitian berjumlah 394 responden.

Instrumen Penelitian

Pengukuran perilaku inovatif didasarkan pada aspek – aspek perilaku inovatif yang dikembangkan oleh Kleysen dan Street (2001). Perilaku Inovatif dijelaskan sebagai kemampuan untuk memperkenalkan, mengaplikasikan dan meningkatkan ide – ide baru yang membawa keuntungan dalam tugas. Dimensi perilaku inovatif meliputi: eksplorasi, menghasilkan ide, melakukan percobaan, mencari dukungan dan penerapan.

Teknik Pengolahan Data

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode rancangan penelitian ANOVA (F-test)

Hasil Penelitian

Gambaran Umum Responden

Jumlah Responden

Jumlah responden dalam penelitian ini seluruhnya adalah 394 responden.

Tabel 4.1
Jumlah Responden Berdasarkan Etnis

Etnis	Jumlah	Persentase
Jawa	152	38.58%
Madura	85	21.57%
Tionghoa	157	39.85%
Total	394	100%

a. Tingkat Pendidikan

Tabel 4.2
Jumlah Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMP	82	20.81%
SMA	136	34.52%
Akademi (Setara)	176	44.67%
Total	394	100%

b. Etnis

Tabel 4.3
Jumlah Responden Berdasarkan Etnis

Etnis	Jumlah	Persentase
Jawa	142	36.04%
Madura	95	24.11%
Tionghoa	157	39.85%
Total	394	100%

c. Hasil Analisis Uji Perbedaan Variabel Perilaku Inovatif berdasarkan Etnis

Tabel 4.4
Nilai Mean Unsur - Unsur Perilaku Inovatif Berdasarkan Etnis

Perilaku Inovatif	Nilai Mean Jawa	Nilai Mean Madura	Nilai Mean Tionghoa
Eksplorasi	33.992	30.788	33.252
Menghasilkan Ide	35.713	32.447	37.965
Melakukan Percobaan	32.777	33.574	34.896
Mencari dukungan	36.800	36.256	37.892
Penerapan	32.075	34.745	35.723

Berdasarkan Tabel 4.5. di atas dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan yang signifikan dalam eksplorasi, menghasilkan ide, melakukan percobaan, mencari dukungan dan penerapan pada wanita pedagang di ITC Mega Grosir Surabaya berdasarkan etnis, dimana secara umum wanita pedagang etnis Tionghoa memiliki unsur – unsur perilaku inovatif paling tinggi, sementara wanita pedagang etnis Madura paling rendah.

DISKUSI

Pada Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa secara umum unsur – unsur perilaku inovatif dari masing – masing etnis nampaknya tidak terlalu jauh selisihnya. Hal itu dapat diartikan bahwa bidang perdagangan yang dijalani oleh para wanita ke tiga etnis tersebut sarat dengan kompetisi dan keberanian untuk berjuang. Mutis (1997) berpendapat bahwa dunia perdagangan mempunyai sifat yang keras, kompetitif, penuh tantangan, beresiko tinggi dan bersifat spekulatif. Karakter demikian menuntut bagi siapapun pelakunya yang hendak terjun dalam dunia perdagangan memiliki karakteristik tertentu.

Berdasarkan pada Tabel 4.5 dapat dilihat bahwa nilai mean dari mencari dukungan yang relatif tidak jauh berbeda antar etnis yang dapat diartikan bahwa dalam berdagang, wanita pedagang dari ketiga etnis tersebut tidak terlepas dari dukungan eksternal (seperti pembeli maupun pemasok) maupun dukungan internal (keluarga : suami, orang tua, anak, saudara kandung). Hal ini sejalan dengan pendapat Hussey (2003) Untuk mengimplentasikan inovasi sering dibutuhkan dukungan dari berbagai sumber agar mendapatkan kekuatan dan keyakinan.

