

Faktor Pendorong dan Penarik Dalam Motivasi Kewirausahaan Perempuan di Kelurahan Tengah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur

Alin Alianny^{1*}, Febry Yeni Anwar², Nur Hamidah³

^{1*,2,3} Universitas Indraprasta PGRI, Jl. Raya Tengah Gedong, Jakarta Timur, Indonesia.

Email: alinalianny@gmail.com^{1*}, febryenianwar@gmail.com², hamidahnur94@gmail.com³

Histori Artikel:

Dikirim 1 April 2026; Diterima dalam bentuk revisi 15 Juni 2026; Diterima 20 Juli 2026; Diterbitkan 1 Agustus 2026. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan RISET) – Lembaga KITA.

Suggested citation:

Alianny, A., Anwar, F. Y., & Hamidah, N. (2026). Faktor Pendorong dan Penarik Dalam Motivasi Kewirausahaan Perempuan di Kelurahan Tengah Kecamatan Kramat Jati Jakarta Timur. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 12(4), 3962-3970. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v12i4.6891>.

Abstrak

Perempuan memegang peranan penting dalam penguatan kewirausahaan, terutama pada sektor usaha mikro yang berkembang di lingkungan rumah tangga. Kendati demikian, dorongan perempuan untuk berwirausaha tidak selalu dipengaruhi secara langsung oleh tekanan ekonomi maupun daya tarik peluang usaha yang tersedia. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh faktor pendorong (push factors) dan faktor penarik (pull factors) terhadap motivasi kewirausahaan perempuan di Kelurahan Tengah, Kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner berskala Likert lima poin kepada 30 perempuan pelaku usaha mikro yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan metode Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor pendorong tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi kewirausahaan perempuan ($\beta = -0,026$; $p = 0,953$), sehingga hipotesis pertama tidak terbukti. Demikian pula, faktor penarik tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap motivasi kewirausahaan ($\beta = 0,562$; $p = 0,187$), yang menyebabkan hipotesis kedua juga ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa motivasi kewirausahaan perempuan tidak sepenuhnya dapat dijelaskan melalui kerangka push–pull factors, melainkan dipengaruhi oleh aspek lain yang bersifat psikologis dan sosial. Secara teoretis, penelitian ini menegaskan adanya keterbatasan model push–pull dalam menjelaskan kewirausahaan perempuan pada konteks komunitas lokal. Sementara itu, secara praktis, hasil penelitian ini memberikan dasar bagi perumusan program pemberdayaan yang lebih menitikberatkan pada penguatan motivasi internal. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model analisis yang lebih komprehensif dengan memasukkan variabel psikologis, sosial, dan kultural.

Kata Kunci: Kewirausahaan Perempuan; Motivasi Kewirausahaan; Faktor Pendorong; Faktor Penarik; Usaha Mikro.

Abstract

Women play a pivotal role in strengthening entrepreneurship, particularly within household-based microenterprise sectors. However, women's entrepreneurial motivation is not always directly driven by economic necessity or the attractiveness of available business opportunities. This study investigates the influence of push factors and pull factors on women's entrepreneurial motivation in Tengah Subdistrict, Kramat Jati District, East Jakarta. Using a quantitative explanatory research design, data were collected from 30 women microentrepreneurs through five-point Likert-scale questionnaires administered via purposive sampling. The data were analyzed using Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS 4 software. The findings reveal that push factors do not have a significant effect on women's entrepreneurial motivation ($\beta = -0,026$; $p = 0,953$), leading to the rejection of the first hypothesis. Likewise, pull factors also show no significant influence ($\beta = 0,562$; $p = 0,187$), resulting in the rejection of the second hypothesis. These results indicate that women's entrepreneurial motivation cannot be adequately explained solely through the push–pull framework and is likely shaped by broader psychological and social dimensions. Theoretically, this study underscores the limitations of the push–pull model in explaining women's entrepreneurship within local community contexts. Practically, the findings suggest that empowerment programs should prioritize the development of internal motivational capacities. Future studies are encouraged to adopt more comprehensive models by incorporating psychological, social, and cultural variables.

Keyword: Women's Entrepreneurship; Entrepreneurial Motivation; Push Factors; Pull Factors; Microenterprises.

