

KOMUNIKASI KEPEMIMPINAN PEREMPUAN PENGUSAHA

DALAM PEMBERDAYAAN PEREMPUAN PEKERJA

**(SUATU TINJAUAN KOMUNIKASI KEPEMIMPINAN SECARA SOSIOLOGIS TENTANG
LIMA BELAS PEREMPUAN PENGUSAHA DALAM PEMBERDAYAAN
PEREMPUAN PEKERJA DI KOTA BANDUNG)**

LEADERSHIP COMMUNICATION OF WOMEN ENTREPRENEURS IN

EMPOWERING THEIR WOMEN EMPLOYEE'S

**(LEADERSHIP COMMUNICATION SOCIOLOGICAL STUDY ABOUT FIFTEEN WOMEN
ENTREPRENEURS IN EMPOWERING THEIR WOMEN EMPLOYEE'S)**

**Oleh
Rini Sudarmanti
L3G04138**

DISERTASI

**Untuk memperoleh gelar Doktor dalam Ilmu Komunikasi
Pada Universitas Padjadjaran
Dengan wibawa Rektor Universitas Padjadjaran
Prof. Dr. H.A. Ganjar Kurnia, D.E.A
Sesuai dengan Keputusan Senat Komisi I / Guru Besar Universitas
Dipertahankan pada tanggal 28 Januari 2008
Di Universitas Padjadjaran**

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS PADJADJARAN
BANDUNG
2008**

**KOMUNIKASI KEPEMIMPINAN PEREMPUAN PENGUSAHA
DALAM PEMBERDAYAAN PEREMPUAN PEKERJA**

**SUATU TINJAUAN KOMUNIKASI KEPEMIMPINAN SECARA SOSIOLOGIS TENTANG
LIMA BELAS PEREMPUAN PENGUSAHA DALAM PEMBERDAYAAN
PEREMPUAN PEKERJA DI KOTA BANDUNG**

**LEADERSHIP COMMUNICATION OF WOMEN ENTREPRENEURS
IN EMPOWERING THEIR WOMEN EMPLOYEE'S**

**LEADERSHIP COMMUNICATION SOCIOLOGICAL STUDY ABOUT FIFTEEN WOMEN
ENTREPRENEURS IN EMPOWERING THEIR WOMEN EMPLOYEE'S**

Oleh
Rini Sudarmanti
L3G04138

DISERTASI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian
guna memperoleh gelar Doktor dalam bidang Ilmu Komunikasi ini
telah disetujui oleh Tim Promotor pada tanggal
seperti tertera di bawah ini

Bandung, 28 Januari 2008



Prof. Dr. Hj. Nina Winangsih Syam, Dra.,MS
Ketua Tim Promotor



Prof. Dr. Hj. Kusdwiratri Setiono, Psi.
Anggota Tim Promotor



Dr. Hj. Mien Hidayat, Dra.,MS
Anggota Tim Promotor

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana konstruksi sosial komunikasi kepemimpinan perempuan pengusaha ketika memberdayakan perempuan pekerjanya. Subjek dari penelitian ini adalah 15 orang perempuan pengusaha yang berlokasi dan menjalankan inti bisnisnya di Kota Bandung.

Penelaahan fenomena yang diteliti ditinjau dari sudut perspektif interpretif naturalistik. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* dan snowball sampling. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi dan studi dokumentasi. Data itu kemudian dianalisa berdasarkan kesepakatan intersubjektif antara subjek penelitian yang kemudian dicek ulang melalui observasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap subjek penelitian memiliki latar belakang sosio historis. Pemaknaan terhadap realitas beragam itu mempengaruhi komunikasi kepemimpinannya. Budaya patriarkhi masih tetap terlihat mewarnai pandangan subjek penelitian ketika mempertimbangkan tindakan komunikasi kepemimpinannya dalam memberdayakan pekerja perempuannya. Pada level pemberdayaan yang paling sederhana, terdapat dua pendekatan yaitu organisasi sosial, yang menekankan pada pembangkitan kesadaran atas eksistensi diri, dan transfer ketrampilan. Lebih banyak subjek penelitian yang menekankan pada pemberdayaan berdasarkan pendekatan pertama daripada kedua.

Selain itu dari hasil ekstraksi penelitian juga dapat diklasifikasikan empat model area kecenderungan komunikasi kepemimpinan perempuan pengusaha memberdayakan perempuan pekerjanya. Ada baiknya dilakukan penelitian lanjutan agar model tersebut dapat digeneralisasi. Untuk memberdayakan perempuan pekerja, perempuan pengusaha pun perlu mengembangkan kecakapannya berkomunikasi dengan mengembangkan potensi yang ada pada dirinya seperti senang mengayomi orang lain dan kemampuannya membagi konsentrasi untuk melakukan berbagai pekerjaan sekaligus dalam satu waktu. Selain itu perlu dilakukan evaluasi sinergi perangkat pemerintah dalam program pemberdayaan perempuan yang disusun dalam suatu peraturan perundang-undangan yang mengatur pemberdayaan perempuan sehingga tidak hanya sekedar himbauan saja.

ABSTRACT

The objective of this research is to know about the social construction of leadership communication women entrepreneur in empowering their women employees. The subjects of the research are fifteen women entrepreneurs which are located and run their business in Bandung.

This phenomenon is analyzed from interpretive naturalistic approach. The sample of the research was collected in the purposive and snowball technique. The data was then analyzed according to the inter-subjective agreements between subject researches which were also rechecked via observation.

The result of this research concludes that each subject research had a different social historical background. Reading these multiple realities, as the consequences, each woman actually had different leadership communications. Patriarchal culture was considered in the mind of subject research in relation with their employees. There are two approaches in the lowest degree of empowerment, social organization and transferring skills. Most of the subject's research prefers to stress the empowerment according to the first approach than the second one. Eventually, it can be summarized that there are four classification model areas of leadership communication of women entrepreneur in empowering their women employees.

This research need to be followed up for generalization. Empowering their women employee's, women entrepreneurs have to improve their communication competency such as through their nurturing and multitasking skills. Conveying women empowerment program through other women requires supporting regulation and needs to be synergized with all government tools.

KATA PENGANTAR

Allhamdulillah rabbil 'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah menganugerahkan nikmat, hidayah dan taufiqNya sehingga disertasi ini selesai disusun. Sulit untuk menggambarkan bagaimana perasaan peneliti. Penelitian ini tidak hanya membutuhkan banyak pikiran, tetapi juga waktu, tenaga, dan biaya yang tidak sedikit. Benar-benar merupakan suatu perjalanan panjang yang penuh cobaan, aral dan rintangan, serta memerlukan pengertian dan pengobanan banyak pihak. Kesemuanya itu menjadi pelajaran yang berharga dan menjadi bekal untuk menempuh kehidupan ini.

Penulis pun menyadari sepenuhnya bahwa apa yang telah dicapai hingga saat ini membutuhkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak terutama dari para tim promotor. Untuk itu penulis menghaturkan terima kasih yang tulus dan sedalam-dalamnya kepada;

1. Rektor Universitas Padjadjaran beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melanjutkan studi di Universitas Padjadjaran,
2. Direktur Pascasarjana Universitas Padjadjaran, Bapak Prof. Dr. H.A Djadja Saefullah, Drs., MA dan jajaran Asisten Direktur beserta semua staf yang telah memberikan dukungan dan pelayananya untuk menempuh jenjang akademik ini,
3. Ibu Prof.Dr.Hj. Nina W. Syam,Dra.,MS,selaku ketua promotor. Bila beliau tidak berkenan untuk mendorong, membimbing dan membuka wawasan, mungkin peneliti tak menemukan banyak hal menarik yang sebelumnya luput dari perhatian,
4. Ibu Prof.Dr.Hj. Koesdwiratri Setiono,Psi.,yang telah menyisihkan waktu di sela-sela kesibukannya memberikan masukan berharga untuk menyempurnakan disertasi ini,

5. Ibu Dr. Hj. Mien Hidayat, Dra.,MS., terima kasih telah dengan penuh kesabaran dan telaten, membimbing, dan memberikan keluasan wawasan bagi peneliti,
6. Para Oponen Ahli, Prof. Dr. Hj. Samsunuwijati Mar'at, Dra., MS.; Prof. Dr. Hj. Dwi Kartini Yahya, S.E., Spec.Lic; Dr. Parwati Soepangat, MA; dan Dr. Hj. Neni Yulianita Dra., MS.; serta Prof. Dr. Josy Adiwisatra representasi Guru Besar Universitas Padjadjaan, yang telah memberikan saran dan kritik bagi kesempurnaan disertasi,
7. Kedua orang tuaku, Alm. Bapak Ir. Sutarwi Surowinoto, MS dan Alm. Ibu Hj. Mukarti, meskipun telah tiada, tetap selalu mengisi relung hati ini dan menjadi sumber motivasi serta inspirasi bagi peneliti, dan tak lupa pula terima kasih atas bantuan dan dukungannya, Mbak-Mbak, Mas-Mas dan adikku di Bogor-Jakarta,
8. Seluruh keluarga besar Bapak H. Setiardjo Sastrosoemarto dan Ibu Hj. Tiksnokamaria, terima kasih untuk bantuan dan dukungannya,
9. Suamiku, Mas Tatok, belahan jiwaku yang yakin dengan potensi yang kumiliki dan untuk mewujudkannya bersedia untuk setia berbagi, mengingatkanku dan memberikan pengorbanan dalam arti sebenarnya bukan hanya ucapan belaka
10. Buah hatiku sayang, Naufal Baqir H.R. dan Ridhallah Afkar M.S.R., pencerah jiwa yang tak pernah berhenti menjadi penghapus lara hati, dan tak pernah alpa membuat peneliti untuk tetap sabar dan tegar melangkah,
11. Rektor Universitas Paramadina, Anies Rasyid Baswedan SE., MPM., Ph.D.; dan jajaran Deputi Rektor Universitas Paramadina; terima kasih atas dukungannya,
12. Ibu Kurniawaty “Nara” Jusuf, terima kasih atas perkenannya mengizinkan dan mendukung peneliti sepenuhnya untuk menempuh jenjang pendidikan ini,

13. Alm. Prof. Dr. Nurcholish Madjid, Prof. Dr .Faisal Afif, Spec.Lic., Prof.Drs.,Z.A. Achmady, MPA, teman-teman di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Paramadina ; Suraya M Si, Nurhayani M Si, Juni M Si, Eka M Si, Ririn M Si, serta seluruh keluarga besar Universitas Paramadina, terima kasih dukungannya,
14. Teman-temanku para informan, terima kasih atas pelajaran dan manfaat yang diberikan bukan untuk peneliti saja tetapi juga untuk semua,
15. Bapak Dodit, Bapak Husein selaku Kabag Lembaga Dinas Koperasi Kota Bandung, dan Ibu Ardini Roosianti selaku Kasubag Pemberdayaan Perempuan dan Partisipasi Masyarakat Pemerintah Kota Bandung yang bersedia meluangkan waktunya untuk memperkaya wawasan peneliti,
16. Ibu Ir. Siti Khomzah, MS (Ibu Oce), Pimpinan Pusat Studi Wanita Unpad dan Bapak Dr. Ir. Mumun Munandar, MS, yang secara sukarela berkenan meluangkan waktunya untuk berdiskusi dan membantu peneliti,
17. Teman-temanku angkatan 2004, dan pihak-pihak lain yang tidak mungkin disebutkan satu per satu, terima kasih atas segala masukannya serta setia menjadi teman berbagi dan berdiskusi.