Arti keluarga dalam masyarakat etnis Tionghoa memiliki peran penting. Kerja keras yang mereka lakukan semuanya ditujukan bagi peningkatan derajat keluarga dan demi kepentingan keluarga. Keluarga memiliki peran dalam sistem jaringan usaha mereka. Demikian pula pada wanita etnis Madura, keluarga pada masyarakat etnis Madura merupakan unit terkecil dari persahabatan, tanggung jawab, loyalitas, dukungan, moral, sosialisasi dan bantuan ekonomi. Keluarga memiliki arti yang penting bagi seorang wanita karena adanya batasan – batasan bagi mereka, sehingga dalam beberapa hal mereka tergantung pada keluarganya (Tambunan, 2009).

Perilaku Inovatif Wanita Pedagang etnis Tionghoa

Secara keseluruhan etnis Tionghoa dominan dalam semua unsur perilaku inovatif, hal tersebut menggambarkan bahwa wanita pedagang etnis Tionghoa lebih dominan pula dalam memiliki karakter wirausaha seperti karakter berani mengambil resiko, mudah beradaptasi, memiliki motivasi yang kuat, memiliki kemampuan untuk berinovasi dan berkreaitivitas yang tinggi (*new thinking and new doing*), dapat membaca peluang, serta memiliki visi dibandingkan wanita pedagang etnis Jawa dan Madura.

Keberhasilan wanita pedagang etnis Tionghoa di bidang perdagangan di Indonesia tak terlepas dari sejarah masa lalu. Sebagai warga imigran yang tidak memiliki lahan terlalu luas

Tri Siwi Agustina

(seperti pertanian), tentu selalu harus aktif, dinamis dalam mencari celah – celah usaha lain di luar pertanian dan politik (yang mayoritas dikuasai oleh penduduk asli), didukung oleh keahlian yang diwariskan oleh leluhurnya dari negeri asal. Celah tersebut nampaknya bak gayung bersambut di negeri rantau yang kurang memperhatikan masalah perdagangan. Celah ini sangat mendukung untuk diisi sebagai profesi yang telah mendarah daging sebagai pedagang. Keberhasilan sebagai pedagang yang telah diwarisi tentu juga telah mewariskan sifat-sifat yang dapat mendukung keberhasilan tersebut seperti sifat disiplin, efisien, energik, fokus, gesit, jeli kerja keras, kreatif, rajin, ramah, sabar, semangat, tanggung jawab, ekun, teliti, tepat waktu, teratur, terkendali dan ulet.

Keseluruhan sifat-sifat itu tentu saja tidak begitu saja dimiliki, tetapi sangat dengan sistem pendidikan panjang sejak lahir (penanaman budaya) yang diwarisi warga Tionghoa. Inti ajaran ini tidak terlepas dari pendidikan moral dan budi pekerti, yang bersumber dari ajaran filsafat Tao dan Confusius (atau disebut juga dengan Kong Hu Cu) yang diwariskan oleh leluhur mereka turun temurun. Menurut Munarwan (2011) beberapa etos kerja yang berkaitan dengan motto dan semboyan filsafat Tao adalah : 1) Kerja adalah rahmat, oleh karena itu bekerjalah dengan penuh syukur; 2) Kerja adalah amanah, oleh karena itu bekerjalah dengan benar dan penuh tanggung jawab; 3) Kerja adalah panggilan, oleh karena itu bekerjalah dengan penuh integritas; 4) Kerja adalah aktualisasi, maka bekerjalah dengan penuh semangat; 5) Kerja adalah ibadah, maka bekerjalah dengan serius dan penuh kecintaan; 6) Kerja adalah seni maka bekerjalah dengan cerdas penuh kreativitas; 7) kerja adalah kehormatan, oleh karena itu bekerjalah tekun penuh keunggulan; 8) kerja adalah pelayanan, maka bekerjalah dengan kerendahan hati.

Berkaitan dengan falsafah Confusius, Kuncono (2012) menjelaskan bahwa keberhasilan bisnis yang dibangun oleh kaum Tionghoa tidak terlepas dari ajaran dan etika Confusius yaitu Etika penuh kasih (*Ren*), hemat (*Yi*), tekun dan ulet (*Ti*), penuh kepercayaan (*Xin*), loyal (*Zhi*), setia (*Guanzhi*), dan menyeimbangkan keadaan atau mudah beradaptasi dalam segala keadaan (*Yin Yang*) yang melekat di kalangan etnis Tionghoa serta *the way of life* dalam berbisnis.