1. Pendahuluan

Peran perempuan dalam aktivitas kewirausahaan semakin diakui sebagai elemen penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, khususnya di negara berkembang. Di Indonesia, partisipasi perempuan dalam kewirausahaan menunjukkan tren yang positif. Laporan *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) 2023 mencatat bahwa tingkat partisipasi kewirausahaan perempuan Indonesia mencapai 11,2% dari populasi dewasa (Shukla *et al.*, 2025). Data tersebut menegaskan bahwa perempuan memiliki kontribusi nyata dalam penciptaan lapangan kerja, terutama pada sektor usaha mikro dan informal yang menjadi tulang punggung ekonomi keluarga. Meskipun demikian, tidak semua perempuan memasuki dunia usaha karena adanya peluang yang menjanjikan. Sebagian besar memulai usaha sebagai respons terhadap tekanan ekonomi rumah tangga, keterbatasan akses terhadap pekerjaan formal, serta tuntutan sosial yang melekat pada peran domestik perempuan. Kondisi ini menunjukkan adanya perbedaan mendasar antara motivasi kewirausahaan yang didorong oleh faktor penarik (*opportunity-driven*) dan faktor pendorong (*necessity-driven*). Secara teoretis, faktor pendorong merujuk pada kondisi yang memaksa individu untuk berwirausaha karena terbatasnya pilihan alternatif pekerjaan. (Minniti & Naudé, 2010). menjelaskan bahwa di banyak negara berkembang, perempuan lebih rentan menjadi wirausaha karena kebutuhan akibat hambatan struktural, seperti diskriminasi gender, rendahnya akses terhadap modal, dan keterbatasan jaringan profesional. Sementara itu, Bastian *et al.* (2019) menemukan bahwa wirausaha yang lahir dari tekanan kebutuhan cenderung berorientasi pada keberlangsungan jangka pendek dibandingkan ekspansi usaha. Sebaliknya, faktor penarik berkaitan dengan motivasi positif seperti keinginan untuk mandiri secara finansial, mengembangkan potensi diri, memanfaatkan peluang pasar, serta memperoleh fleksibilitas waktu kerja. Williams dan Youssef (2013) menegaskan bahwa wirausaha yang didorong oleh peluang umumnya memiliki perencanaan bisnis yang lebih matang dan orientasi pertumbuhan yang lebih kuat dibandingkan dengan mereka yang berwirausaha karena keterpaksaan. Fenomena tersebut juga terlihat pada tingkat lokal, khususnya di Kelurahan Tengah, Kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur. Banyak perempuan di wilayah ini menjalankan usaha rumah tangga berskala kecil, seperti kuliner, perdagangan kebutuhan sehari-hari, dan kerajinan tangan. Aktivitas tersebut berkontribusi dalam memperkuat ketahanan ekonomi keluarga, namun tetap menghadapi berbagai tantangan, mulai dari keterbatasan modal usaha, rendahnya literasi digital, hingga akses pasar yang sempit. Dalam konteks ini, motivasi kewirausahaan perempuan kemungkinan merupakan kombinasi antara dorongan kebutuhan ekonomi dan daya tarik peluang yang muncul dari perkembangan pasar lokal maupun platform digital. Namun demikian, kajian empiris yang secara khusus menelaah perbandingan faktor pendorong dan penarik dalam konteks komunitas perkotaan skala kelurahan masih relatif terbatas, karena sebagian besar penelitian terdahulu bersifat makro dan lintas negara. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif bagaimana faktor pendorong dan faktor penarik memengaruhi motivasi kewirausahaan perempuan di Kelurahan Tengah, Kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur, baik dalam tahap memulai maupun menjalankan usaha. Kajian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih kontekstual mengenai dinamika motivasi wirausaha perempuan pada tingkat komunitas lokal serta menjadi dasar dalam merumuskan strategi pemberdayaan ekonomi perempuan yang lebih tepat sasaran.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Teori Motivasi (*Motivation Theory*)