Tiada gading yang tak retak. Meski menempuh waktu, kesabaran, ketekunan dan ketabahan yang cukup melelahkan, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, karena itu kritik dan saran membangun terutama dari para penelaah sangat diharapkan. Atas kesediaannya meluangkan waktu dan pikiran, peneliti mengucapkan banyak terima kasih. *Jazakumullah Khairan Katsiran. Amin Ya Rabbal 'Alamin.*

Bandung, November 2007
Peneliti
Rini Sudarmanti
L3G 04138

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB	Hlm
------------	------------

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan dan Identifikasi Masalah	
1.2.1 Rumusan Masalah.....	35
1.2.2 Identifikasi Masalah (Fokus Kajian).....	35
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	
1.3.1 Maksud Penelitian.....	36
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	36
1.4 Kegunaan Penelitian.....	37

II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....	38
2.1.1 Hasil-Hasil Penelitian Berperspektif Objektif.....	39
2.1.1.1 Hasil Penelitian Perempuan Sebagai Pemimpin.....	39
2.1.1.2 Hasil Penelitian Perempuan Sebagai Pengusaha	41
2.1.2 Hasil-Hasil Penelitian Berperspektif Subjektif.....	43
2.2 Kerangka Pemikiran.....	48
2.2.1 Perspektif Teoretik	50
2.2.1.1 Manusia Mengkonstruksi Makna.....	54
2.2.1.2 Perempuan Pengusaha Sebagai Aktor Sosial.....	56
2.2.1.3 Perempuan Pengusaha Sebagai Aktor Subjektif.....	58
2.2.1.4 Perempuan Pengusaha Dalam Konsep Interaksi Simbolik.....	63
2.2.1.5 Realitas Konstruksi Sosial Perempuan Pengusaha.....	70

BAB	Hlm
2.2.1.6 Perspektif Jender Sebagai Suatu Konstruksi Sosial.....	73
2.2.1.6.1 Stereotipe.....	77
2.2.1.6.2 Arus Gerakan Pemberdayaan Perempuan.....	79
2.2.1.7 Peranan Agama Dalam Kehidupan Manusia.....	88
2.2.1.8 Tradisi Kritis Dalam Perspektif Konstruksi Sosial.....	90
2.2.2 Komunikasi Organisasi Usaha Dalam Tradisi Sosial Budaya.....	93
2.2.2.1 Komunikasi Dan Kekuasaan Dalam Organisasi.....	94
2.2.2.2 Komunikasi Kepemimpinan Dalam Organisasi.....	98
2.2.2.3 Budaya Organisasi.....	104
2.2.3 Konseptualisasi Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Pengusaha dan Pemberdayaan Perempuan.....	105
2.2.3.1 Perempuan Sebagai Pengusaha.....	106
2.2.3.2 Perempuan Sebagai Pemimpin Organisasi Usaha.....	108
2.2.3.3 Perempuan Dan Pemberdayaan Perempuan.....	113
2.3 Hipotesis	123

III. METODE PENELITIAN

3.1 Subjek Penelitian.....	124
3.1.1 Informan Penelitian.....	124
3.1.2 Lokasi Penelitian.....	127
3.2 Desain Penelitian.....	128
3.2.1 Pendekatan Metode Penelitian.....	131
3.2.2 Sumber Data Penelitian.....	132
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data Dan Membuka Akses Dengan Informan...	133
3.2.3.1 Teknik Pengumpulan Data.....	133
3.2.3.2 Membuka Akses Dengan Informan.....	136
3.2.3.2.1 Pendekatan Informal.....	137
3.2.3.2.2 Pendekatan Formal.....	140
3.2.4 Teknik Analisis Data.....	141
3.2.5 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	147
3.2.6 Jadwal Penelitian.....	149

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	152
4.1.1 Gambaran Umum Kota Bandung Sebagai Lokasi Penelitian.....	152
4.1.2 Kondisi Penduduk Perempuan Kota Bandung Dalam Bidang Pendidikan, Ketenagakerjaan, Dan Status Perkawinan.....	158

4.1.3	Perempuan Pengusaha Dalam Pandangan Umum Agama	167
4.1.3.1	Perempuan Pengusaha Dalam Pandangan Agama Kristen.....	167
4.1.3.2	Perempuan Pengusaha Dalam Pandangan Agama Hindu.....	170
4.1.3.3	Perempuan Pengusaha Dalam Pandangan Agama Islam.....	175
4.1.4	Pandangan Umum Budaya Dan Sejarah Perempuan Sunda Di Kota Bandung.....	179
4.1.4.1	Bahasa Sunda.....	181
4.1.4.2	Budaya Sunda.....	182
4.1.4.3	Perempuan Dalam Pandangan Umum Budaya Sunda.....	189
4.1.5	Perangkat Dan Aturan Perundang-Undangan Berkenaan Dengan Perempuan Pekerja di Kota Bandung.....	194
4.1.5.1	Perangkat Pemberdayaan Perempuan Di Kota Bandung	195
4.1.5.2	Penanganan Usaha Menengah Dan Kecil Oleh Dinas Koperasi Pemerintah Kota Bandung.....	200
4.1.5.3	Undang-Undang Ketenagakerjaan Bagi Perempuan.....	203
4.1.6	Gambaran Umum Informan.....	206
4.1.6.1	Profil Informan.....	206
4.1.6.2	Kondisi Sosial Ekonomi Dan Budaya Informan.....	210
4.1.6.3	Proses Menjadi Pengusaha.....	216
4.1.6.3.1	Aspek Pendorong.....	216
4.1.6.3.2	Aspek Penarik.....	224
4.1.7	Gambaran Umum Usaha Informan.....	232
4.1.7.1	Lokasi Dan Tempat Usaha.....	232
4.1.7.2	Peran Keluarga Dan Handai Taulan Dalam Usaha.....	235
4.1.7.3	Prinsip-Prinsip Dalam Menjalankan Usaha.....	238
4.1.7.4	Jenis Usaha Dan Jumlah Pekerja	244
4.1.8	Makna Memberdayakan Perempuan Pekerja.....	246
4.1.8.1	Perempuan Pekerja Dalam Pandangan Informan.....	248
4.1.8.2	Penilaian, Emosi Dan Makna Memberdayakan Perempuan .	253
4.1.9	Orientasi Kepemimpinan Pemberdayaan Perempuan.....	256
4.1.10	Tindakan Komunikasi Kepemimpinan Pemberdayaan Perempuan.....	262
4.1.10.1	Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Pengusaha Memberdayakan Perempuan Pengusaha Melalui Pengorganisasian Sosial.....	263
4.1.10.2	Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Pengusaha Memberdayakan Perempuan Pengusaha Melalui Pekerjaan..	269

BAB**Hlm**

4.2 Pembahasan Penelitian.....	276
4.2.1 Eksplorasi Logik Tindakan Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Pengusaha Memberdayakan PerempuanPekerja.....	277
4.2.1.1 Perempuan Pengusaha Dalam Tatahan Sosial Masyarakat Kota Bandung.....	277
4.2.1.2 Proses Dan Motif Menjadi Pengusaha.....	286
4.2.1.3 Karakter Perempuan Pengusaha.....	292
4.2.1.4 Tindakan Komunikasi Kepemimpinan Pemberdayaan Perempuan.....	307
4.2.1.5 Karakter Perempuan Pengusaha Berkomunikasi Memimpin Pemberdayaan Perempuan Pekerja.....	312
4.2.2 Aspek Etik Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Pengusaha Memberdayakan Perempuan Pekerja.....	322
4.2.2.1 Sebaran Informan Penelitian Berdasarkan Model Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Pengusaha Memberdayakan Perempuan Pekerja.....	334
4.2.3 Transendensi Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Pengusaha Memberdayakan Perempuan Pekerja.....	336
V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	366
5.2 Saran.....	371
DAFTAR PUSTAKA	
GLOSARI	
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR GAMBAR

	Hlm
Gambar 2.1	Posisi Penelitian Ini Dibandingkan Penelitian Sejenis Yang Terdahulu... 47
Gambar 2.2	Proses <i>Mimesis</i> 92
Gambar 2.3	Hierarki Kebutuhan Maslow..... 117
Gambar 2.4	Alur Teoretik Penelitian..... 120
Gambar 3.1	Model Interaksi Analisis Data Miles & Huberman..... 141
Gambar 4.1	Peta Daerah Kota Bandung..... 155
Gambar 4.2	Lambang Kota Bandung..... 157
Gambar 4.3	Bendera Kota Bandung..... 157
Gambar 4.3	Alur Kesadaran Subjektif Perempuan Pengusaha Memaknai Pemberdayaan Perempuan Pekerja..... 253
Gambar 4.4	Aspek Pendorong dan Penarik Menjadi Pengusaha..... 287
Gambar 4.5	Karakter Perempuan Pengusaha..... 300
Gambar 4.6	Pemaknaan Subjektif Tindakan Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Pengusaha Memberdayakan Perempuan Pekerja..... 308
Gambar 4.7	Model Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Pengusaha Memberdayakan Perempuan Pekerja..... 325
Gambar 4.8	Area Model Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Pengusaha Memberdayakan Perempuan Pekerja “I”..... 333
Gambar 4.9	Area Model Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Pengusaha Memberdayakan Perempuan Pekerja “II”..... 334
Gambar 4.10	Area Model Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Pengusaha Memberdayakan Perempuan Pekerja “IV”..... 335
Gambar 4.11	Area Model Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Pengusaha Memberdayakan Perempuan Pekerja “V”..... 336
Gambar 4.12	Sebaran Informan Berdasarkan Model Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Pengusaha Memberdayakan Perempuan Pekerja..... 339