Hal-hal demikianlah yang nampaknya mendasari bahwa kaum pedagang wanita Tionghoa berupaya keras untuk unggul (*Championing*) dalam berbisnis dan upaya tersebut terbukti lebih tinggi dibandingkan dengan etnis Jawa dan etnis Madura yang ditandai dengan aktivitas-aktivitas yang menyertai seperti mobilisasi berbagai macam sumber daya (*mobilizing resources*), meyakinkan dan mempengaruhi orang lain (*persuading and influencing*), menekan dan negosiasi (*pushing and negotiating*), melakukan sesuatu yang menantang dan menghadapi resiko (*challenging and risk taking*).

Martaniah dalam Chrisma (2012) berpendapat bahwa orang Tionghoa di Jawa apabila dibandingkan dengan orang Jawa lebih kompetitif, mempunyai usaha yang besar dan sangat mengusahakan prestasi dan mereka memiliki aspirasi yang tinggi. Selanjutnya dikatakan hal ini adalah akibat perbedaan dalam pola pengasuhan anak antara kedua kelompok tersebut. Orang tua keturunan Tionghoa lebih banyak meminta pada anaknya untuk berusaha mencapai prestasi dan sukses, sedangkan orang tua suku Jawa dalam mengasuh anaknya lebih longgar, mereka tidak menekankan permintaan – permintaan pada anaknya. anak orang Jawa dimanjakan, tidak dialatih untuk berdiri sendiri dan dorongan untuk prestasi tidak dihargai dan tidak didorong. Atas dasar tersebut orang Jawa tidak banyak mempunyai kesempatan untuk mengadakan petualangan dan penajagan. Martaniah pula menjelaskan bahwa pendidikan dalam keluarga Jawa tidak bermaksud untuk menghasilkan orang yang berdiri sendiri, akan tetapi bertujuan untuk mendidik orang yang sosial.

Dalam hal aktivitas eksplorasi peluang (*Opportunity Exploration*), wanita pedagang etnis Tionghoa lebih aktif dalam memberi perhatian pada berbagai sumber peluang (*paying attention to opportunity sources*), mencari peluang untuk berinovasi (*looking for*

opportunities to innovate), mengenali peluang (*recognizing opportunities*) serta berbagi informasi yang berkaitan dengan peluang (*gathering information about opportunities*), hal tersebut dilakukan dengan kepandaian mereka menempatkan diri dan ulet. Kemampuannya menempatkan diri dengan penuh hati – hati, menekankan tingginya persaudaraan, kesetiaan dan kepercayaan yang tinggi dengan pelanggan serta sesama pedagang menyebabkan mereka mudah untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan peluang usaha.

Demikian pula pada tahap investigasi formatif yang meliputi : merumuskan ide dan pemecahan masalah, (*formulating ideas and solutions*), melakukan uji coba ide dan pemecahan masalah (*experimenting with ideas and solutions*), serta mengevaluasi ide dan pemecahan masalah (*evaluating ideas and solutions*). Pada Tabel 4,2 dapat dilihat bahwa mean wanita pedagang etnis Jawa lebih rendah daripada mean wanita pedagang etnis Madura dan Tionghoa. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Adicandro dalam Setyorini (2005) yang menyatakan bahwa pada umumnya orang – orang perantauan di Indonesia seperti Tionghoa, Madura, Bugis dan Minang memiliki etos kerja ulet, tekun, hemat dan berani berspekulasi dalam wirausaha.

Perilaku Inovatif Wanita Pedagang Etnis Jawa

Kedudukan wanita Jawa dalam masyarakat Jawa tidak terlepas dari tradisi budaya dan adat istiadat. Dalam konteks budaya Jawa, mereka memilih perdagangan sebagai mata pencaharian utama termasuk dalam kelompok khusus dalam strata masyarakat. Orang Jawa membedakan masyarakatnya dalam dua golongan sosial : 1) wong cilik yang terdiri dari sebagian besar petani dan mereka yang berpendidikan rendah; 2) kaum priyayi termasuk di dalamnya kaum pegawai dan orang – orang intelektual. Selain itu ada kelompok-kelompok kecil tetapi tetap menjaga prestise yang cukup tinggi yaitu kaum ningrat. Sedangkan kelompok pedagang berada di antara kelompok *wong cilik* dan priyayi (Setyorini, 2005).

