

PENGUSAHA PEREMPUAN SEBAGAI AGEN PERUBAHAN: STUDI KOMPARASI PERAN PEREMPUAN SEBAGAI WIRAUSAHA SOSIAL DI NEGARA BERKEMBANG

REMBULAN CATRA BANYU BIRU*¹⁾, RAHMAT FAHMI*²⁾, EKO SULISTIONO³⁾

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Cenderawasih, Jayapura
e-mail: ³ekosulistiono@upi.edu

*) Korespondensi: ¹rembulancatrabanyubiru@upi.edu; ²rahmatfahmi@upi.edu

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masalah sosial yang dihadapi beberapa negara berkembang. Kontribusi pengusaha perempuan sangat berperan penting. Kewirausahaan perempuan dapat dikatakan sebagai agen perubahan karena memainkan peran penting dalam pembangunan sosial ekonomi dan dalam pengentasan kemiskinan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkomparasikan peran perempuan sebagai wirausaha sosial di negara berkembang. Objek penelitian ini adalah pengusaha perempuan dari negara-negara berkembang yaitu Indonesia, Malaysia, Sub-saharan Africa, India, dan Kamerun. Content analysis merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengusaha perempuan di negara berkembang telah memberikan kontribusi yang signifikan kepada masyarakat mereka dengan mengadopsi model bisnis untuk menawarkan solusi kreatif untuk masalah sosial yang dihadapi. Dengan kata lain pengusaha perempuan telah menjadi agen perubahan dalam masyarakat. Temuan baru yang didapatkan bahwa dalam konteks kewirausahaan sosial perempuan lebih cocok untuk memimpin usaha sosial.

Kata Kunci: pengusaha perempuan; agen perubahan; wirausaha sosial; usaha sosial

ABSTRACT

This research is motivated by the social problems faced by several developing countries. The contribution of women entrepreneurs is very important. Women's entrepreneurship can be said to be an agent of change because it plays an important role in socio-economic development and in poverty alleviation. The purpose of this study is to compare the role of women as social entrepreneurs in developing countries. The object of this research is women entrepreneurs from developing countries, namely Indonesia, Malaysia, Sub-Saharan Africa, India, and Cameroon. Content analysis is a method used to analyze data. The results show that women entrepreneurs in developing countries have made a significant contribution to their society by adopting business models to offer creative solutions to social problems at hand. In other words, women entrepreneurs have become agents of change in society. The new findings show that in the context of social entrepreneurship, women are more suitable to lead social enterprises.

Keywords: women entrepreneurs; change agents; social entrepreneurs; social enterprises

PENDAHULUAN

Perempuan adalah kelompok terbanyak yang memiliki masalah besar dalam hal

pengangguran, tidak hanya karena pendidikan tetapi juga perempuan pekerja sering mendapatkan gaji diskriminasi yang biasanya

lebih rendah dari laki-laki. Inilah salah satu tantangan sosial ekonomi untuk wanita (Hani dkk., 2012). Tidak hanya banyak wanita yang berhasil karir, tetapi juga banyak perempuan yang berhasil dalam bisnis. Mereka mampu melihat peluang dan memiliki keberanian untuk berinovasi. Dari kenyataan yang ada di lapangan, maka para perempuan melalui badan usaha kecil-kecilan merupakan salah satu faktor penting dalam pembangunan perekonomian (Hani dkk., 2012). Pembangunan tersebut dapat mengarah pada pemberdayaan perempuan dan transformasi sosial, yang pada gilirannya dapat berkontribusi dalam mengurangi kemiskinan dan mendukung pembangunan ekonomi di negara tersebut (Anggadwita & Dhewanto, 2016). Dengan demikian perempuan harus diikutsertakan secara sistematis dalam pembangunan (Bridget dkk., 2013).

Di seluruh dunia, individu yang memiliki kesadaran sosial telah memperkenalkan dan menerapkan model bisnis inovatif untuk mengatasi masalah sosial yang sebelumnya diabaikan oleh bisnis, organisasi pemerintah dan non-pemerintah (LSM) (Zahra dkk., 2009). Pada konteks kewirausahaan sosial, penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa perempuan lebih cocok untuk memimpin usaha sosial (Rosca dkk., 2020). Pengusaha sosial memberikan kontribusi kepada masyarakat dan mengadopsi model bisnis untuk menawarkan solusi kreatif untuk

masalah sosial (Zahra dkk., 2009). Topik kewirausahaan perempuan telah banyak mendapat perhatian, khususnya tidak memberikan contoh peran kewirausahaan perempuan dalam mendorong pembangunan ekonomi dan pengentasan kemiskinan (Yadav & Unni, 2016). Saat ini, perempuan diberdayakan secara sosial dan ekonomi dengan menghasilkan bisnis mereka sendiri (Kumar & Mishra, 2016).