DAFTAR TABEL

	Hlm
Tabel 2.1 Stereotipe Sifat Feminin dan Maskulin.....	77
Tabel 2.2 Daftar Ciri dan Sifat Wirausaha.....	107
Tabel 3.1 Aspek Sumber Data Penelitian.....	133
Tabel 3.2 Tahapan Analisis Data.....	137
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian.....	151
Tabel 4.1 Penduduk Kota Bandung Menurut Kelompok Umur.....	160
Tabel 4.2 Penduduk Kota Bandung Menurut Jenis Kelamin & Status Perkawinan..	161
Tabel 4.3 Penduduk Usia 10 Tahun ke Atas Menurut Jenis Kelamin dan Ijazah di Kota Bandung.....	Tertinggi 162
Tabel 4.4 Potensi Serapan Tenaga Kerja di Kota Bandung.....	165
Tabel 4.5 Penduduk Usia 10 Tahun ke Atas Yang Bekerja Menurut Jenis Kelamin dan Lapangan Usaha Utama di Kota Bandung.....	166
Tabel 4.6 Data Informan dan Jenis Usaha Penelitian.....	207
Tabel 4.7 Asal Etnis Informan.....	214
Tabel 4.8 Sebaran Kategori, Jenis Usaha dan Jumlah Pekerja Perempuan.....	245
Tabel 4.9 Lingkup Perhatian Perempuan Pengusaha Terhadap Keberadaan Perempuan Pekerja.....	249 Tabel
4.10 Sebaran Aspek Pendorong dan Penarik serta Motif Menjadi Pengusaha..	289
Tabel 4.11 Identifikasi Model Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Pengusaha Memberdayakan Perempuan Pekerja.....	332

DAFTAR GRAFIK

	Hlm
Grafik 4.1 Penduduk Kota Bandung Menurut Kelompok Umur.....	160
Grafik 4.2 Perkembangan Jumlah Tenaga Kerja Industri Besar dan Sedang Yang Dapat Diserap Di Kota Bandung.....	163

DAFTAR LAMPIRAN

	Hlm
Lampiran 1 Surat Permohonan Ijin Penelitian.....	385
Lampiran 2 Lembar Panduan Pengamatan (Protokol 1).....	386
Lampiran 3 Lembar Panduan Wawancara (Protokol 2).....	387
Lampiran 4 Lembar Panduan Pengamatan Interaksi (Protokol 3).....	390
Lampiran 5 Gambaran Profil Informan.....	391
Lampiran 6 Surat Ijin Penelitian Yang Dikeluarkan Oleh Badan Pemberdayaan Masyarakat Kota Bandung.....	420
Lampiran 7 Ringkasan Hasil Wawancara Dengan Kasubag Pemberdayaan Perempuan Dan Partisipasi Masyarakat Kota Bandung.....	421
Lampiran 8 Rangkuman Hasil Wawancara Dengan Kabag Lembaga Dinas Koperasi Kota Bandung.....	424
Lampiran 9 Kliping.....	429
Lampiran 10 Riwayat Hidup.....	455
Lampiran 11 Bukti Otentitas Penelitian.....	457

Lampiran 1	Surat Permohonan Ijin Penelitian.....	385
Lampiran 2	Lembar Panduan Pengamatan (Protokol 1).....	386
Lampiran 3	Lembar Panduan Wawancara (Protokol 2).....	387
Lampiran 4	Lembar Panduan Pengamatan Interaksi (Protokol 3).....	390
Lampiran 5	Gambaran Profil Informan	391
	Informan 1.....	391
	Informan 2.....	394
	Informan 3.....	396
	Informan 4.....	399
	Informan 5.....	401
	Informan 6.....	404
	Informan 7.....	406
	Informan 8.....	408
	Informan 9.....	410
	Informan 10.....	412
	Informan 11.....	413
	Informan 12.....	415
	Informan 13.....	416
	Informan 14.....	417
	Informan 15.....	419
Lampiran 6	Surat Ijin Penelitian Yang Dikeluarkan Oleh Badan Pemberdayaan Masyarakat Kota Bandung	420
Lampiran 7	Ringkasan Hasil Wawancara Dengan Kasubag Pemberdayaan Perempuan Dan Partisipasi Masyarakat Kota Bandung.....	421
Lampiran 8	Rangkuman Hasil Wawancara Dengan Kabag Lembaga Dinas Koperasi Kota Bandung.....	424
Lampiran 9	Kliping	
	Arsitektur Bersejarah Dan Citra Kota Bandung.....	429
	Kekerasan Kian Ancam Perempuan.....	431
	Dan, Derap Perempuan Pun Kian Bergemuruh.....	432
	Semua Dijalani Tanpa Beban.....	437
	Bagan Pendapatan Asli Daerah Terbanyak.....	438
	Bandung, “Heurin Ku Runtah”.....	439
	Kota Taman Yang Minim Taman.....	440
	Menyimpan Sejuta Sejarah.....	441
	Jawa Barat Jadi “Pilot Project”.....	442
	Pemprov Beri Porsi Bagi Perempuan.....	443
	Sudah Ada Sejak Masa Penjajahan Belanda.....	444
	Optimisme Perekonomian 2007.....	445
	Kualitas Hidup Perempuan Di Indonesia Masih Rendah.....	448
	UKM Sumbang 53,3% PDB (Pendapatan Daerah Bruto) 2006.....	449
	UKM Pesimistis Dengan Kredit.....	450
	Industri Kreatif Punya Potensi Besar.....	451
	Diskriminasi Rugikan Ekonomi.....	452
	Aturan Kredit UMKM Rumit.....	454
Lampiran 10	Riwayat Hidup.....	455
Lampiran 11	Bukti Otentitas Penelitian.....	457

BAB I

P E N D A H U L U A N

1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN

Berkomunikasi merupakan kegiatan yang hakiki dalam kehidupan manusia. Komunikasi dilakukan di setiap sudut kehidupan manusia, bahkan di setiap tarikan napas manusia, sejak manusia pertama kali dilahirkan ke dunia. Kegiatan berkomunikasi itu sendiri bukanlah suatu bakat yang dibawa manusia, dimana hanya orang-orang tertentu saja memilikinya. Komunikasi merupakan potensi yang dapat dikembangkan dan melekat (*inherent*) di dalam diri manusia sendiri.

Ruang gerak kehidupan manusia tidak pernah dan tidak mungkin terlepas dari kegiatan komunikasi. Komunikasi begitu dekat dengan kehidupan sehari-hari, bahkan manusia sendiri seringkali tidak menyadari bahwa apa yang dilakukannya itu merupakan kegiatan berkomunikasi. Aktivitas berkomunikasi ini tidak terlepas dari fitrah manusia sebagai makhluk sosial. Manusia tidak mungkin hidup sendirian tanpa bersosialisasi dengan manusia lainnya. Komunikasi tak ubahnya seperti “ruh” dalam kehidupan sosial bermasyarakat manusia.

Manusia, ketika berinteraksi dengan manusia lain, baik itu dengan kelompok atau pun dalam masyarakat luas, akan selalu berusaha mewujudkan dan memenuhi kebutuhannya dengan berkomunikasi. Weaver memberikan gambaran bahwa *communication is all procedures by which one mind can affect another*

(dalam Miller,2002:3). Komunikasi digunakan manusia untuk mempengaruhi orang lain dan itu dilakukan dengan berbagai cara atau prosedur.

Proses komunikasi ini juga tidak dapat dilepaskan dari kehidupan manusia selama ia hidup di dalam masyarakat. Schramm (dalam Cangara,1988:1-2) menegaskan bahwa, “Komunikasi dan masyarakat adalah dua kata yang sama dan tidak bisa dipisahkan satu sama lainnya. Manusia tanpa masyarakat tidak mungkin dapat mengembangkan komunikasi.” Pernyataan Schramm ini bila dikaji lebih lanjut mengandung pesan bahwa, semakin seseorang sering terjun berinteraksi dalam masyarakat, maka ia akan semakin dapat mengembangkan kemampuan berkomunikasi. Bila kemampuan manusia untuk berkomunikasi semakin terasah dengan baik, maka akan semakin mudah baginya untuk dapat memenuhi kebutuhan dan harapan-harapan hidupnya.

Emile Durkheim, menjelaskan bahwa, masyarakat merupakan kelompok yang beranggotakan individu-individu yang terstruktur saling bergantung dan membentuk suatu sistem. Ia mengatakan pendapatnya tentang masyarakat, ”Keseluruhan tersebut memiliki seperangkat kebutuhan atau fungsi-fungsi tertentu yang harus dipenuhi oleh bagian-bagian yang menjadi anggotanya agar berada dalam keadaan normal” (dalam Poloma,1994:28). Penjelasan tersebut menunjukkan bahwa masyarakat merupakan suatu kesatuan yang terbentuk berdasarkan atas konsensus, pola, norma kebiasaan dan kepercayaan tersendiri yang dipahami dan dipelihara bersama. Dengan kata lain, masyarakat merupakan kelompok terorganisir dan mempunyai kekuatan yang memaksa setiap anggotanya

untuk mengikuti aturan hasil konsensus bersama agar mereka selalu berada dalam keadaan damai dan sejahtera.

Sementara Zevedei Barbu (dalam Nope, 2005;1) dalam bukunya 'Society, Culture, and Personality : An Introduction to Social Science', mendefinisikan masyarakat sebagai berikut :

Suatu kumpulan manusia dari kedua jenis kelamin yang terikat bersama oleh kebutuhan-kebutuhan dan tujuan-tujuan yang sama dan juga oleh pola-pola interaksi dan hubungan yang dibutuhkan bagi pencapaian dari kebutuhan-kebutuhan dan tujuan-tujuan tersebut.

Berdasarkan kedua definisi masyarakat tersebut, dapat disimpulkan bahwa masyarakat yang terdiri dari laki-laki dan perempuan, bersama-sama mengelola dan mengerahkan sumber daya yang dimiliki masing-masing untuk mencapai tujuan dan harapan bersama.