Penelitian ini didasarkan pada Teori Motivasi McClelland yang diperkenalkan oleh McClelland (1961) melalui konsep *Need for Achievement Theory*. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku individu, termasuk dalam aktivitas kewirausahaan, dipengaruhi oleh tiga kebutuhan utama, yaitu *need for achievement* (nAch), *need for power* (nPow), dan *need for affiliation* (nAff). *Need for achievement* (nAch) merujuk pada dorongan internal individu untuk mencapai keberhasilan, menetapkan standar kinerja yang tinggi, serta

berupaya mewujudkan tujuan secara mandiri. Individu dengan tingkat nAch tinggi cenderung berani mengambil risiko moderat, memiliki orientasi hasil, dan berkomitmen terhadap pencapaian target. Dalam konteks kewirausahaan perempuan, kebutuhan ini tercermin dalam keinginan untuk membuktikan kemampuan diri serta meningkatkan kualitas hidup keluarga melalui usaha mandiri. *Need for power* (nPow) menggambarkan hasrat individu untuk memengaruhi dan mengendalikan lingkungan sekitarnya. Pada perempuan wirausaha, kebutuhan ini dapat terwujud dalam bentuk keinginan untuk memiliki kendali atas keputusan ekonomi rumah tangga, memperluas jaringan usaha, serta memperoleh posisi yang lebih kuat dalam struktur sosial komunitas. Sementara itu, *need for affiliation* (nAff) menunjukkan kebutuhan untuk membangun hubungan sosial yang harmonis dan diterima dalam lingkungan sosial. Dalam praktik kewirausahaan perempuan, aspek ini sering berkaitan dengan kemampuan membangun relasi pelanggan, komunitas usaha, maupun jaringan sosial yang mendukung keberlangsungan usaha. Dengan demikian, teori ini menegaskan bahwa keputusan perempuan untuk memulai dan mengembangkan usaha tidak semata-mata didorong oleh faktor ekonomi, melainkan juga oleh kebutuhan psikologis akan pencapaian, kemandirian, pengakuan sosial, dan kontrol terhadap kehidupannya.

2.2 Teori *Push and Pull Factors*

Konsep *push and pull factors* dikembangkan untuk memahami alasan seseorang memilih jalur kewirausahaan. Dalam kerangka Entrepreneurial Event Model, tindakan kewirausahaan dipicu oleh peristiwa tertentu yang mengubah kondisi keseimbangan individu (*displacement event*). Peristiwa tersebut dapat berupa tekanan ekonomi, kehilangan pekerjaan, atau keterbatasan akses kerja formal yang mendorong individu mencari alternatif melalui usaha mandiri. Menurut Gilad dan Levine (1986), motivasi kewirausahaan dapat diklasifikasikan menjadi dua orientasi utama, yaitu *push theory* yang menekankan aspek keterpaksaan akibat tekanan eksternal, dan *pull theory* yang berfokus pada daya tarik peluang. *Push factors* mencakup kondisi seperti pengangguran, rendahnya pendapatan keluarga, serta krisis kebutuhan rumah tangga. Dalam konteks perempuan di negara berkembang Bastian *et al.* (2019) menunjukkan bahwa keterbatasan akses terhadap pekerjaan formal menyebabkan banyak perempuan memasuki sektor usaha karena kebutuhan ekonomi. Sebaliknya, *pull factors* merujuk pada daya tarik positif yang melekat pada kewirausahaan, seperti adanya peluang pasar, fleksibilitas waktu kerja, keinginan untuk mandiri, serta aspirasi mengembangkan potensi diri. Faktor ini bersifat proaktif dan lebih berkaitan dengan orientasi pertumbuhan usaha. Giacomini *et al.* (2023) menegaskan bahwa individu yang terdorong oleh peluang memiliki kecenderungan lebih kuat untuk membangun usaha berorientasi jangka panjang. Secara operasional dalam penelitian ini, *push factors* diukur melalui indikator keterbatasan ekonomi rumah tangga, kurangnya kesempatan kerja formal, dan tekanan kebutuhan keluarga. Sementara *pull factors* diukur melalui indikator peluang pasar, keinginan mandiri, serta minat mengembangkan potensi diri.