Sejak awal 2000-an, kewirausahaan wanita dianggap sebagai sumber utama inovasi dan pertumbuhan (Rosca dkk., 2020). Dalam konteks kewirausahaan sosial, penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa perempuan lebih cocok untuk memimpin usaha sosial (Rosca dkk., 2020). Pengusaha perempuan memainkan peran penting dalam ekonomi lokal dan sebagian besar usaha mikro di negara berkembang dilakukan oleh perempuan (Sharma dkk., 2012). Perempuan berada dalam posisi yang lebih baik untuk memimpin usaha sosial daripada pria, karena sifat feminin yang lebih berbelas kasih, berempati, dan emosional (Muntean & Pan, 2016).

Kewirausahaan sosial mencakup kegiatan dan proses yang dilakukan untuk menemukan, mendefinisikan, dan memanfaatkan peluang untuk meningkatkan kekayaan sosial dengan membuat usaha baru atau mengelola organisasi yang ada dengan cara yang inovatif (Zahra dkk., 2009)

Biru dkk., Pengusaha Perempuan Sebagai Agen Perubahan...

Berdasarkan karya Hayak, Kirzner dan Schumpeter, mengidentifikasi tiga jenis wirausaha sosial, yaitu: Bricoleur Sosial, Konstruksi Sosial, dan Insinyur Sosial. Bricoleur Sosial biasanya berfokus pada menemukan dan menangani kebutuhan sosial skala kecil. Konstruksi Sosial biasanya mengeksploitasi peluang dan kegagalan pasar dengan mengisi celah untuk klien yang kurang terlayani untuk memperkenalkan reformasi dan inovasi ke sistem sosial yang lebih luas. Akhirnya, Insinyur Sosial mengenali masalah sistemik dengan struktur sosial yang sudah ada dan mengatasinya dengan memperkenalkan perubahan revolusioner (Zahra dkk., 2009). Namun, Leonard dkk. (2008) mengemukakan perspektif yang berbeda dalam era kewirausahaan sosial pasca modernisasi dimana masyarakat harus mencari cara inovatif untuk memfasilitasi kelompok sasaran tersebut. Teknologi tinggi dan lanskap bisnis yang cepat berubah mungkin memerlukan skema bantuan keuangan dan non-keuangan yang sangat komprehensif namun bersahabat yang sampai batas tertentu dapat mendukung media pendanaan baru seperti pendanaan bersama dibandingkan dengan instrumen konvensional. Pendanaan massal dalam arti mendanai usaha bisnis yang unik secara spiritual merupakan bagian dari dimensi masa depan kewirausahaan sosial. Dalam ekosistem kewirausahaan, pengusaha

perempuan dianggap sebagai mesin pertumbuhan baru dari pembangunan sosial ekonomi (Nasir dkk., 2019).

Tulisan ini bertujuan untuk mengkomparasikan dari beberapa hasil penelitian mengenai peran perempuan sebagai wirausaha sosial di negara berkembang. Obyek penelitian ini adalah pengusaha perempuan dari negara-negara berkembang yaitu Indonesia, Malaysia, Sub-saharan Afrika, India, dan Kamerun. Diharapkan manfaat dari temuan penelitian ini dapat diterapkan oleh masyarakat pada kehidupan nyata.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian komparatif, dimana penelitian akan difokuskan pada analisis untuk membandingkan suatu objek penelitian antar subjek yang berbeda dalam kurun waktu yang sama. Objek penelitian dalam penelitian ini terdiri dari pengusaha perempuan dari negara-negara berkembang yaitu Indonesia, Malaysia, Sub-saharan Africa, India, dan Kamerun. Tulisan ini mencoba untuk mengkomparasikan beberapa hasil penelitian terkait peran perempuan sebagai wirausaha sosial di beberapa negara berkembang. Content analysis digunakan untuk menganalisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pengusaha perempuan didefinisikan sebagai “orang yang mengembangkan bisnis baru dan secara aktif berpartisipasi dalam menjalankan usaha mereka yang dapat dilakukan secara formal di mana bisnis terdaftar atau dengan cara informal di mana bisnis tidak terdaftar secara resmi” (Anwar & Rashid, 2011). Kewirausahaan perempuan bukanlah konsep baru (Zeb & Ihsan, 2020). Wanita sebelum abad ke-20 memiliki usaha kecil dan menengah untuk mengurangi kemiskinan (Nasir dkk., 2019). Kewirausahaan di kalangan perempuan merupakan fenomena terkini. Ketika sebuah perusahaan didirikan dan dikendalikan oleh seorang perempuan, itu tidak hanya meningkatkan pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memiliki banyak hasil yang diinginkan (Sharma dkk., 2012).