Baik laki-laki maupun perempuan, keduanya saling bersosialisasi dan berkomunikasi untuk mencapai tujuan bersama. Setiap individu anggota masyarakat, laki-laki maupun perempuan, dituntut untuk selalu bersikap dan berperilaku sesuai dengan aturan atau norma yang berlaku sehingga kehidupan mereka selalu berada dalam keadaan normal dan terhindar dari segala bentuk pertikaian atau konflik yang merugikan.

Deskripsi pengertian masyarakat yang telah dijelaskan tersebut menegaskan bahwa laki-laki dan perempuan sama-sama memiliki kewajiban dan hak yang sama di dalam masyarakat untuk berkarya dalam suasana saling menguntungkan untuk kemajuan, serta dalam pencapaian tujuan dan kesejahteraan kehidupan bersama. Meskipun demikian, sejarah panjang kehidupan peradaban manusia dunia, mencatat banyak ketidaksetaraan gender hampir terjadi di setiap

relung kehidupan. Budaya-budaya masyarakat yang ada di dunia ini cenderung untuk menggeneralisasikan peranan perempuan sebagai kaum terpinggirkan. Perempuan merupakan golongan manusia kelas dua yang dalam ruang gerakanya selalu harus mengutamakan laki-laki.

Keadaan ini diperkuat lagi dengan legitimasi interpretasi agama yang tak berimbang dalam memandang perempuan. Keseluruhan tradisi sistem budaya tersebut mengatur kehidupan masyarakat dan telah melanggengkan posisi perempuan ini sehingga seringkali mereka mendapat perlakuan yang kurang diperhitungkan. Sayangnya seringkali perempuan sendiri tidak menyadari keberadaannya sebagai manusia inferior karena keadaan ini telah sangat lama berlangsung turun temurun, mengakar, dan mendarah daging dalam kehidupan masyarakat sehari-hari.

Sebenarnya tidak jelas kapan perempuan pertama kali mulai “dipinggirkan”, karena banyak yang telah menyebutkan bahwa pada awal kehidupan manusia, perempuan begitu diagungkan. Marilyn French (dalam Gadis, 2003:11) menyebutkan, “...Peninggalan-peninggalan arkeologis dari sepuluh ribu tahun yang lalu merefleksikan dewi-dewi yang mengunggulkan komunitas yang hidup secara egaliter, harmoni dan sejahtera.” Sebagai contoh, di kalangan komunitas Cina dikenal dengan adanya Dewi Agung Kwam In, di Indonesia khususnya di Pulau Jawa terkenal dengan Dewi Sri-nya yang merupakan lambang kesejahteraan. Kedudukan perempuan mungkin mulai dipinggirkan seiring dengan perkembangan rasionalitas manusia yang ditandai dengan perkembangan pemikiran filsafat yang didominasi laki-laki.

Gadis Arivia mengemukakan contoh dalam bukunya “Filsafat Berperspektif Feminis” mengenai pemikiran Aristoteles tentang perempuan ;

Bahwa ada dua kelas manusia yang berada di luar aktivitas rasio manusia, yakni budak dan perempuan. Kehidupan budak adalah semacam properti yang dapat dipakai dan hanya sebagai alat untuk mencapai suatu tujuan. Kelihatannya tidak berbeda jauh juga dengan yang dialami perempuan. Kehidupan perempuan bersifat fungsional. Ia adalah isteri dari laki-laki yang hanya digunakan untuk mempunyai anak, sebagaimana budak, ia mengambil bagian untuk menyediakan kebutuhan hidup (Gadis,2003: 6).

Pandangan-pandangan filsuf yang seperti ini terimplementasi dalam kehidupan manusia hingga bertahun-tahun lamanya sehingga perkembangan ilmu pengetahuan manusia lebih berpusat pada apa yang dianggap penting oleh kaum laki-laki. Padahal yang demikian ini merupakan indikasi adanya pelanggaran hak-hak asasi manusia terhadap peranan perempuan.

Sementara itu Darsiti Soeratman dalam bukunya “Wanita: Lampau, Kini, dan Mendatang”, seperti dikutip oleh Senen (2005:9-10) menjelaskan tentang perempuan Indonesia pada jaman prasejarah sebagai berikut :

Berburu digambarkan sebagai kegiatan laki-laki untuk dibedakan dari wanita. Konsep *Man The Hunter* itu akhirnya menggiring kita pada kesimpulan bahwa kaum laki-laki memiliki postur tubuh yang kekar dan kuat, rasional, dan bersifat agresif sehingga mampu berburu hewan liar secara kasar dan membunuhnya....Wanita dan anak-anak tidak ikut berburu dan mereka tinggal di tempat kediamannya, mencari dan mengumpulkan makanan dari tempat yang tidak berjauhan. Hidup mereka sedikit banyak tergantung pada laki-laki pemburu yang datang dengan membawa hasil buruannya yang kaya protein.”

Kutipan ini menjelaskan bahwa sejak dulu laki-laki ditugaskan untuk berburu, menghadapi tantangan yang lebih keras dan sulit ketimbang perempuan yang ditempatkan di ruang domestik. Pembagian tugas ini nampaknya berimplikasi

menimbulkan justifikasi bahwa laki-laki adalah mahluk yang lebih kuasa untuk berbuat sesuatu, kuat, superior, sementara perempuan digambarkan sebagai sebagai mahluk yang lemah, yang membutuhkan perlindungan dan tergantung pada laki-laki.

Murniati (2004: xix) menanggapi wacana posisi perempuan, dalam bukunya 'Getar Gender' menjelaskan bahwa ;

Pandangan laki-laki "di atas" perempuan itu kemudian lebih dikukuhkan lagi melalui agama dan tradisi. Dengan demikian, laki-laki "diakui dan dikukuhkan" untuk menguasai perempuan. Kemudian hubungan laki-laki dan perempuan yang hierarkies, (dianggap) sudah benar. Situasi ini adalah hasil belajar manusia dari budaya patriarkhi. Dalam budaya ini berbagai ketidakadilan muncul di berbagai bidang dan bentuk

Ketidakadilan terhadap peran perempuan terlihat hampir di setiap relung kehidupan seperti dalam keluarga atau dalam ranah publik. Apa yang dialami perempuan tersebut merupakan dampak dari bias peneguhan ideologi jender di masyarakat yang dilegitimasi oleh tradisi, adat istiadat, peraturan penguasa dan bahkan interpretasi agama. Ketimpangan ini membudaya dan diwariskan secara turun temurun. Budaya yang demikian ini dikenal dengan sebutan budaya patriarkhi yang dianut oleh hampir semua bangsa di muka bumi ini.

Budaya patriarkhi menempatkan laki-laki sebagai pusat kekuasaan dalam keluarga, masyarakat, pemerintahan atau pun agama. Budaya ini menempatkan perempuan sebagai pelengkap penguasa. ¹Budaya patriarkhi menghendaki perempuan untuk bersifat pasif dan pasrah serta tidak banyak mengungkapkan pendapat. Norma budaya menetapkan perannya tidak jauh dari "sumur, kasur dan

¹ suntingan hasil penelitian tim Budie Santi dalam Gadis Arivia dan Andriana Venny.2004. "Menggalang Perubahan". Jakarta : YJP . h 75

dapur". Menurut tradisi ini perempuan mendapat tugas untuk lebih mengutamakan pekerjaan domestik, mengurus kebutuhan dan keperluan rumah tangga seperti memelihara anak, memasak, mencuci dan membersihkan rumah.

Perempuan diajarkan untuk selalu bersikap pasif, menerima nasib, mengabdikan diri dan kehidupannya untuk melayani suaminya serta kesejahteraan keluarganya. Sementara laki-laki merupakan figur pemimpin atau kepala rumah tangga, yang bekerja di luar rumah menghasilkan uang dan mempunyai kekuasaan atas uang yang dihasilkannya termasuk dalam membuat keputusan-keputusan rumah tangganya. Peran yang diemban perempuan ini membuatnya tidak leluasa untuk mengatur dan membuat keputusan-keputusan baik untuk dirinya atau ketika ia masuk ke dalam wilayah publik. Kalau pun memungkinkan, perempuan diberikan pekerjaan yang bersifat sosial.

Bila perempuan bekerja formal di suatu perusahaan, ia mendapat tuntutan untuk harus dapat berperan ganda sebagai ibu sekaligus wanita karir. Selain itu, perempuan juga akan menerima bentuk-bentuk ketidakadilan lain yang diterapkan perusahaan terhadap dirinya sebagai kaum perempuan, misalnya dianggap tidak mampu menangani pekerjaan yang memiliki tanggung jawab besar.

Dampak lain dari budaya patriarki ini terhadap perempuan juga membuat akses perempuan dalam pendidikan menjadi terbatas, begitu pula dengan kepemilikan uang atau pun modal/kapital serta dalam pengambilan keputusan. Bahkan seringkali perempuan mengalami berbagai bentuk kekerasan dari laki-laki baik secara fisik maupun psikologis. Belum ada data yang lebih akurat untuk

membuktikan fenomena tersebut, namun beberapa laporan dapat memberikan sedikit gambaran mengenai situasi tersebut.

Data Pusat Krisis Terpadu (KRT) Rumah Sakit Cipto Mangunkusumo mencatat jumlah kasus kekerasan terhadap perempuan yang terus meningkat, yaitu dari sekitar 226 kasus pada tahun 2000 menjadi 655 kasus pada tahun 2003.² Mulia dan Farida pun (2005:24) mengutip laporan Komisi Nasional Anti Kekerasan Terhadap Perempuan pada tahun 2002 yang mencatat sebanyak 5.563 perempuan telah menjadi korban kekerasan. Jumlah ini meningkat 20,35% dari tahun sebelumnya. Data tersebut cukup untuk menggambarkan bahwa perempuan mendapatkan perlakuan yang tidak mengenakkan di masyarakat.

Gambaran-gambaran umum norma budaya perempuan seperti yang dijelaskan sebelumnya tidak hanya berlaku di Indonesia, tetapi hampir di setiap budaya yang ada di dunia ini. Kesemua itu juga didukung oleh produk-produk hukum perundang-undangan serta penafsiran ajaran agama yang masih memandang perempuan lebih rendah daripada laki-laki.