2.3 Motivasi Kewirausahaan Perempuan

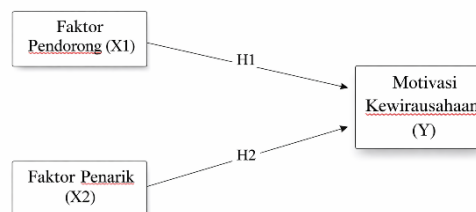
Motivasi kewirausahaan perempuan merupakan kombinasi dorongan internal dan eksternal yang mendorong perempuan untuk memulai, mengelola, dan mengembangkan usaha secara mandiri. Motivasi tersebut tidak hanya berkaitan dengan pencapaian keuntungan ekonomi, tetapi juga dengan kebutuhan fleksibilitas kerja, keseimbangan peran keluarga, serta pencapaian identitas diri. Dalam literatur kewirausahaan modern, Hisrich *et al.* (2017) menjelaskan bahwa keputusan berwirausaha merupakan hasil interaksi antara faktor personal, sosial, dan lingkungan. Dalam konteks perempuan, motivasi kewirausahaan sering kali bersifat multidimensional. Tekanan ekonomi keluarga dapat menjadi pemicu awal, tetapi keberlanjutan usaha sangat dipengaruhi oleh dorongan internal seperti kebutuhan pencapaian dan kemandirian. Dengan demikian, motivasi kewirausahaan perempuan dapat dipahami sebagai variabel dependen yang terbentuk melalui integrasi faktor psikologis dan faktor struktural.

2.4 Hubungan antara *Push–Pull Factors* dan Motivasi Kewirausahaan

Hubungan antarvariabel dalam penelitian ini menunjukkan bahwa faktor pendorong dan faktor penarik memiliki pengaruh terhadap motivasi kewirausahaan perempuan. *Push factors* berperan sebagai tekanan

RESEARCH ARTICLE

eksternal yang memicu individu mengambil keputusan berwirausaha sebagai bentuk adaptasi terhadap kondisi lingkungan. Semakin kuat tekanan ekonomi dan keterbatasan kerja formal, semakin tinggi kecenderungan perempuan memilih jalur usaha mandiri. Sebaliknya, *pull factors* berfungsi sebagai daya tarik positif yang memperkuat dorongan internal untuk berwirausaha. Keinginan mandiri, rasa percaya diri, serta peluang pasar yang tersedia akan meningkatkan intensitas motivasi dalam menjalankan usaha. Dengan demikian, motivasi kewirausahaan perempuan merupakan hasil interaksi dinamis antara tekanan eksternal dan aspirasi internal. Berdasarkan sintesis teori McClelland (1961) ; Shapero, (1982), dapat disimpulkan bahwa semakin kuat faktor pendorong dan faktor penarik yang dirasakan, maka semakin tinggi pula motivasi kewirausahaan perempuan. Berdasarkan kajian pustaka dalam penelitian ini, model empirik Yang terbentuk adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Model Empirik

- H1 = Faktor pendorong berpengaruh positif signifikan terhadap motivasi kewirausahaan
H2 = Faktor penarik berpengaruh positif signifikan terhadap motivasi kewirausahaan

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori (*explanatory research*). Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian adalah menguji hubungan kausal antara variabel independen, yaitu faktor pendorong (*push factors*) dan faktor penarik (*pull factors*), terhadap variabel dependen berupa motivasi kewirausahaan perempuan. Melalui pendekatan kuantitatif, pengaruh antarvariabel dapat diukur secara objektif, sistematis, dan berbasis data numerik sehingga memungkinkan pengujian hipotesis secara empiris. Populasi dalam penelitian ini adalah perempuan pelaku usaha mikro di Kelurahan Tengah, Kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria inklusi: (1) perempuan yang secara aktif menjalankan usaha mikro pada saat penelitian berlangsung, dan (2) memiliki lama usaha minimal enam bulan agar responden memiliki pengalaman yang cukup dalam menilai motivasi kewirausahaannya. Berdasarkan kriteria tersebut, jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 30 responden. Pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen kuesioner terstruktur dengan skala Likert 1–5, di mana skala 1 menunjukkan sangat tidak setuju dan skala 5 menunjukkan sangat setuju. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel, yaitu faktor pendorong, faktor penarik, dan motivasi kewirausahaan perempuan. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan *Partial Least Squares – Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Tahapan analisis meliputi evaluasi model pengukuran (*outer model*) dan evaluasi model struktural (*inner model*). Uji validitas dilakukan melalui pengukuran *convergent validity* dengan melihat nilai *outer loading* dan Average Variance Extracted (AVE). Uji reliabilitas dilakukan menggunakan *composite reliability* dan Cronbach's alpha untuk memastikan konsistensi internal konstruk. Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan melalui prosedur *bootstrapping* untuk memperoleh nilai *t-statistics* dan *p-values* guna menentukan signifikansi pengaruh antarvariabel.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil

Responden dalam penelitian ini berjumlah 30 perempuan pelaku usaha mikro di Kelurahan Tengah, Kecamatan Kramat Jati, Jakarta Timur. Karakteristik responden dianalisis berdasarkan beberapa aspek demografis, yaitu usia, tingkat pendidikan, lama menjalankan usaha, dan jenis usaha yang dijalankan. Analisis karakteristik ini penting untuk memberikan gambaran umum profil pelaku usaha perempuan yang menjadi subjek penelitian serta memahami konteks sosial-ekonomi yang melatarbelakangi motivasi kewirausahaan mereka.