Wanita adalah unit dasar masyarakat. Wanita dapat melakukan keajaiban dengan keterlibatan mereka yang efektif dan kompeten dalam kegiatan kewirausahaan (Sharma dkk., 2012). Mereka menjadi lebih penting sebagai solusi jangka panjang untuk mata pencaharian yang berkelanjutan. Kewirausahaan perempuan melalui pemberdayaan bertujuan untuk menciptakan sumber daya manusia di sektor produktif dan berkelanjutan untuk proses pembangunan selanjutnya (Kumar, 2016).

Kewirausahaan perempuan dianggap sebagai alat penting dalam memungkinkan pemberdayaan perempuan dan emansipasi (Anwar & Rashid, 2011).

Pengusaha perempuan memainkan peran penting dalam ekonomi lokal dan sebagian besar usaha mikro di negara berkembang dilakukan oleh perempuan (Sharma dkk., 2012). Pengusaha wanita dapat memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan diri dan menciptakan kesadaran pada wanita lain untuk mempromosikan kemandirian (Sharma dkk., 2012). Kewirausahaan perempuan membuka jalan bagi perempuan lain dengan memberi mereka kesempatan kerja dan meningkatkan taraf hidup mereka (Zeb & Ihsan, 2020). Kegiatan produktif perempuan ditujukan sebagai upaya memberdayakan mereka secara ekonomi dan mampu memberikan kontribusi lebih bagi pertumbuhan ekonomi.

Indonesia

Berdasarkan hasil survei dari penelitian Anggadwita dkk. (2015) di Indonesia bahwa pengusaha perempuan muslim di Indonesia menjalankan usahanya sebagai bentuk ibadah kepada Tuhan. Dalam Islam, apapun harus memiliki niat untuk berdoa untuk memberkatinya, dan cara yang lebih mudah untuk mendapatkan keberkahan. Kewirausahaan adalah pekerjaan yang mulia dan mendapatkan tempat terhormat dalam

Biru dkk., Pengusaha Perempuan Sebagai Agen Perubahan...

Islam, di mana Allah telah mengizinkan jual beli dan riba yang dilarang (Al-Baqarah: 275). Selain itu, hasil survei menemukan bahwa sebagian besar responden memulai usahanya pada usia 25 tahun. Bagi perempuan pengusaha merupakan hal yang positif karena memiliki kesiapan yang lebih tinggi untuk terjun ke dunia bisnis. Berdasarkan latar belakang pendidikan, dominasi lulusan SMA. Ternyata, ada perempuan pengusaha yang hanya mencapai jenjang pendidikan dasar. Fakta-fakta tersebut menunjukkan bahwa perempuan pengusaha membutuhkan pendidikan dan pelatihan yang lebih baik untuk meningkatkan kemampuannya dalam mengembangkan usaha. Apalagi mayoritas perempuan pengusaha muslim sudah berkeluarga, sehingga sudah memiliki beban tanggung jawab terhadap suami dan anak. Ini berdampak pada pengaturan dalam manajemen waktu mereka, di mana mereka harus mampu menyeimbangkan tanggung jawab mereka dalam bisnis dan keluarga. Selain itu, motivasi utama perempuan pengusaha adalah kebutuhan ekonomi, yang dimaklumi karena sekitar 25% suaminya tidak bekerja. Nyatanya, suami membantu mereka menjalankan bisnis. Dengan demikian, hal tersebut mengindikasikan bahwa perempuan pengusaha sedang berupaya membantu perekonomian keluarga. Skala usaha yang dijalankan oleh pengusaha perempuan muslim di Indonesia didominasi oleh usaha

mikro. Hasil survei mengungkapkan bahwa kebanyakan dari mereka berkecimpung di bidang kuliner dan perdagangan.