Lahirnya PBB dan penetapan Deklarasi Umum Hak-Hak Asasi Manusia pada tahun 1948, merupakan suatu upaya untuk memperbaiki keadaan peradaban manusia, namun hingga saat ini hasil yang diperoleh masih jauh dari harapan. Masyarakat internasional masih belum sepenuhnya menyadari perlunya keseimbangan antara perempuan dan laki-laki, termasuk di negara-negara industri Barat yang mengaku demokratis.

² Berita Meneg PP, 12-04-05: "Kebijakan dan Strategi Pembangunan Pemberdayaan Perempuan", <http://www.menegpp.go.id>
Dari jumlah tersebut, hampir 50% korban kekerasan seksual, sekitar 47% diantaranya anak-anak berusia di bawah 18 tahun, dan sekitar 74% diantaranya berpendidikan SD, SMP dan SMU.

Berkenaan dengan kondisi perempuan secara umum tersebut, maka dikembangkan untuk menyelenggarakan Konferensi-Konferensi Dunia Perempuan sebagai ajang untuk saling bertukar pemikiran dan pengalaman untuk menyelesaikan masalah perempuan. Semua itu bermula sejak diadakan untuk pertama kalinya konferensi perempuan di Mexico City tahun 1975. Hingga saat ini konferensi terakhir diselenggarakan di Beijing tahun 1995.

Salah satu momen penting yang terlahir dari konferensi perempuan sedunia tersebut adalah bahwa sejak 3 September 1981 telah ditetapkan Konvensi Penghapusan Semua Bentuk Diskriminasi terhadap Perempuan (Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination Against Women/CEDAW), yang membawa sisi kemanusiaan hak-hak asasi perempuan sebagai manusia. Sampai dengan tahun 1989, telah 100 negara meratifikasi konvensi ini dalam perundang-undangan negara masing-masing, termasuk Indonesia pada tahun 1984 melalui Undang-Undang No. 7 Tahun 1984.

Beberapa perempuan di Indonesia telah memberikan pencerahan berarti. Buku *Habis Gelap Terbitlah Terang* yang merangkum gagasan RA Kartini, memberikan pencerahan bagi perempuan Indonesia untuk bangkit memperbaiki keadaan. Meski terseok-seok, kini kiprah perempuan Indonesia boleh dibanggakan. Banyak prestasi yang berhasil diraih perempuan Indonesia, seperti Ibu “astronot” Pratiwi dan pukulan *smash* Susi Susanti telah mengharumkan nama bangsa. Bahkan saat ini bila membandingkan dengan negara Amerika Serikat, Indonesia memiliki 4 (empat) orang perempuan yang duduk dalam jajaran kementerian, yaitu Siti Fadhillah Sapari (Menteri Kesehatan), Sri Mulyani (Menteri

Keuangan), Meutia Hatta (Menteri Pemberdayaan Perempuan) dan Mari Elka Pangestu (Menteri Perdagangan). Sementara Amerika Serikat hanya mempercayai seorang perempuan saja yaitu Condoleezza Rice pada posisi Menteri Luar Negeri. Sayangnya gambaran kemajuan yang seperti ini ternyata bukanlah berarti bahwa kondisi perempuan Indonesia lebih baik dari negara lainnya..

Hasil sensus penduduk tahun 2000 mencatat jumlah penduduk Indonesia sebanyak 206,3 juta orang dengan proporsi penduduk perempuan sekitar 49,7%. Angka ini merupakan gambaran bahwa jumlah perempuan di Indonesia memegang aset potensial yang cukup besar dalam pembangunan bangsa. Potensi jumlah perempuan Indonesia ini tidak sebanding dengan peran partisipasi perempuan di hampir semua bidang kehidupan, yang umumnya masih tertinggal jauh dari laki-laki.

Kualitas manusia Indonesia atau *Human Development Indicator* (HDI), bila dibandingkan dengan negara-negara ASEAN, kecuali Vietnam, Kamboja dan Myanmar, mengalami penurunan.³ Kualitas manusia yang diukur dari Indeks Pembangunan Manusia (HDI) menunjukkan nilai 65,8. Untuk melihat seberapa besar kontribusi perempuan, maka dapat melihat dari nilai Indeks Pembangunan Jender (GDI) Indonesia yaitu 59,2. Perbedaan HDI dan JDI ini menunjukkan kesenjangan antara kualitas hidup perempuan dengan kualitas hidup manusia secara keseluruhan. Semakin besar perbedaan ini menunjukkan semakin besar kesenjangan yang terjadi. Indeks ini merupakan komposisi yang diukur dari nilai kualitas manusia dalam bidang pendidikan, kesehatan, dan ekonomi.

³ Ibid.

Hasil sensus penduduk tahun 2003⁴ mencatat bahwa sebagian besar perempuan berada di garis kemiskinan yaitu sekitar 70%. Keadaan mereka saat ini kurang lebih tidak jauh berbeda. Jumlah perempuan usia 10 tahun keatas yang tidak/belum pernah sekolah adalah sekitar 5,43%. Berbeda dengan penduduk laki-laki yang pernah bersekolah, hampir dua kali lipat jumlah perempuan yaitu sekitar 11,56%. Penduduk perempuan buta huruf berjumlah sekitar 12,28%, sedangkan penduduk laki-laki buta huruf sekitar 5,84%.

Keadaan yang tidak jauh berbeda juga terjadi pada perempuan dalam bidang kesehatan. Angka Kematian Ibu (AKI) Indonesia berada pada urutan tertinggi kedua sedunia setelah Afghanistan. Nilai AKI Indonesia masih tinggi mencapai 307 per 100.000 orang⁵

Tingkat partisipasi angkatan kerja (TPAK) perempuan masih relatif rendah yaitu 44,81%, sementara laki-laki 76,12%.⁶ Kondisi ini mempengaruhi peluang perempuan menjadi pemimpin. Sebagai gambaran, Indikator Sosial Wanita Indonesia tahun 2000 mencatat hanya terdapat 8 perempuan dari 47 Hakim Agung yang berada dalam lembaga Mahkamah Agung. Sementara guru besar PNS hanya tercatat 11 perempuan dari 103 orang. Menurut keadaan 1 Juli 2002, tercatat 12.345 orang perempuan dari total 25.394 guru SLTA.⁷

Kondisi tak jauh berbeda juga terjadi dalam bidang politik. Walaupun Undang-Undang No.12 tahun 2003 tentang Pemilu 2004 mengalokasikan kuota 30% keterwakilan perempuan untuk berkiprah di lembaga legislatif, data dari Biro

⁴ Ibid

⁵ Ibid

⁶ Ibid

⁷ Majalah SWA No. 8/2006.. Artikel Henni T. Solaeman,.(red): *Dan, Derap Perempuan pun Kian Bergemuruh*. h.30-34

Pusat Statistik pada periode 1999-2004 mencatat hanya sekitar 45 orang perempuan atau 9% perempuan yang saat ini duduk di lembaga Dewan Perwakilan Rakyat. Keadaan atau jumlah posisi perempuan dalam politik yang demikian ini, tentu saja akan mempengaruhi suara perempuan dalam proses pembuatan berbagai kebijakan atau keputusan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan terutama untuk kaum perempuan Indonesia sendiri.

Gambaran kondisi sosial perempuan ini cukup memprihatinkan, padahal potensi perempuan dalam pelaksanaan pembangunan sangat besar. Meutia Hatta, selaku Menteri Negara (Meneg) Pemberdayaan Perempuan Indonesia menekankan pada pentingnya peran perempuan dalam ranah publik.⁸ Beliau pun menjelaskan bahwa kehidupan perempuan merupakan kondisi prasyarat yang harus diperhatikan karena peranan mereka yang cukup besar dalam mencapai kesuksesan pembangunan. Berdasarkan pengalaman yang pernah dialami selama ini, seyogyanya perempuan didorong untuk terjun ke ranah publik.

Gagasan ini menyiratkan pentingnya mengupayakan program pemberdayaan perempuan berperspektif jender agar potensi perempuan tersebut tidak menjadi beban bagi pembangunan akan tetapi justru memberikan kontribusi yang besar dalam pembangunan. Tentunya ini merupakan suatu tantangan. Tidaklah mudah untuk mengubah tatanan budaya yang sudah sangat mengakar dan mendorong perempuan untuk masuk ke dalam wilayah publik berdasarkan kompetensi yang dimiliki masing-masing.

⁸ Berita Meneg PP, 12-04-05: "Kebijakan dan Strategi Pembangunan Pemberdayaan Perempuan", <http://www.menegpp.go.id>

Kondisi sosial dan ekonomi Indonesia, yang sejak masa reformasi tahun 1998 terpuruk, membuka peluang besar bagi perempuan untuk berkiprah di wilayah publik antara lain dengan berbisnis atau membuka usaha. Banyak laki-laki atau suami yang kehilangan pekerjaan dan penghasilannya karena perusahaan tempatnya bekerja pailit atau terkena PHK sehingga tidak mampu lagi membiayai keluarganya. Masalah kondisi ekonomi keluarga mendesaknya untuk melakukan sesuatu dengan kemampuan “khas” yang dimilikinya dengan melakukan banyak terobosan untuk mengatasinya.

Stereotipe perempuan Indonesia yang selama ini berada pada sekitar lingkup rumah dan keluarga, tidak sepenuhnya berlaku bila perempuan menjadi pebisnis. Sejak masa reformasi, eksistensi perempuan relatif tidak mengalami hambatan. Peran ganda yang menjadi tantangan perempuan juga tidak menyurutkan kiprah mereka dalam dunia bisnis. Mereka justru membuat keputusan-keputusan atau kebijakan untuk mengelola usaha sekaligus mengatur “peran ganda” sedemikian rupa, sehingga tugas domestik maupun bisnisnya tetap tidak terabaikan.

Perempuan umumnya lebih memilih untuk menjadi pengusaha karena anak-anak yang masih kecil atau karena waktu yang fleksibel sehingga masih memungkinkan baginya untuk mengurus keluarganya. Ilustrasi berikut dapat menjadi gambaran mengenai keadaan tersebut. Ani Mariani⁹, seorang ibu berusia 41 tahun, menikah dengan 4 anak, tidak menemui kesulitan ketika harus berperan ganda. Ia bekerja di bidang *trading* dan *marketing*. Kualitas hubungan dengan

⁹ Majalah Femina No 15/2006..Artikel Joanita Roesma.(red): *Semua Dijalani Tanpa Beban*. h.38-41

keluarganya tidak pernah berkurang. Fungsi *mobilephone* atau telepon seluler memudahkannya untuk berkomunikasi dengan keluarga. Sementara untuk urusan domestik rumah tangga, ia mempercayakannya pada pembantu. Meski begitu, setiap akhir pekan, ia selalu menyempatkan diri untuk memasak sebagai bentuk perhatian dan ritual bagi keluarganya.