Tabel 1. Karakteristik Narasumber

Aspek	Kategori	Frekuensi	Persentase
Usia	< 25 tahun	2	7%
	25-34 tahun	6	20%
	35-44 tahun	10	33%
	> 45 tahun	12	40%
Pendidikan Terakhir	SD/SMP	9	30%
	SMA/SMK	16	53%
	Diploma	3	10%
	Sarjana ke atas	2	7%
Lama menjalankan usaha	< 1 tahun	2	7%
	1-3 tahun	9	30%
	4-6 tahun	11	37%
	> 6 tahun	8	27%
Jenis Usaha	Kuliner	14	47%
	Perdagangan	7	23%
	Jasa	6	20%
	Lainnya	3	10%

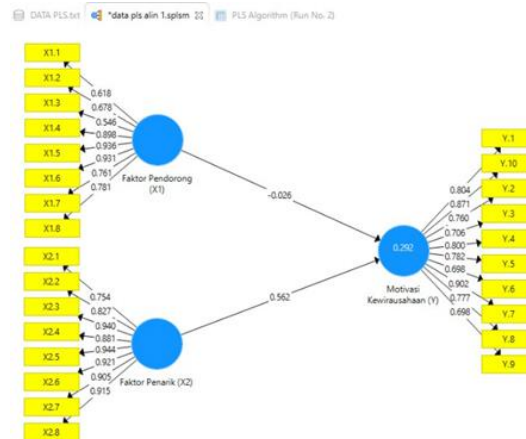
Berdasarkan tabel 1 mayoritas responden berusia di atas 35 tahun (73%), dengan kelompok terbesar >45 tahun (40%), menunjukkan dominasi usia produktif matang. Tingkat pendidikan didominasi SMA/SMK (53%) dan SD/SMP (30%), sehingga kewirausahaan mikro menjadi pilihan yang relatif inklusif. Sebagian besar telah menjalankan usaha lebih dari 3 tahun (64%), menandakan pengalaman usaha yang cukup stabil. Jenis usaha didominasi sektor kuliner (47%), diikuti perdagangan (23%) dan jasa (20%), yang umumnya berbasis rumah tangga dan pasar lokal.

4.2 Pembahasan

Pengujian validitas konstruk dalam penelitian ini dilakukan dengan mengevaluasi validitas konvergen melalui analisis outer model menggunakan pendekatan Partial Least Squares (PLS). Validitas konvergen dinilai berdasarkan nilai factor loading masing-masing indikator terhadap konstruk laten yang diwakilinya. Mengacu pada Ghazali & Latan (2015) suatu indikator dinyatakan valid apabila memiliki nilai loading factor lebih dari 0,50. Berdasarkan hasil pengujian yang ditunjukkan pada Gambar 2, seluruh indikator pada variabel faktor pendorong, faktor penarik, dan motivasi kewirausahaan memiliki nilai factor loading di atas 0,50. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas konvergen dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya. Selain itu, nilai loading factor yang relatif tinggi menunjukkan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk laten secara memadai, sehingga model pengukuran dalam penelitian ini dapat dikatakan memiliki tingkat akurasi yang baik dalam menjelaskan variabel yang diteliti. Hasil ini juga mengindikasikan bahwa instrumen penelitian memiliki kesesuaian konseptual dengan teori yang mendasarinya, sehingga hubungan antara indikator dan konstruk tidak bersifat lemah atau ambigu. Dengan terpenuhinya validitas

RESEARCH ARTICLE

konvergen, analisis dapat dilanjutkan pada tahap pengujian reliabilitas dan evaluasi model struktural untuk menguji hubungan kausal antarvariabel secara lebih komprehensif.