Studi tersebut menyimpulkan bahwa Islam mendukung penuh kewirausahaan perempuan. Wanita semakin tertarik berwirausaha. Di era globalisasi ini banyak yang tertarik berwirausaha dan mandiri sebagai salah satu bentuk emansipasi wanita. Hal tersebut berdampak pada peningkatan perekonomian keluarga, kemandirian perempuan dan aktualisasi diri yang pada akhirnya akan mendukung perekonomian nasional. Untuk lebih menumbuhkan dan mengembangkan kewirausahaan perempuan, kendala tersebut harus diatasi. Dibutuhkan bantuan dan kolaborasi dari semua pemangku kepentingan, yaitu pemerintah, akademisi, industri, lembaga keuangan, dan masyarakat.

Malaysia

Berdasarkan hasil penelitian dari Abdullah dkk (2015) di Malaysia bahwa kewirausahaan merupakan salah satu agenda penting Kementerian Pendidikan Malaysia sejak tahun 2010. Kewirausahaan sosial yang meliputi Enactus dan Women in Sosial Enterprise (WISE) merupakan salah satu elemen penting dari program kewirausahaan universitas. WISE adalah program dimana siswa tinggal bersama wanita pengusaha yang berafiliasi dengan Amanah Ikhtiar Malaysia untuk menguntungkan kedua belah pihak. Secara deskriptif menganalisis

kolaborasi inovatif ini dan dampaknya bagi mahasiswa dan perempuan pengusaha. Jika ternyata program tersebut berdampak positif bagi semua peserta; perempuan pengusaha melalui keterlibatan dan masukan intelektual siswa dan untuk siswa melalui pembelajaran kewirausahaan secara langsung.

Program ini telah memberdayakan perempuan untuk menentukan nasib mereka sendiri dengan menawarkan bantuan keuangan kecil yang memotivasi mereka untuk terjun ke dunia bisnis dan membimbing mereka agar mandiri dan berkelanjutan secara finansial. Perempuan pengusaha juga ditanyai tentang manfaat program bagi usaha mereka yang sebagian besar menjawab dengan tegas. Dengan bantuan mahasiswa relawan sebagai putra atau putri angkat, para perempuan pengusaha ini mampu meningkatkan strategi pemasaran dan promosi mereka. Mereka juga diajari cara meningkatkan harga dan pengemasan produk mereka. Karena sebagian besar perempuan pengusaha ini tidak berpendidikan tinggi, kehadiran mahasiswa telah membantu mereka memahami teori-teori kewirausahaan dan mempelajari beberapa keterampilan baru yang diperlukan dalam dunia bisnis. Para mahasiswa juga sempat mengekspos para perempuan pengusaha ini tentang penggunaan media sosial dalam mempromosikan usahanya. Itu merupakan pengalaman yang membuka mata bagi para

wanita pengusaha ke dunia media sosial. Untuk pertanyaan terakhir, semua responden setuju bahwa program ini perlu didukung dan dikembangkan di masa mendatang karena telah memberikan manfaat bagi semua pemangku kepentingan yang terlibat, baik perempuan pengusaha, relawan mahasiswa bahkan para pembimbing akademik.

Siswa juga menemukan bahwa mereka mampu menerapkan pengetahuan tentang kewirausahaan, soft skill, kepemimpinan dan manajemen yang dipelajari di sekolah dalam situasi dunia nyata. Beberapa siswa berada dalam situasi yang agak sulit dan beberapa diantaranya sangat miskin. Dengan mereka mampu menerapkan pengetahuan tentang kewirausahaan, soft skill, kepemimpinan dan manajemen yang dipelajari di sekolah dalam situasi dunia nyata, mereka mengalami kemajuan dalam hal ekonomi melalui pengusaha perempuan pada program WISE.