Keadaan yang tidak jauh berbeda juga dilakukan Irene Yulianti¹⁰, perempuan pengusaha berusia 30 tahun, menikah dengan 2 anak yang masih balita. Ia memilih menjadi pengusaha *production house* karena waktunya lebih fleksibel sehingga ia lebih mudah mengatur dan membagi waktu untuk mengurus anak-anaknya. Hari Sabtu-Minggu pun ia alokasikan khusus untuk kegiatan bersama keluarga. Begitu pun dengan Lisa Fazaki¹¹, perempuan pengusaha muda berusia 27 tahun dengan 1 anak (11 bulan). Ia lebih suka menjalankan bisnis usaha *catering*, yang memungkinkannya untuk dapat membagi waktu lebih banyak dengan keluarganya. Setidaknya 3 kali dalam seminggu ia keluar rumah, tapi di hari Minggu betul-betul ia habiskan bersama keluarga.

Hingga saat ini banyak tercatat kemajuan yang telah dicapai perempuan ketika terjun ke dalam sektor bidang ekonomi atau bisnis. Dalam bidang ini, perempuan bukan saja dapat merintis karir, tetapi juga mampu memegang posisi-posisi strategis di berbagai perusahaan di tanah air. Data Indikator Jender menunjukkan bahwa di tahun 1999, sekitar 62,2% dari jumlah perempuan berusia 10 tahun ke atas, mampu mengembangkan usahanya sendiri, sementara laki-laki pada golongan usia yang sama hanya berjumlah sekitar 54,8%.

¹⁰ Ibid

¹¹ Ibid

Asian Development Bank (2003) mencatat bahwa terdapat sekitar 2,5 juta dari 2,8 juta perusahaan industri di Indonesia adalah perusahaan mikro. Dari jumlah tersebut, sebanyak 60% dari 40 juta pengusaha kecil-menengah adalah perempuan¹². Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) pun mencatat bahwa hingga tahun 2003, terdapat 16 ribu anggota yang terdiri dari 80% pengusaha kecil, 13% pengusaha menengah dan 7% pengusaha besar. Dengan membaca gambaran tersebut dimuka, maka dapat disimpulkan bahwa potensi peran perempuan dalam mengelola bisnis tentu tidak dapat dianggap sebelah mata. Ia menjadi salah satu aspek penentu keberhasilan pembangunan bangsa terutama dari sektor usaha kecil dan menengah.

Sementara itu Clifford M. Baumbach yang dikutip Buchari (1998:96) dalam buku “Pengantar Bisnis” menjelaskan ciri-ciri bisnis kecil yaitu, “Pemilik sebagai pemegang manajemen yang sangat tergantung pada pribadinya, daerah operasi bersifat lokal dan permodalannya sangat tergantung pada sumber dari dalam bisnis.” Berdasarkan penjelasan ini dapat dipahami bahwa usaha bisnis kecil, bersifat lokal dan umumnya dikelola secara sederhana serta cenderung terpengaruh oleh faktor internal pemiliknya. Keadaan ini memberikan konsekuensi bahwa jalannya operasional bisnis akan lebih didominasi oleh sifat pribadi pemiliknya.

Berkenaan dengan kemajuan perempuan saat ini, dalam bidang bisnis usaha kecil dan menengah, Meutia Hatta¹³ menghimbau para perempuan

¹²Majalah SWA No. 8/2006. Artikel Henni T. Solaeman,.(red): *Dan, Derap Perempuan pun Kian Bergemuruh*. h.30-34.

¹³Berita Meneg PP, 12-04-05: “Kebijakan dan Strategi Pembangunan Pemberdayaan Perempuan” <http://www.menegpp.go.id>

hendaknya dalam lima tahun ke depan mampu mencapai kemajuan bersama. Kemajuan seorang perempuan hendaknya dapat menjadi salah satu sarana untuk memberdayakan dan memperjuangkan perempuan lain. Secara implisit tersirat bahwa langkah-langkah yang diambil oleh seorang perempuan hendaknya selalu mempertimbangkan kemajuan perempuan lain. Bila mengingat kondisi “terpinggirkan” yang dialami oleh perempuan Indonesia selama ini, keberhasilan sebagian pebisnis perempuan ini tentunya merupakan suatu prestasi dan dapat membuka jalan untuk mewujudkan kemajuan perempuan lain seperti yang diharapkan.

Sementara itu, mengenai pemahaman pemberdayaan, Pace (1993:251) memberikan penjelasannya, “Istilah pemberdayaan (empowerment) merujuk kepada proses yang menyangkut cara individu menggunakan kekuasaan dalam organisasi.” Conger dan Kanugo juga mengungkapkan pendapatnya mengenai konsep pemberdayaan yang dapat ditinjau dari arti relasional dan motivasional (dalam Pace 1993:264). Aspek relasional menekankan pembagian kekuasaan antara pimpinan dan bawahan, sedangkan aspek motivasional merujuk pada pemenuhan kebutuhan hakiki bagi determinasi diri atau suatu keyakinan dalam kemampuan pribadi (self-efficacy). Bila dipandang dari segi motivasional, maka apa yang dimaksud dengan pemberdayaan disini adalah mencakup pemenuhan kebutuhan dan hak bagi setiap orang untuk merasakan bahwa dirinya mampu bersikap efektif dan berprestasi.

Dunia mengakui bahwa kesejahteraan sosial tidak akan tercapai tanpa campur tangan pemberdayaan perempuan...Yang ingin dicapai pemberdayaan perempuan lima tahun ke depan adalah terciptanya moral atau *mind set* pemberdayaan diri sendiri (self empowerment), agar mampu mengatasi hambatan dan kendala yang dihadapi, serta memberdayakan perempuan lainnya.

Dalam suatu organisasi perusahaan, pemenuhan kebutuhan dan hak bagi setiap orang tentunya bukanlah suatu perkara yang mudah untuk dilakukan. Setiap orang adalah unik dan untuk memenuhinya diperlukan suatu pengendalian kekuasaan yang mampu mengatur, mempengaruhi, dan memotivasi setiap personel anggota organisasi. Mengacu pada konteks organisasi ini, kegiatan komunikasi digunakan untuk menentukan norma, tujuan dan menciptakan suatu tindakan terorganisasi. Komunikasi yang dilakukan dalam suatu organisasi tersebut akan menentukan hasil pencapaian atau output yang diperoleh.

Konsep pengaruh mempengaruhi ini sangat dekat dengan konteks kekuasaan. Sementara itu pemahaman terhadap konsep kekuasaan sendiri tidaklah sederhana. Kekuasaan bersifat multidimensi. Konsep kekuasaan ini berada pada posisi dalam hubungan antar manusia dalam sistem sosial itu sendiri, sehingga untuk memandangnya perlu dilakukan dengan menimbanginya dari berbagai dimensi sosial. Dengan kata lain, seorang pemegang kekuasaan dapat saja bertindak karena suatu eksistensi suatu struktur yang dianut dalam sistem sosial dimana ia berada, baik itu disadari atau pun tidak. Kesadaran akan struktur sistem sosial inilah yang menentukan bagaimana kapasitas suatu proses transmisi ide atau gagasan dapat menjadi suatu sarana untuk melakukan “pengendalian” seperti mengubah perilaku atau pun sikap.

Ketika perempuan perempuan mengendalikan roda bisnis perusahaan, ia tentunya dituntut untuk memiliki kemampuan untuk memimpin. Kemampuan ini dipengaruhi oleh faktor pembawaan individu masing-masing. Pernyataan senada juga ditegaskan oleh McKenna, *The traits, motives, and abilities associated with*

leadership in general (2000:355). Kolb pun menambahkan bahwa, *People learn more from their experiences when they spend time thinking about them. Leadership development is enhanced when the experience involves three different processes: action, observation, and reflection* (dalam Hughes, 2002:49-50). Kepemimpinan terbentuk seperti *spiral of experience* yang berawal dari bagaimana ia mempersepsi pengalaman yang pernah dilalui termasuk apa yang pernah diinderanya. Kemudian ia merefleksikan persepsinya tersebut sehingga menentukan tindakan yang dilakukan.

Konsep kepemimpinan akan selalu berkenaan dengan aktivitas kekuasaan. “Kekuasaan ini identik dengan sifat-sifat maskulinitas yakni ketegaran, kekuatan dan kemampuan mempengaruhi orang lain.” (Mulia, 2005: 3) Sifat-sifat seperti ini tidak pernah dianggap ideal dalam diri perempuan. Perempuan memimpin dengan pendekatan berkomunikasi yang “khas” berbeda dengan laki-laki. Kepemimpinan laki-laki seringkali lebih condong berperan sebagai *task leader*, yang berorientasi pada pencapaian hasil. Sementara kepemimpinan perempuan lebih condong berperan sebagai *social leader*, yang berorientasi pada hubungan sosial atau persaudaraan dengan selalu menghindari konflik.

Selanjutnya, Mulia (2005:12&13) menjelaskan bahwa kepemimpinan perempuan itu berbeda dengan laki-laki karena, “Bagi perempuan kekuasaan itu dimaknai sebagai keinginan untuk mensejahterakan orang lain. Bagi perempuan kekuasaan untuk memberdayakan bukan memperdayakan.” Kepemimpinan perempuan selalu mengarah kepada kedamaian bukan untuk memaksa orang lain. Konsep ini tentu berbeda dengan gagasan yang selama ini digunakan menuntut

untuk memaksa orang lain. Pemimpin perempuan akan cenderung mementingkan hubungan kebersamaan dan memberdayakan orang lain bukan memperdayakan orang lain untuk kepentingan kesejahteraan bersama.