Bidang perdagangan dianggap sebagai bidang yang tidak layak dilakukan oleh kaum ningrat. Kalangan priyayi Jawa beranggapan bahwa perdagangan dan pekerjaan kasar lainnya bernilai rendah. Anggapan ini nampaknya berasal dari dua anggapan. Pertama, seluruh perilaku perdagangan bertujuan untuk memperoleh keuntungan sehingga ada pihak yang diuntungkan. Hal ini berbeda dengan kebudayaan “halus”. Kedua, kaum pedagang umumnya berasal dari kalangan *wong cilik* yang telah mengalami kenaikan status menjadi golongan menengah yang secara ekonomi mengungguli kaum priyayi.

Partisipasi wanita dalam bidang perdagangan bertolak belakang dengan anggapan umum tentang wanita. Wanita dianggap sebagai golongan masyarakat yang “lembut dan halus budi”, padahal pekerjaan berdagang dianggap bernilai rendah karena penuh dengan trik dan tipu muslihat. Namun kenyataan menunjukkan bahwa tidak sedikit wanita yang mampu bertahan dalam bidang perdagangan. Mereka adalah pedagang – pedagang etnis Jawa yang tangguh dan ulet. Bahkan tak jarang mereka sebagai penunjang ekonomi keluarga saat ini justru banyak yang berfungsi sebagai sumber utama ekonomi keluarga. Dari wawancara yang telah dilakukan, diperoleh suatu pemahaman bahwa pekerjaan sebagai pedagang menuntut suatu totalitas, Mereka tidak bisa mengerjakan tugasnya setengah-setengah, meskipun hanya sekedar bertahan namun tetap membutuhkan keseriusan dan ketekunan. Hal tersebut dapat dilihat dari unsur – unsur perilaku inovatif mereka yang umumnya lebih tinggi dari etnis Madura namun lebih rendah daripada etnis Tionghoa.

Hasil mean aktivitas melakukan percobaan dan penerapan pada wanita pedagang etnis Jawa menunjukkan mean yang lebih rendah dibandingkan kedua etnis yang lain. Hal ini didasari pada tingginya sifat kehati-hatian dalam berdagang yang cukup besar dari wanita pedagang etnis Jawa serta adanya kesadaran bahwa bidang yang mereka tekuni adalah

Tri Siwi Agustina

bidang yang sangat kompetitif, mereka harus bersaing dengan pedagang lain dalam memasarkan barang-barang dagangannya relatif tidak jauh berbeda. Mereka sanggup bertahan saja sudah merupakan kebanggaan dan prestasi tersendiri terlebih dalam kondisi ekonomi yang tidak menentu seperti saat ini.

Rendahnya aktivitas penerapan pada wanita pedagang etnis Jawa tidak terlepas pula dari sikap *nerima ing pandum* yang digambarkan dengan keikhlasan, lekas puas pada apa yang mereka dapat, menerima dengan rasa syukur dan terima kasih serta pasrah terhadap hasil yang telah dicapai. Hanya sedikit yang bekerja keras untuk mencari kekayaan, selebihnya mereka lebih memetingkan ketentraman dan nilai sosial, memiliki sikap ketergantungan dengan pedagang lain dan merasa tidak enak jika menonjolkan diri apalagi melakukan inovasi-inovasi yang lain dan berbeda dengan usahanya. De Jong dalam Wijayanti (2003) menjelaskan bahwa meskipun orang Jawa bersikap pasrah atau menerima nasib bagi mereka status atau prestis merupakan sesuatu yang penting atau utama.