Sub-saharan Africa

Berdasarkan hasil penelitian dari Amine & Staub, (2009) di Sub-saharan Africa menunjukkan bahwa pengusaha perempuan di sub-Sahara Afrika menghadapi berbagai tantangan menakutkan yang timbul dari lingkungan sosial-budaya, ekonomi, hukum, politik, dan teknologi tempat mereka tinggal. Selain itu, kondisi yang tidak menguntungkan dalam sistem regulasi, normatif, dan kognitif lokal menambah beban perempuan yang ingin

Biru dkk., *Pengusaha Perempuan Sebagai Agen Perubahan...*

menjadi wirausaha atau mengembangkan usaha wirausaha. Untuk mengatasi masalah khusus gender ini, pemasaran sosial direkomendasikan dengan tujuan (1) mengubah keyakinan, sikap, dan perilaku sosial yang berdampak negatif terhadap perempuan pengusaha, dan (2) memperbaiki kondisi dalam sistem kelembagaan dan lingkungan pasar. Rekomendasi dalam makalah ini menyarankan bagaimana membawa perubahan sikap terhadap perempuan, pekerjaan dan usaha mandiri mereka.

India

Penelitian dari Agarwal dkk. (2020) di India bertujuan untuk menentukan seberapa efektif usaha sosial perempuan menyikapi diskriminasi gender untuk memberdayakan perempuan secara langsung. Pengusaha sosial percaya bahwa kesetaraan wanita dibangun oleh dampaknya pada penerima manfaat, wirausahawan lain, karyawan, dan norma masyarakat. Ia memiliki kekuatan untuk berkontribusi lebih banyak.

Kewirausahaan bukanlah tentang gender; Ini adalah kenyataan yang mengganggu bahwa perempuan terus-menerus dihadapkan dengan banyak hambatan daripada rekan laki-laki mereka. Pengusaha sosial perempuan pada awalnya memulai dengan pekerjaan dan kegiatan kecil, mereka menargetkan isu-isu yang memiliki artikulasi lokal tetapi memiliki makna

nasional dan internasional, misalnya penciptaan lapangan kerja, inovasi dan kreasi, mendorong perempuan lain sebagai pengusaha, kemandirian atau membantu orang miskin dan sebagainya. Penelitian ini mengeksplorasi faktor-faktor personal (keseimbangan kehidupan kerja, pengalaman dan pendidikan dan pelatihan kewirausahaan), sosial (identitas sosial, keluarga, teman dan panutan), lingkungan (pemerintah, LSM, lembaga keuangan dan budaya) dan Lingkungan (tindakan, pembelajaran eksperiensial, sosial dan perwakilan) untuk pengembangan kerangka konseptual holistik kompetensi (kewirausahaan, pribadi, sosial dan manajerial) untuk mendorong pertumbuhan berkelanjutan wirausaha sosial perempuan. Studi ini menambah nilai dari perspektif teoritis dan kebijakan.

Hasil penelitian menambah literatur yang ada dengan mengembangkan model holistik untuk menciptakan usaha sosial yang lebih kompeten, tangguh, sukses dan berdampak. Dari perspektif kebijakan, studi ini menunjukkan bahwa akademisi dan pembuat kebijakan harus menekankan pada kebijakan promosi dan program pembangunan untuk mendorong perempuan menjadi wirausaha. Penelitian ini juga menekankan kepada pembuat kebijakan untuk memperluas penggunaan model wirausaha sosial yang disajikan dalam penelitian ini di kalangan

perempuan, memperkuat asosiasi dengan paket investasi, pendampingan, dukungan dan pelatihan.

Selama peninjauan dan analisis kasus, telah diamati bahwa faktor pribadi, sosial dan lingkungan telah mempengaruhi perkembangan pembelajaran dan kompetensi kewirausahaan yang sangat penting bagi keberhasilan wirausaha sosial perempuan.

Kamerun

Secara kritis mengeksplorasi kerangka teoretis untuk menganalisis peran manajer perempuan pemilik dari perusahaan pariwisata kecil sebagai wirausahawan sosial. Melalui analisis kualitatif dari penelitian Kimbu & Ngoasong (2016) di Kamerun bahwa artikel tersebut memberikan bukti tentang bagaimana wanita mengintegrasikan tujuan transformasi sosial dan komersial dalam strategi bisnis mereka, sambil melayani komunitas tertentu di sekitar sektor pariwisata. Kerangka kerja ini dapat diterapkan untuk menganalisis keadaan di mana perempuan dapat dianggap sebagai wirausaha sosial dan dampaknya yang terkait pada pembangunan lokal di sekitar pariwisata.