Gambar 2. Outer Loading

Untuk menilai reliabilitas, penelitian ini menggunakan composite reliability. Tujuannya adalah menguji kehandalan instrumen pada suatu model penelitian. Jika nilai composite reliability dan cronbach's alpha > 0,60, maka dapat dianggap bahwa Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan composite reliability yang bertujuan untuk menilai tingkat keandalan instrumen dalam model penelitian. Suatu instrumen dinyatakan memiliki reliabilitas yang memadai apabila nilai composite reliability dan Cronbach's alpha melebihi batas 0,60, sebagaimana dikemukakan oleh Ghazali & Latan (2015). Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi kriteria tersebut, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang baik dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam analisis selanjutnya.

Tabel 2. Hasil Pengujian Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Faktor Penarik (X2)	0.961	0.967	Reliabel
Faktor Pendorong (X1)	0.922	0.924	Reliabel
Motivasi Kewirausahaan (Y)	0.930	0.940	Reliabel

Pengujian reliabilitas konstruk dilakukan dengan melihat nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability pada masing-masing variabel. Suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability di atas 0,70, yang menunjukkan konsistensi internal yang baik. Berdasarkan hasil pengujian, variabel Faktor Penarik (X2) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,961 dan Composite Reliability sebesar 0,967. Variabel Faktor Pendorong (X1) menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,922 dan Composite Reliability sebesar 0,924. Sementara itu, variabel Motivasi Kewirausahaan (Y) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,930 dan Composite Reliability sebesar 0,940. Seluruh nilai tersebut berada jauh di atas batas minimum 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua konstruk dalam penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang sangat baik. Dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan konsisten dan dapat dipercaya untuk mengukur variabel faktor pendorong, faktor penarik, dan motivasi kewirausahaan perempuan. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan teknik *bootstrapping* pada pendekatan Partial Least Squares (PLS) untuk mengevaluasi besarnya koefisien parameter serta tingkat signifikansi hubungan antarvariabel. Keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis didasarkan pada nilai *t-statistic* dan *p-values* yang dihasilkan dari prosedur *bootstrapping*. Mengacu pada Ghazali dan Latan (2015), suatu hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai *t-statistic* lebih besar dari 1,96 dan nilai *p-values* lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$).

RESEARCH ARTICLE

Melalui kriteria tersebut, pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor pendorong (*push factors*) dan faktor penarik (*pull factors*) berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi kewirausahaan perempuan. Hasil analisis pada Tabel 3 menunjukkan tingkat signifikansi masing-masing jalur hubungan, sehingga dapat ditentukan apakah hipotesis H1 dan H2 diterima atau ditolak berdasarkan nilai statistik yang diperoleh.

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis

Hubungan Antar Konstruk	Sample Asli (O)	t-Statistik (O/STDEV)	P-Values	Ket
Faktor Pendorong → Motivasi Kewirausahaan	-0,026	0.059	0.953	H1 ditolak
Faktor Penarik → Motivasi Kewirausahaan	0.562	1.321	0.187	H2 ditolak

Berdasarkan hasil analisis *bootstrapping* pada Tabel 3, pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kedua jalur hubungan dalam model penelitian belum mencapai tingkat signifikansi statistik yang dipersyaratkan ($t > 1,96$ dan $p < 0,05$). Dengan demikian, baik faktor pendorong maupun faktor penarik tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap motivasi kewirausahaan perempuan dalam konteks penelitian ini.

1) Pengaruh Faktor Pendorong terhadap Motivasi Kewirausahaan (H1)

Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) menunjukkan bahwa faktor pendorong memiliki koefisien jalur (original sample) sebesar $-0,026$ dengan nilai t-statistik $0,059$ dan p-value $0,953$. Nilai t-statistik yang jauh di bawah batas kritis $1,96$ serta p-value yang jauh melebihi $0,05$ mengindikasikan bahwa secara statistik tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor pendorong dan motivasi kewirausahaan perempuan. Oleh karena itu, hipotesis pertama dinyatakan ditolak. Secara konseptual, temuan ini tidak sepenuhnya sejalan dengan teori *push entrepreneurship* yang dikemukakan dalam *Entrepreneurial Event Model* oleh (Shapero, 1982) maupun klasifikasi push-pull oleh Gilad dan Levine (1986), yang menempatkan tekanan ekonomi, keterbatasan pekerjaan formal, dan tanggung jawab keluarga sebagai pemicu utama seseorang memasuki dunia usaha. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tekanan ekonomi lebih berfungsi sebagai pemicu awal (*triggering factor*) untuk memulai usaha, bukan sebagai faktor yang secara langsung memperkuat motivasi kewirausahaan dalam jangka panjang. Koefisien jalur yang bernilai negatif, meskipun sangat kecil, mengindikasikan bahwa peningkatan intensitas tekanan ekonomi tidak secara otomatis meningkatkan motivasi kewirausahaan. Hal ini dapat dipahami mengingat sebagian besar responden telah menjalankan usaha lebih dari tiga tahun. Dalam kondisi tersebut, tekanan ekonomi kemungkinan tidak lagi menjadi sumber motivasi utama, melainkan hanya latar belakang yang mendorong keputusan awal berwirausaha. Temuan ini selaras dengan pandangan Williams dan Youssef (2014) yang menyatakan bahwa kewirausahaan berbasis kebutuhan (*necessity-driven entrepreneurship*) cenderung memiliki tingkat motivasi dan orientasi pertumbuhan yang lebih rendah dibandingkan kewirausahaan berbasis peluang.

2) Pengaruh Faktor Penarik terhadap Motivasi Kewirausahaan (H2)

Pengujian hipotesis kedua (H2) menunjukkan bahwa faktor penarik memiliki koefisien jalur sebesar $0,562$ dengan nilai t-statistik $1,321$ dan p-value $0,187$. Meskipun arah koefisien menunjukkan hubungan positif dan secara numerik relatif cukup kuat, nilai t-statistik yang masih di bawah $1,96$ serta p-value di atas $0,05$ menunjukkan bahwa pengaruh tersebut belum signifikan secara statistik. Dengan demikian, hipotesis kedua juga dinyatakan ditolak. Secara teoritis, hasil ini belum sepenuhnya mendukung perspektif *opportunity-driven entrepreneurship* yang menekankan peran peluang pasar, keinginan mandiri, fleksibilitas waktu kerja, dan pengembangan potensi diri sebagai faktor utama pembentuk motivasi kewirausahaan. Namun demikian, arah koefisien yang positif menunjukkan bahwa faktor penarik tetap memiliki relevansi substantif dalam membentuk motivasi, meskipun kekuatannya belum cukup untuk menghasilkan signifikansi statistik dalam penelitian ini. Salah satu kemungkinan penjelasan adalah karakteristik responden yang didominasi oleh perempuan dengan tingkat pendidikan menengah dan usaha berskala mikro berbasis rumah tangga. Dalam konteks tersebut,

RESEARCH ARTICLE

peluang usaha mungkin dipersepsikan bukan sebagai strategi ekspansi jangka panjang, melainkan sebagai bentuk adaptasi terhadap kondisi yang telah ada. Dengan kata lain, peluang belum sepenuhnya diinternalisasi sebagai motivasi strategis, melainkan sebagai konsekuensi dari aktivitas usaha yang sedang dijalankan.

3) Analisis Menyeluruh

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa baik faktor pendorong maupun faktor penarik belum mampu menjelaskan variasi motivasi kewirausahaan perempuan secara signifikan. Temuan ini membuka kemungkinan bahwa motivasi kewirausahaan perempuan dalam konteks lokal lebih dipengaruhi oleh variabel lain yang belum dimasukkan dalam model, seperti *self-efficacy*, dukungan keluarga, modal sosial, pengalaman usaha, serta konstruksi peran gender dalam masyarakat. Dalam perspektif Teori Motivasi McClelland (1961) motivasi kewirausahaan tidak semata-mata dipengaruhi oleh tekanan eksternal atau daya tarik peluang, tetapi juga oleh kebutuhan berprestasi (*need for achievement*), kebutuhan akan pengaruh (*need for power*), dan kebutuhan afiliasi (*need for affiliation*). Artinya, dimensi psikologis internal dapat memiliki peran yang lebih dominan dibandingkan faktor ekonomi eksternal. Dari sisi akademik, penelitian ini memberikan kontribusi dengan menunjukkan bahwa model *push-pull* tidak selalu bekerja secara linear dalam menjelaskan motivasi kewirausahaan perempuan, khususnya dalam konteks usaha mikro berbasis komunitas. Dari sisi praktis, hasil ini mengimplikasikan bahwa program pemberdayaan kewirausahaan perempuan tidak cukup hanya berfokus pada penciptaan peluang atau pengurangan tekanan ekonomi, tetapi perlu diarahkan pada penguatan motivasi internal, peningkatan kepercayaan diri, pengembangan kapasitas, serta pendampingan berkelanjutan. Berdasarkan keseluruhan hasil uji hipotesis, dapat disimpulkan bahwa Hipotesis 1 (H1) dan Hipotesis 2 (H2) sama-sama ditolak. Temuan ini menegaskan bahwa motivasi kewirausahaan perempuan dalam penelitian ini bersifat multidimensional dan tidak dapat dijelaskan secara memadai hanya melalui pendekatan faktor pendorong dan faktor penarik, sehingga diperlukan model yang lebih komprehensif dan kontekstual pada penelitian selanjutnya.

5. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor pendorong (*push factors*) dan faktor penarik (*pull factors*) terhadap motivasi kewirausahaan perempuan dengan menggunakan pendekatan PLS-SEM. Hasil analisis menunjukkan bahwa kedua variabel independen tersebut tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi kewirausahaan perempuan, sehingga hipotesis H1 dan H2 dinyatakan ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa tekanan ekonomi maupun daya tarik peluang usaha belum terbukti sebagai determinan utama yang memperkuat motivasi kewirausahaan secara berkelanjutan, melainkan lebih berperan sebagai kondisi awal dalam keputusan memasuki aktivitas usaha. Secara teoretis, hasil penelitian ini menegaskan bahwa pendekatan *push-pull factors* memiliki keterbatasan dalam menjelaskan motivasi kewirausahaan perempuan, khususnya pada konteks usaha mikro berbasis komunitas lokal. Motivasi kewirausahaan perempuan terbukti bersifat kompleks dan multidimensional, tidak hanya dipengaruhi oleh tekanan ekonomi atau peluang pasar, tetapi juga oleh faktor psikologis, sosial, dan kultural yang lebih mendalam. Dari sisi praktis, temuan ini mengimplikasikan bahwa program pemberdayaan kewirausahaan perempuan sebaiknya tidak hanya berfokus pada akses modal dan penciptaan peluang usaha, tetapi juga pada penguatan motivasi internal, peningkatan kepercayaan diri (*self-efficacy*), serta dukungan psikososial dan jejaring usaha. Pendekatan yang lebih holistik diharapkan mampu membangun motivasi yang lebih stabil dan berorientasi jangka panjang. Secara akademik, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model yang lebih komprehensif dengan memasukkan variabel psikologis, sosial, dan kultural, serta memperluas jumlah sampel dan cakupan wilayah penelitian. Penggunaan metode campuran (*mixed methods*) maupun desain longitudinal juga direkomendasikan guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika motivasi kewirausahaan perempuan dari waktu ke waktu.

6. Referensi

- Bastian, B. L., Metcalfe, B. D., & Zali, M. R. (2019). Gender inequality: Entrepreneurship development in the MENA region. *Sustainability*, 11(22), 6472.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris*. Badan Penerbit UNDIP.
- Giacomin, O., Janssen, F., Guyot, J., & Lohest, O. (2023). Opportunity and/or necessity entrepreneurship? The impact of the socio-economic characteristics of entrepreneurs. *Sustainability*, 15(14), 10786.
- Gilad, B., & Levine, P. (1986). A behavioral model of entrepreneurial supply. *Journal of Small Business Management*, 24(4), 45–53.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton, NJ: D. Van Norstrand Company Inc.
- Minniti, M., & Naudé, W. (2010). What do we know about the patterns and determinants of female entrepreneurship across countries? *The European Journal of Development Research*, 22(3), 277–293.
- Shapero, A. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. *University of Illinois Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*.
- Shukla, S., Bharti, P., & Dwived, A. K. (2025). *Global Entrepreneurship Monitor India Report 2023/2024*. Routledge.
- Williams, C. C., & Youssef, Y. (2013). Evaluating the gender variations in informal sector entrepreneurship: Some lessons from Brazil. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 18(01), 1350004.
- Williams, C. C., & Youssef, Y. (2014). Is informal sector entrepreneurship necessity- or opportunity-driven? Some lessons from urban Brazil. *Global Business and Management Research: An International Journal*, 3(1), 41–53.