Pada aktivitas mencari dukungan, wanita pedagang etnis Jawa memiliki mean 36.800 yang lebih tinggi dibandingkan wanita pedagang etnis Madura. Keberhasilan wanita pedagang etnis Jawa menurut Setyowati (2006) tidak terlepas dari faktor – faktor lain di luar mereka yaitu pembeli atau pelanggan yang membeli barang dagangan mereka. Di samping itu wanita pedagang etnis Jawa juga tidak terlepas dari dukungan keluarga seperti suami, anak dan keluarga. Peran keluarga menjadi motivasi tersendiri bagi mereka sehingga dalam bekerja menjadi lebih bersemangat dan dapat lebih berhasil.

Perilaku Inovatif Wanita Pedagang Etnis Madura

Secara keseluruhan mean unsur – unsur perilaku inovatif wanita pedagang etnis Madura paling rendah dibandingkan dengan wanita pedagang 2 (dua) etnis lainnya yakni etnis Jawa dan etnis Tionghoa. Rendahnya aktivitas eksplorasi peluang yang dilakukan oleh wanita pedagang etnis Madura ditengarai karena beberapa hal seperti rendahnya tingkat pendidikan wanita pedagang etnis Madura yang rata – rata menamatkan SMP, mayoritas SMA dan sederajat dan beberapa yang mengenyam pendidikan perguruan tinggi/akademi dibandingkan dengan wanita pedagang etnis Jawa dan Tionghoa dimana rata – rata mengenyam pendidikan Sekolah Menengah Atas sederajat hingga perguruan tinggi/akademi. Pernyataan ini didasarkan pada pernyataan Riyanti (2007), bahwa semakin tinggi jenjang pendidikan, maka semakin tinggi pula perilaku inovasi mereka. Selain itu, alasan lain yang mendasari rendahnya aktivitas eksplorasi wanita pedagang etnis Madura karena rendahnya aktivitas mencari peluang untuk berinovasi (*looking for opportunities to innovate*) terkendala masalah mobilitas karena dihadapkan pada tuntutan tanggung jawab terhadap keluarga yang lebih tinggi dibandingkan wanita pedagang etnis Jawa dan wanita pedagang etnis Tionghoa.

Selain pendidikan, pengaruh agama Islam sangat berpengaruh pada etos kerja wanita pedagang etnis Madura. Agama Islam bekerja adalah fitrah dan sekaligus identitas manusia. Dengan bekerja, manusia memuliakan dirinya sehingga orang yang enggan bekerja, malas dan tidak mau mendaya gunakan potensi yang dimiliki sesungguhnya melawan fitrahnya sendiri dan menurunkan derajat manusia. Sebagaimana diketahui, masyarakat etnis Madura sangat kental dalam keyakinan agama mereka sehingga nilai – nilai agama Islam-lah yang menjadi etos kerja mereka. Purhantara (2010) sikap religius masyarakat Madura dalam berdagang yang lebih unggul adalah lebih mengutamakan kualitas (= halal) daripada kuantitas yang akhirnya mengabaikan keyakinan mereka.

Hasil wawancara dengan responden pun membuktikan bahwa berdagang bagi wanita pedagang etnis Madura adalah suatu keharusan. Mereka harus membantu suami mereka dalam mencari nafkah untuk keluarga. Terlebih dalam situasi ekonomi yang serba tidak pasti, mereka tidak bisa menyerahkan sepenuhnya kebutuhan ekonomi keluarga pada suami. Dengan rela hati dan dengan kesadaran penuh mereka membantu suami untuk bekerja dengan berdagang.

Sekalipun secara umum unsur-unsur perilaku inovatif wanita pedagang etnis Madura lebih rendah, namun mean aktivitas penerapan lebih tinggi daripada mean aktivitas penerapan wanita pedagang etnis Jawa hal ini dapat dimaknai bahwa sebagai masyarakat perantauan yang ada di Surabaya, wanita pedagang etnis Madura ingin menunjukkan motivasi yang tinggi dalam bertahan hidup dan mandiri dalam tujuannya memperbaiki ekonomi diri dan keluarganya.