Menjadi pemimpin di wilayah publik akan membuat perempuan berhadapan dengan stereotype label perempuan yang lebih emosial dan tidak rasional seperti laki-laki. Komitmen perempuan pun di wilayah publik pun seringkali dipertanyakan karena dianggap lebih menempatkan urusan keluarga secara tidak proporsional. Bila memberatkan urusan keluarga, ia dianggap tidak bertanggung jawab, tetapi bila memberatkan urusan publik, ia akan dianggap sebagai istri dan ibu yang tidak bertanggung jawab.

Selain itu ia juga dihadapkan pada label kurang motivasi, kurang asertif, kurang bertenaga karena lebih banyak berbicara daripada bekerja, serta kurang cerdas. Padahal posisinya sebagai pemimpin usaha menuntutnya untuk selalu mampu mengeluarkan berbagai putusan dan menentukan norma atau aturan yang berlaku agar roda bisnis dapat berputar dengan baik. Terlebih lagi bila keputusan itu untuk menggerakkan, mengatur dan mengendalikan para pekerja perempuannya, yang berada pada posisi subordinatnya, dan yang juga sama-sama berada pada kondisi termarginalkan dalam masyarakat.

Kekhasan kepemimpinan perempuan yang seperti ini memang berpotensi akan menjadi dilemma. Bila dilihat lebih mendalam, perempuan pengusaha sedikitnya berada pada dua kondisi yang bertentangan. Pada satu sisi ia memperjuangkan kesetaraan kesempatan untuk berkarya dengan laki-laki, tapi di sisi lain, ia justru menggunakan kekuasaannya untuk mengatur organisasi

bisnisnya, yang jelas-jelas bertentangan dengan suara kesetaraan di antara manusia. Dengan kata lain, pada saat yang bersamaan, seorang perempuan pengusaha selain berhadapan dengan posisinya yang termarginalkan, juga berhadapan dengan keadaan yang menuntutnya untuk menunjukkan kekuasaannya pada perempuan lain yang juga dalam posisi termarginalkan sama seperti dirinya di masyarakat pada umumnya.

Keadaan dilema ketika seorang pemimpin mengambil keputusan merupakan suatu kondisi keadaan ketidakpastian. Dalam konteks komunikasi organisasi bisnis, keadaan ketidakpastian ini biasanya ditemui ketika melakukan pekerjaan atau tugas, penilaian hasil kerja, implementasi inovasi atau peraturan, dan bagaimana membina hubungan dengan orang lain serta lain sebagainya. Brasher (2001:478) menggambarkan keadaan tersebut sebagai berikut ;

Uncertainty exist when details of situations are ambiguous, complex, unpredictable, or probabilistic; when information is unavailable or inconsistent; and when people feel insecure in their own state of knowledge or state of knowledge in general. Because it is primarily a self-perception about one's own cognitions or ability to derive meaning.

Keadaan ketidakpastian terjadi ketika ada situasi yang bersifat ambigu, kompleks atau tidak dapat diduga, atau ketika informasi yang dibutuhkan tidak ada dan tidak konsisten. Keadaan ini juga dapat saja terjadi berkenaan dengan kondisi pengetahuan atau pemahaman yang dimiliki seseorang. Berkenaan dengan kegiatan tersebut, persepsi atau kemampuan dalam memaknai pengalaman ketidakpastian itu sangatlah memegang peranan penting.

Brasher (2001:481) pun menambahkan bahwa, *Responses to uncertainty are shaped by appraisal and emotional reactions to the experience.* Orang akan

memberi respon terhadap makna pengalaman itu berdasarkan relevansinya dengan aspek afektif, penilaian dan emosi yang dirasakannya. Penilaian-penilaian inilah yang menentukan pertimbangan keputusannya sebagai suatu tindakan sosial yang terlihat dalam sikap dan perilaku keseharian.

Makna pengalaman dan reaksi emosi itu tidaklah mutlak. Apa yang dialami oleh setiap orang tidak sama. Setiap orang melalui kehidupan dan pengalamannya sendiri-sendiri. Reaksi atau pertimbangan keputusan seseorang terhadap situasi yang dihadapinya itu bersifat subjektif dan situasional. Makna dan penilaian emosi ini dapat saja berubah seiring dengan perubahan waktu dan pengalaman yang dilalui. Makna ini akan sangat besar menentukan keputusan tindakan seseorang yang terwujud dalam bentuk sikap dan perilaku.

Berkenaan dengan apa yang telah diuraikan, pebisnis perempuan tentunya juga pernah mengalami berbagai keadaan ketidakpastian yang menuntutnya untuk melakukan komunikasi kepemimpinan. Kekuasaan yang dimilikinya itu dimanfaatkannya ketika mengendalikan perputaran roda usahanya. Pearce (dalam Pace 1993:258) menjelaskan bahwa, “Komunikasi dipandang sebagai suatu instrumen yang dipakai manusia untuk mencapai maksud-maksud tertentu, seperti memberi instruksi, membujuk, atau memperoleh kekuasaan.” Pendapat ini cukup menjelaskan bahwa komunikasi dapat digunakan sebagai sarana untuk memperoleh kekuasaan melalui suatu proses berpikir dalam berbagai realitas simbolik.

Sementara itu, seperti yang telah diungkapkan dimuka, kemajuan yang telah dicapai oleh para perempuan pengusaha ini memberikan gagasan bagi

Meneg Pemberdayaan Perempuan Meutia Hatta untuk menjadikan mereka seolah menjadi agen perubahan. Meutia Hatta mengharapkan para perempuan tersebut berkenan untuk mengiringi setiap langkah dan keputusan-keputusan bisnis yang diambilnya dengan selalu mempertimbangkan pemberdayaan perempuan lain. Pendeknya para perempuan sukses pebisnis diharapkan dapat memberdayakan para perempuan lain diantaranya dengan melalui komunikasi kepemimpinannya sehingga akan membantu memperbaiki kehidupan perempuan Indonesia pada umumnya.

Sayangnya, kondisi seperti yang diharapkan tersebut tampaknya masih harus ditelaah lebih jauh. Masih nampak jelas dalam benak masyarakat bahwa diskriminasi terhadap perempuan tampaknya dapat saja dilakukan oleh kaum perempuan sendiri terhadap perempuan lainnya, misalnya dalam kasus kekerasan dalam rumah tangga. Pada kenyataannya kekerasan tidak hanya dilakukan oleh laki-laki terhadap perempuan tetapi juga dapat dilakukan oleh para majikan perempuan yang berkuasa terhadap subordinatnya pembantu rumah tangga di dalam ranah domestik.

Menurut Ketua Komnas Perempuan, Kamala Chandrakirana, pencatatan yang dilakukan sejak 2001 menunjukkan adanya peningkatan jumlah kekerasan terhadap perempuan secara konsisten dan signifikan. Mereka juga menemukan bahwa meski korban paling besar kasus kekerasan di lingkup rumah tangga, data juga menunjukkan bahwa perempuan kerap menjadi pelaku kekerasan. Dari total kasus kekerasan terhadap perempuan sepanjang tahun 2005 saja, sebanyak 82% atau 16.615 kasus tergolong kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) dan 87 kasus

atau sekitar 0.52% di antaranya merupakan kekerasan terhadap pekerja rumah tangga.¹⁴ Ketimpangan hubungan kekuasaan antara laki-laki dan perempuan, ketidakmandirian perempuan dalam bidang ekonomi, adat istiadat dan tingkat pendidikan yang rendah dianggap menjadi penyebab utama keadaan ini terjadi.

Indikasi bahwa perempuan melakukan tindakan yang berbeda ketika berhadapan dengan perempuan lain juga dapat juga terjadi dalam dunia ekonomi yang dilatarbelakangi konsep kapitalis kuat-lemah. Survei yang dilakukan Gallup Poll di Amerika Serikat pada tahun 2002 mencatat bahwa hanya 23% perempuan saja yang menyukai bos perempuan. Begitu pun menurut Nan Mooney, dalam bukunya yang dirilis Oktober 2005. Ia adalah seorang jurnalis yang mewawancarai lebih dari 100 orang perempuan. Ia menyimpulkan bahwa dalam dunia kerja, perempuan berkompetisi dengan perempuan lain dengan cara yang berbeda dengan ketika mereka berkompetisi dengan laki-laki.¹⁵ Ia menyoroti pada cara kompetisi antar perempuan yang dilakukan dengan cara yang berbeda dengan ketika mereka berkompetisi dengan laki-laki. Mooney (dalam Armour, 2005) menyebutkan :

Different communication style. Women tend to form interpersonal relationships by sharing intimate details or experiences about their lives. But this can come back to haunt them if a female confidante is then promote or becomes their boss. That can lead bitterness, jealousy and lack of trust.

Dijelaskannya lebih lanjut bahwa keadaan ini dapat menyebabkan keadaan yang rumit seperti membuat bos perempuan cenderung untuk menahan kemajuan prestasi kerja atau promosi perempuan bawahannya.

¹⁴ HU Republika, 15 April 2006. Berita : Kekerasan Kian Ancam Perempuan

¹⁵ Artikel Stephani Armour "Do Women Compete in Unhealthy Ways at Work ?"
<http://proquesst.umi.com/pqdweb> ID No 952637421

Keadaan yang sama mungkin saja terjadi di Indonesia, meskipun sifatnya kasuistik dan nyaris tidak mencuat hingga permukaan. Meski rambu-rambu perundang-undangan ketenagakerjaan yang berlaku di Negara Republik Indonesia juga seolah menjadi wasit, masih terungkap implikasi-implikasi yang justru membuat perempuan seolah mengalami dilema diberdayakan atau diperdayakan oleh perempuan lain.

Hasil studi penerapan hak cuti melahirkan bagi pekerja perempuan di sektor formal yang dilakukan kementerian pemberdayaan perempuan tahun 2004, menemukan bahwa meski para pengusaha dapat menerima penerapan hak cuti tersebut, masih terdapat penyimpangan dengan alasan bahwa secara ekonomis perlakuan hak cuti itu akan merugikan perusahaan.