Dalam mempelajari manajer perempuan pemilik dari perusahaan pariwisata kecil di Kamerun, dengan mengungkap bagaimana perempuan sebagai pengusaha sosial, menggunakan perusahaan pariwisata kecil mereka sebagai platform untuk pembangunan melalui pelatihan,

lapangan kerja/penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan seputar pariwisata. Penelitian ilmu sosial pariwisata yang ada saat ini berfokus pada perempuan sebagai pekerja dan peran mereka dalam angkatan kerja pariwisata, dengan alasan bahwa peran tersebut telah memungkinkan perempuan untuk menciptakan identitas diri 'baru' dengan mengamankan kemandirian ekonomi dan sosial dengan cara yang berdampak pada anggota masyarakat lainnya.

Determinan ideal dari wirausaha sosial ini didukung oleh sub-determinan terkait yang muncul dari analisis. Dengan menganalisis pengalaman perempuan pemilik/pengelola perusahaan pariwisata kecil di Kamerun, sebuah tujuan wisata yang baru muncul, temuan-temuan menunjukkan bahwa perempuan dan perusahaan pariwisata kecil yang mereka kelola merupakan tipikal pekerja sosial dan / atau konstruksionis sosial karena mereka bertindak berdasarkan peluang yang ditemukan secara lokal dengan sumber daya yang tersedia secara lokal untuk membuat perusahaan pariwisata kecil yang berskala kecil, namun memberikan solusi yang diimprovisasi untuk masalah-masalah sosial lokal skala kecil.

Pembahasan

Temuan di atas memiliki implikasi praktis dan kebijakan untuk mendukung perempuan mengatasi hambatan yang ada dalam mengidentifikasi dan mengejar peluang

kewirausahaan sosial (Amine & Staub, 2009) dengan cara yang meningkatkan pembangunan lokal di sekitar pariwisata. Berdasarkan analisis dari perbandingan hasil penelitian di beberapa negara mengenai peran perempuan sebagai wirausaha sosial di negara berkembang (Tabel 1).

Tabel 1. Komparasi dari beberapa hasil penelitian mengenai peran perempuan sebagai wirausaha sosial di negara berkembang.

Penulis (Tahun) dan Negara	Temuan
(Anggadwita, Mulyaningsih, Ramadani, & arwiyah, 2015) Indonesia	Pengusaha perempuan muslim di Indonesia menjalankan usahanya sebagai bentuk ibadah kepada Tuhan. Studi tersebut menyimpulkan bahwa Islam mendukung penuh kewirausahaan perempuan. Di era globalisasi ini banyak yang tertarik berwirausaha dan mandiri sebagai salah satu bentuk emansipasi wanita. Hal tersebut berdampak pada peningkatan perekonomian keluarga, kemandirian perempuan dan aktualisasi diri yang pada akhirnya akan mendukung perekonomian nasional.
(Abdullah, Johari, & Bakrie, 2015) Malaysia	Pengusaha perempuan menyatakan bahwa melalui program WISE yang melibatkan pengusaha perempuan bahwa program WISE mampu meningkatkan usaha mereka, beberapa diantaranya cukup signifikan. Para peserta merasa bahwa program tersebut telah memberikan kontribusi

	terhadap cita-cita mereka untuk ikut serta dalam pengabdian masyarakat. Secara tidak langsung pengusaha perempuan memberikan kontribusi kepada para mahasiswa melalui program WISE.
(Amine & Staub, 2009) Sub-saharan Africa	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengusaha perempuan di sub-Sahara Afrika menghadapi berbagai tantangan menakutkan yang timbul dari lingkungan sosial-budaya, ekonomi, hukum, politik, dan teknologi tempat mereka tinggal. Selain itu, kondisi yang tidak menguntungkan dalam sistem regulasi, normatif, dan kognitif lokal menambah beban perempuan yang ingin menjadi wirausaha atau mengembangkan usaha wirausaha.
(Agarwal, Lenka, Singh, Agrawal, & Agrawal, 2020) India	Pengusaha sosial perempuan pada awalnya memulai dengan pekerjaan dan kegiatan kecil, mereka menargetkan isu-isu yang memiliki artikulasi lokal tetapi memiliki makna nasional dan internasional, yaitu penciptaan lapangan kerja, inovasi dan kreasi, mendorong perempuan lain sebagai pengusaha, kemandirian serta membantu orang miskin dan sebagainya. Ia memiliki kekuatan untuk berkontribusi lebih banyak.
(Kimbu & Ngoasong, 2016) Kamerun	perempuan sebagai pengusaha sosial menggunakan perusahaan pariwisata kecil mereka sebagai platform untuk pembangunan melalui pelatihan, lapangan kerja /

	penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan seputar pariwisata. Peran tersebut telah memungkinkan perempuan untuk menciptakan identitas diri 'baru' dengan mengamankan kemandirian ekonomi dan sosial dengan cara yang berdampak pada anggota masyarakat lainnya
--	--