Demikian pula pada mean aktivitas melakukan percobaan dari wanita pedagang etnis Madura yang lebih tinggi daripada wanita pedagang etnis Jawa menunjukkan keuletan etnis Madura dalam mencari nafkah. Seperti halnya diungkapkan Purhantara (2010) masyarakat etnis Madura memegang teguh ungkapan *kar-kar colpe* yang artinya orang Madura akan selalu berperilaku layaknya seekor ayam yang mencakar – cakar tanah untuk mencari makanan meskipun yang didapat sedikit namun hal itu terus dilakukan dengan penuh semangat dan keuletan hingga akhirnya kenyang.

Mean terhadap aktivitas menghasilkan ide yang dilakukan oleh wanita pedagang etnis Madura lebih rendah daripada wanita pedagang etnis Jawa dan etnis Madura memiliki keterkaitan dengan aktivitas eksplorasi yang juga memiliki nilai mean yang rendah dibanding dua etnis yang lain. Seperti halnya telah diungkapkan di bagian sebelumnya bahwa faktor latar belakang pendidikan sangat berperan dalam kedua aktivitas tersebut. Dalam melakukan aktivitas eksplorasi, mereka mengabaikan melakukan studi kelayakan bisnis, karena mereka tidak terbiasa untuk melakukan hal itu, sehingga hitung – hitungan sederhana lebih penting asalkan tidak rugi. Bagi mereka yang terpenting adalah peluang pemasaran ketersediaan bahan baku, karena buat apa memiliki usaha kalau tidak ada yang membeli, sehingga aktivitas eksplorasi dan menghasilkan ide yang mereka lakukan lebih difokuskan dengan cara survei usaha terhadap suatu usaha yang belum ada di suatu lokasi tertentu bukan melihat sisi seberapa besar tingkat permintaan pasar terhadap suatu produk atau jasa.

SIMPULAN

Terdapat pengaruh perilaku inovatif pada keberhasilan usaha wanita pedagang di Surabaya. Terdapat pula perbedaan perilaku inovatif antara tiga kelompok etnis wanita pedagang di Surabaya, dimana :

1. Secara keseluruhan unsur – unsur perilaku inovatif dari wanita pedagang etnis Tionghoa lebih unggul dibandingkan dengan wanita pedagang etnis Jawa dan etnis Madura.
2. Aktivitas eksplorasi, melakukan percobaan dan penerapan yang dilakukan wanita pedagang etnis Jawa lebih rendah daripada wanita pedagang etnis Madura dan Tionghoa
3. Aktivitas menghasilkan ide dan mencari dukungan yang dilakukan wanita pedagang etnis Madura lebih rendah daripada wanita pedagang etnis Jawa dan Tionghoa.

DAFTAR REFERENSI

- Alma, B., 2007, *Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum*, Cetakan Kesebelas, Penerbit Alfabeta, Bandung
- Anshori, I., 2009, *Dual Role Conflict of Small Business Women Entrepreneur in Madura, Proceedings of ICIES – School of Business Management*, Bandung Institute of Technology
- Chrisma, I.Y.M., 2009, *Perilaku Kewirausahaan Ditinjau Dari Motivasi Berprestasi Pada Etnis Cina dan Jawa di Perumahan Tanah Mas di Semarang*, Skripsi (Tidak dipublikasikan), Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata, Semarang