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa pengusaha sosial dikatakan sebagai agen perubahan, karena mereka memberikan perubahan-perubahan terhadap masalah sosial yang dihadapi masyarakat. Setiap negara memiliki pendekatan yang berbeda-beda dalam melakukan perubahan, tetapi memiliki tujuan yang sama yaitu mendorong kemandirian perempuan dan aktualisasi diri yang pada akhirnya akan mendukung perekonomian masyarakat. Pengusaha sosial memberikan kontribusi yang signifikan dan beragam kepada komunitas dan masyarakat mereka, mengadopsi model bisnis untuk menawarkan solusi kreatif untuk masalah sosial yang kompleks dan terus-menerus (Zahra dkk., 2009). Pengusaha sosial juga telah menjadi agen perubahan yang sangat terlihat di negara maju, di mana mereka telah menerapkan metode inovatif dan hemat biaya untuk mengatasi masalah sosial yang mengganggu (yaitu, kemiskinan, ketidaksetaraan gender, dan lain-lain) yang menentang solusi tradisional (Cox & Healey, 1998). Kewirausahaan sosial bermanfaat bagi

masyarakat karena merupakan salah satu jenis inovasi sosial dan mungkin membawa manfaat bagi berbagai pemangku kepentingan: untuk bisnis - peningkatan pendapatan dan keuntungan, volume pelanggan, loyalitas dan kepuasan, reputasi bisnis; untuk kelompok sasaran sosial: pengurangan pengangguran dan pengucilan sosial dari kelompok sasaran sosial; untuk negara: opini publik yang menguntungkan, pengurangan polusi, dan citra negara (Lauzikas & Cernikovaite, 2011).

Dapat dilihat bahwa perempuan memiliki peran yang penting dalam mengentaskan kemiskinan pada konteks kewirausahaan. Perempuan sebagai pengusaha sosial memiliki kemampuan dalam mengidentifikasi peluang dalam upaya mereka untuk mengatasi masalah sosial. Dalam konteks kewirausahaan sosial, penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa perempuan lebih cocok untuk memimpin usaha sosial (Rosca dkk., 2020). Perempuan berada dalam posisi yang lebih baik untuk memimpin usaha sosial daripada pria, karena sifat feminin yang lebih berbelas kasih, berempati, dan emosional (Muntean & Pan, 2016). Pengusaha perempuan memiliki kemampuan dan keahlian yang luar biasa seperti orientasi inovatif dan kreatif, kualitas kepemimpinan, kesadaran diri dan sosial, kemampuan untuk mengidentifikasi peluang,

kemampuan pengambilan risiko (Agarwal dkk., 2020).

Topik kewirausahaan perempuan telah banyak mendapat perhatian, khususnya memberikan contoh peran kewirausahaan perempuan dalam mendorong pembangunan ekonomi dan pengentasan kemiskinan (Yadav & Unni, 2016). Ada kebutuhan untuk pemahaman yang lebih dalam tentang strategi inklusif yang mungkin diadopsi oleh perempuan dalam upaya mereka untuk mengatasi masalah sosial yang mendarah daging (mis. kemiskinan, sanitasi kesehatan, pengangguran, dan lain-lain (Rosca dkk., 2020). Kewirausahaan perempuan memainkan peran penting dalam pembangunan sosio-ekonomi dan dalam pengentasan kemiskinan (Rosca dkk., 2020).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil komparasi beberapa jurnal dari negara-negara berkembang bahwa pengusaha perempuan memiliki kekuatan jika dilibatkan dalam dunia bisnis. Perempuan memiliki cara berpikir yang berbeda dengan laki-laki, bukan berarti laki-laki terbelakang. Pengusaha perempuan memberikan alternatif kepada masyarakat dengan cara memberikan solusi yang kreatif dan inovatif melalui usaha sosial yang dijalankannya. Secara tidak langsung pengusaha perempuan memberikan kontribusi yang signifikan kepada masyarakat terkait masalah sosial yang dihadapi.