Tri Siwi Agustina

- Jong, D., & Hartog, D., 2007, Individual Innovation, *The Connection Between Leadership and Employees' Innovative Work Behavior*, Disertasi, Faculteit Economie en Bedrijfskunde, Universiteit van Amsterdam.
- Djakfar, M., Etos Bisnis Etnis Madura Perantauan di Kota Malang: Memahami Dialektika Agama dengan Kearifan Lokal.
- Idris, A., 2008, Cultivating Innovation through Female Leadership: The Malaysian Perspective, *Asian Social Science*, Vol. 4, No. 6.
- Idris, A., 2009, Management Styles and Innovation in Women Owned Enterprises, *African Journal of Business Management*, Vol. 3 (9), hal. 416 – 425.
- Jamal, M., 2011, Job Stress, Job Performance and Organizational Commitment in a Company: An Empirical Examination in Two Countries, *International Journal of Business and Social Sciences*, Vol. 2 No.20.
- Kariv, D., 2008, The Relationship between Stress and Business Performane among Men and Women Entrepreneurs, *Journal of Small business and Entrepreneurship*, 21, no. 4, hal. 449 – 476.
- Kleysen, R.F & Street, C.T., 2001, Toward A Multi-Dimensional Measure Of Individual Innovative Behavior, *Journal of Intellectual Capital*, Vol.2, No. 3, hal. 284 – 296.
- Kompulla,R., & Reijonen, H., 2007, Perception of success and its effect on small firm performance, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol.14, No.4, hal. 689 – 701.
- Lay, K.P., Nathan, R.J., Tan, K.S., & Chuan B.B., 2010, Effect of Innovation to Success of Female Entrepreneurs, *Journal of Innovation Management in Small and Medium Enterprises*, Vol.2010, Article ID 369877, 14 pages.
- Lianawati, E., 2008. Kesejahteraan psikologis Istri Ditinjau dari perbedaan Sikap Peran Gender Pada Pasutri Muslim, Thesis, Program Pascasarjana Universitas Indonesia
- Lucke, 2003, *Managing Creativity and Innovation*, Harvard Bussiness School Publishing Corporation, USA
- Munarwan, H., 2011, *Resep Sukses Bisnis Ala Orang Cina*, Penerbit Arasak, Jakarta
- Mulyono, F., 2009, Inovasi: Sebuah Pengantar, *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 4 No. 2, hal.99 – 113.
- Mutis,T, (1995) *Kewirausahaan yang Berproses*, Grasindo, Jakarta.
- Organization for Economic Co-operation and Development (OECD), 2004, "Promoting Entrepreneurship and Innovative SMEs in a Globale Economy: Towards a More Responsive and Inclusive Globalization" *Proceedings of OECD Conference on Women's Entrepreneurship: Issues and Policies*, Istanbul, Turkey
- Purhantara, Wahyu (2010), *Perilaku Usaha Dalam Masyarakat Madura Perantauan di Kabupaten Sleman*, Jurnal Solusi, Volume 5 nomor 2, Tahun 2010
- Riyanti, B.P.D., 2007, Fear of Success dan Risk Taking pada Wirausaha Wanita Bali, *Jurnal Penelitian Psikologi*, Vol. 12, No. 2.
- Setyawati, S.M, Shariff, M.N.M, Saud, B.M., 2011, Effects of Learning, Networking and Innovation Adoption on Successful Entrepreneurs in Central Java, Indonesia, *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 2 No. 5.
- Setyorini, T.D, 2005, Pengaruh Sikap Tradisional Non-Tradisional dan Locus of Control Terhadap Motivasi Berprestasi Pada Wanita Pedagang Batik Tiga Kelompok Etnis di Pasar Klewer, Surakarta, *Buku kumpulan artikel "Peran Budaya Organisasi dalam Peningkatan Unjuk Kerja Perusahaan"*, Penerbit Bagian Psikologi Industri dan Organisasi, Fakultas Psikologi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Sukesi,K., Wisaptiningsih, U., & Nurhadi, I., Indigeneous Knowledge Tentang Spirit dan Energi Sosial Potensial Perempuan madura dalam Konteks Perubahan Sosial di Indonesia, *Jurnal Ilmu – Ilmu Sosial*, Universitas Brawijaya, Vol. 20, Nomor 02.
- Sutarto, Ayu. 2006. *Bende Media Informasi Seni dan Budaya*. Surabaya: Pemerintah Provinsi Jawa Timur Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Taman Budaya.
- Tambunan, T.H, 2009, Women Entrepreneurship in Asian Developing Countries; Their main Constraints And Personal Reasons, *Proceedings dari ICIES – School of Business Management*, Bandung Institute of Technology.

- Wincent J., & Ortqvist D., 2006, Analyzing the Structure of Entrepreneur Role Stress, *Journal Business and Entrepreneurship*, Vol. 18, No.2
- Zhao, F., 2005, Exploring synergy Between Entrepreneurship and Innovation *International Journal Entrepreneur Behavior*, Vol. 11 (1); hal. 25 – 41