Pengusaha perempuan dapat dikatakan sebagai agen perubahan, karena mereka telah melakukan perubahan pada masyarakat sehingga keluar dari garis masalah sosial mereka. Dengan demikian, pengusaha wanita dan masyarakat harus dilibatkan dalam menjalankan usaha sosial secara berkelanjutan agar memberikan kontribusi terhadap masalah-masalah sosial yang dihadapi oleh masyarakat. Dengan kata lain, pengusaha perempuan memiliki peran yang penting dalam mengentaskan masalah sosial di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, J., Johari, H. S. Y., & Bakrie, A. A. (2015). Students and Women Entrepreneurs' Collaborations in Social Enterprise Program at UiTM, Malaysia. *Social and Behavioral Sciences*, 168, 97–103.
- Agarwal, S., Lenka, U., Singh, K., Agrawal, V., & Agrawal, A. M. (2020). A qualitative approach towards crucial factors for sustainable development of women social entrepreneurship: Indian cases. *Journal of Cleaner Production*, 274.
- Amine, L. S., & Staub, K. M. (2009). Women entrepreneurs in sub-Saharan Africa: An institutional theory analysis from a social marketing point of view. *Entrepreneurship and Regional Development*, 21(2), 183–211.
- Anggadwita, G., & Dhewanto, W. (2016). Women's entrepreneurial intentions in micro and small enterprises (MSEs) in Indonesia: The influence of environmental factors on perceived behavioral control. *Journal of Administrative and Business Studies*, 1(1), 1–7.

- Anggadwita, G., Mulyaningsih, H. D., Ramadani, V., & arwiyah, M. Y. (2015). Women entrepreneurship in Islamic perspective: a driver for social change. *Nt. J. Bus. Globalisation*, 15(3), 389.
- Anwar, M. U., & Rashid, A. G. (2011). Female Entrepreneurs – A review of the literature and proposed conceptual framework. *Proceedings of 2nd International Conference on Business Management*, 1–30.
- Bridget, A., Ezeibe, C., Diogu, G. O., Eze, J. U., & Uzoamaka, G. (2013). Women Entrepreneurship as a Cutting Edge for Rural Development in Nigeria.
- de Bruin, A., G. Brush, C., & Welter, F. (2007). Advancing a framework for coherent research on women's entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory Pract*, 31(3), 323–339.
- Hani, U., Rachmania, I. N., Setyaningsih, S., & Putri, R. C. (2012). Patterns of Indonesian Women Entrepreneurship. *Procedia Economics and Finance*, 4(lcsmed), 274–285.
- Kimbu, A. N., & Ngoasong, M. Z. (2016). Women as vectors of social entrepreneurship. *Annals of Tourism Research*, 60, 63–79.
- Kumar, A., & C.J, J. (2016). Kudumbashree : Promoting the Self-Help Group Model of Empowerment Through Women Entrepreneurship in Kerala - A Study. *Indian Journal of Management*.
- Lauzikas, M., & Cernikovaite, M. E. (2011). The Model of Social Innovations in The Emerging Market of Lithuania. *INTELEKTINĖ EKONOMIKA*, 5(3 (11)), 388–400.
- Leonard, H. B., Mcdonald, S., & Rangan, V. K. (2008). The Future of Social Enterprise Harvard Business School Working Paper. *Harvard Business School*.
- Muntean, S. C., & Pan, B. O. (2016). Feminist perspectives on social entrepreneurship: critique and new directions. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 8(3), 221–241.
- Nasir, M., Iqbal, R., & Akhtar, C. S. (2019). Factors Affecting Growth of Women Entrepreneurs in Pakistan. *Pakistan Administrative Review*, 3(1), 35–50.
- Rosca, E., Agarwal, N., & Brem, A. (2020). Women entrepreneurs as agents of change: A comparative analysis of social entrepreneurship processes in emerging markets. *Technological Forecasting & Social Change*, 157.
- Sharma, A., Dua, S., & Hatwal, V. (2012). Micro Enterprise Development and Rural Women Entrepreneurship: Way for Economic Empowerment. *Arth Prabandh: A Journal of Economics and Management*, 1(6), 114–127.
- Yadav, V., & Unni, J. (2016). Women entrepreneurship: research review and future directions. *Global Entrepreneurship Res*, 6(1), 12.
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, (24), 519–532.
- Zeb, A., & Ihsan, A. (2020). Innovation and the entrepreneurial performance in women-owned small and medium-sized enterprises in Pakistan. *Women's Studies International Forum*, 79 (July 2019), 102342.