Begitu pun pada studi pengembangan kebijakan peraturan tenaga kerja wanita yang dilakukan pada tahun yang sama. Studi ini dilakukan pada perusahaan menengah di sekitar Jabotabek. Peneliti tersebut menemukan bahwa meskipun tidak terdapat perbedaan upah yang signifikan antara buruh perempuan dan laki-laki, tetapi perbedaan dijumpai karena buruh perempuan yang telah menikah tetap dianggap lajang. Salah satu penyebabnya adalah rendahnya tingkat pendidikan sehingga menjadi sumber manipulasi pengusaha. Tampaknya buruh perempuan lebih terpuruk karena kepatuhan dan loyalitasnya yang tidak berimbang dengan apa yang perusahaan berikan sebagai timbal baliknya.¹⁶

Contoh lainnya dapat dilihat dari uraian Edy (2004). Ia mewawancarai dan menceritakan kembali kisah sukses 11 orang dalam bidang bisnis pada

¹⁶ hasil-hasil penelitian dalam website <http://www.menegpp.go.id>

bukunya *Kalau Mau Kaya Ngapain Sekolah!* Lima dari pebisnis sukses tersebut adalah perempuan dan dari jumlah tersebut, hanya seorang saja yang nyata jelas mempertimbangkan kepentingan karakteristik perempuan bawahan binaannya.

Pebisnis perempuan tersebut berusaha memahami kebiasaan perempuan di bawah pengelolaannya. Ia memahami mereka sebagai manusia yang cenderung lebih suka berbicara dan senang disentuh rasa emosionalnya. Pemahamannya ini mendorongnya untuk berkeaktivitas dengan melakukan berbagai kegiatan yang dekat dengan kebiasaan perempuan seperti mengadakan pertemuan atau *meeting* dalam bentuk informal seperti arisan.

Pada acara tersebut, ia mengisinya dengan berbagai permainan atau *role plays*, bahkan menghiasi pertemuan itu dengan berbagai kegiatan yang “khas” milik perempuan seperti tips berdandan, berganti-ganti warna seragam dan lain sebagainya. Kegiatan ini diakuinya sebagai salah satu kiat atau jalan yang ditempuhnya untuk membina kekompakan kelompok sehingga sukses bisnisnya dapat diraih dengan mudah.

Keadaan perempuan, yang dituntut untuk dapat memperhatikan, mempertimbangkan, atau memperjuangkan perempuan lain, merupakan tantangan bagi perempuan-perempuan di abad 21 ini. Pada suatu saat, perempuan bisa saja berada pada posisi universal yang sama termarjinalkan di masyarakat, namun pada saat yang sama itu pula, ia bisa juga justru berbenturan dengan budaya lain yang melawan kesetaraan di antara manusia. Karam (2003 : 23) menjelaskan fenomena seperti ini dalam pertemuan UNDP yang diselenggarakan di New Delhi tanggal 24-26 Maret 1999 :

Budaya itu dapat membentuk rasa identitas seseorang, perilaku sebagai individu atau kelompok. Budaya pun dapat berbenturan dengan budaya lain bahkan dalam satu individu. Suatu contoh sederhana, seorang perempuan dapat di suatu saat memperjuangkan hak perempuan secara universal, tetapi di saat lain ia juga dapat membela kepentingan kelas tertentu yang justru bertentangan dengan kesetaraan jender di lapangan kerja.

Kutipan ini cukup menjelaskan bahwa persoalan perempuan ternyata tidaklah senada atau bersifat universal hanya berkenaan dengan posisinya yang termarginalkan dalam kehidupan sosial. Perempuan tidak hanya berhadapan dengan budaya patriarki tetapi juga berhadapan dengan situasi sosial lain yang melatarbelakangi seperti apa yang terjadi pada perempuan pengusaha dan perempuan pekerja ini.

Konsep kuat–lemah seringkali dapat ditemui di setiap persaingan dalam dunia ekonomi. Semua pelaku ekonomi dan faktor ekonomi seperti konsumen, sumber daya alam, tenaga manusia termasuk ke dalam kategori lemah dan dilabeli posisi subordinat yang bersifat rendah. Seorang perempuan pengusaha merupakan salah seorang pelaku ekonomi yang mempunyai kekuasaan atas faktor-faktor ekonomi tersebut termasuk para pekerja perempuannya. Ini menunjukkan bahwa di dalam tubuh perempuan sendiri terdapat “perbedaan”. Fenomena perempuan pengusaha ini mempunyai potensi untuk memberikan “warna lain” pada perjuangan kesetaraan jender yang disuarakan oleh perempuan itu sendiri.

Studi perempuan yang mempersoalkan adanya perbedaan dalam perempuan sendiri dibahas oleh kaum posfeminisme yang berkembang tahun

1980-1990an.¹⁷ Studi ini merupakan reaksi dari gambaran perempuan yang tidaklah hanya berhadapan dengan persoalan “satu definisi” jender dalam masyarakat patriarkhi seperti yang diperjuangkan oleh kaum feminis sebelumnya. Pada kenyataannya perempuan juga tersebar dalam berbagai kelas sosial, pengelompokan rasial, dan etnis, subkultur, agama dan sebagainya, yang berarti bahwa tiap perempuan akan merasakan pengalaman sosial dan kesadaran personal yang berbeda pula.

Hooks seperti dikutip oleh Brooks (1997:24) dalam bukunya *Posfeminisme* menjelaskan, “Identitas ras dan kelas menciptakan perbedaan dalam kualitas hidup, status sosial dan gaya hidup yang harus diutamakan di atas pengalaman bersama perempuan pada umumnya – perbedaan-perbedaan yang jarang ditransendensikan.” Pernyataan ini memberikan pemahaman bahwa untuk menyuarakan perempuan tidaklah cukup hanya dari satu definisi bersama yang berlaku universal. Masalah perempuan merupakan masalah sosial yang kompleks karena terkait dengan makna perempuan yang dilihat dari sudut pandang yang berbeda-beda.

Kondisi perempuan Indonesia yang cenderung termajinalkan dalam budaya patriarkhi, tentunya memberikan makna dan pengalaman yang berarti bagi masing-masing perempuan itu sendiri. Akan tetapi makna pengalaman perempuan ini tidak dapat disamakan antara satu dengan yang lainnya. Sebagian dari perempuan memiliki kesempatan untuk menggunakan kekuasaannya untuk mengatur dominasi norma yang berlaku, yang seolah menjadi sumber justifikasi

¹⁷ Gadis Arivia. 2006. *Feminisme Sebuah Kata Hati*. h 115

dan legitimasi untuk setiap tindakan yang dilakukan oleh siapapun yang berada di bawah subordinatnya.

Persoalan perempuan pengusaha yang dihibau untuk memberdayakan perempuan pekerjanya mengindikasikan adanya dominasi satu pihak terhadap pihak yang lain meski dalam konteks yang tidak luas yaitu organisasi perusahaan bisnis. Meskipun demikian, apa pun itu, nampaknya fenomena ini belum jelas memberikan implikasi tertentu. Untuk itu masih diperlukan kajian atau penelitian lebih lanjut. Fenomena tersebut dapat saja berpotensi menimbulkan permasalahan sosial seperti umumnya terjadi bila berhadapan dengan tarik menarik kepentingan. Sebaliknya, fenomena ini bisa saja dapat membantu percepatan terwujudnya salah satu butir kata sepakat MDG's yang mengharapkan kesetaraan gender pada tahun 2015 kelak.

Sementara itu dalam program evaluasi pembangunan daerah, pemerintah telah menetapkan enam propinsi sebagai *pilot project*. Jawa Barat merupakan salah satu dari enam propinsi lain yang telah ditetapkan pemerintah. Keenam propinsi ini dipilih mewakili karakteristik masing-masing wilayah.¹⁸ Kepercayaan yang dilimpahkan pemerintah ini tentu merupakan tantangan bagi propinsi Jawa Barat untuk mengembangkan potensi yang ada, apalagi mengingat jumlah warga miskin di Jawa Barat masih mencapai 23,90% dari jumlah penduduk atau sekitar 9,5 juta jiwa.

Angka ini menunjukkan bahwa propinsi Jawa Barat masih berhadapan dengan persoalan yang berkenaan dengan peningkatan kesejahteraan warganya.

¹⁸ HU Pikiran Rakyat, Sabtu, 21 Oktober 2006 berita : Jawa Barat Jadi "Pilot Project". Kelima propinsi lainnya adalah Propinsi Sumatera Utara, Sumatera Selatan, Daerah Istimewa Yogyakarta, Sulawesi Utara dan Kalimantan Selatan.

Salah seorang pakar ekonomi Prof Ginandjar Kartasasmita, yang juga menjabat sebagai Ketua Dewan Perwakilan Daerah menegaskan kembali perlunya pengembangan perekonomian rakyat melalui penguatan sektor riil untuk mengatasi keadaan kemiskinan tersebut. Upaya ini diharapkan akan mampu melahirkan struktur usaha yang benar-benar sehat baik bagi usaha kecil maupun bagi usaha besar¹⁹.

Berkenaan dengan pengembangan perekonomian rakyat ini, salah satu langkah menarik yang dilakukan pihak eksekutif dan legislatif Pemerintah Propinsi Jawa Barat adalah dengan memberikan porsi tersendiri kepada kaum perempuan untuk turut mengembangkan perekonomian Jawa Barat. Kesepakatan itu diambil berdasarkan pemahaman tentang potensi kaum perempuan yang terjun dalam dunia usaha terutama bidang koperasi, usaha kecil, menengah (KUKM) yang mencapai 40% dari 7,2 juta KUKM di Jawa Barat²⁰.

Kota Bandung sendiri, sebagai ibu kota propinsi Jawa Barat, ternyata menyimpan potensi unik yang cukup besar untuk menjadi basis perekonomian. Beberapa sentra usaha di Kota Bandung dan sekitarnya telah berdiri sejak masa penjajahan Belanda. Pemerintah Hindia Belanda telah merencanakannya pada tahun 1930. Mereka ingin menjadikan Kota Bandung sebagai ibu kota dan pusat komando militer. Untuk maksud tersebut, mereka menugaskan Prof Ir Karsten untuk membuat konsep perencanaan pembangunan tata ruang kota dengan halte kereta api, pasar, kawasan industri dan sarana lain yang tertuang dalam “Karsten

¹⁹ HUPikiran Rakyat, 23 Desember 2006. Artikel : Optimisme Perekonomian 2007

²⁰ HU Pikiran Rakyat, 2 Desember 2006. Berita : Pemprov Beri Porsi Bagi Perempuan

Plan”.²¹ Penataan ini dapat dilihat peninggalan-peninggalan bangunan bersejarah yang masih tegak berdiri hingga saat ini.

Letak Kota Bandung sangatlah strategis. Peluang pertumbuhan ekonomi perdagangan di daerah ini sangatlah besar. Bandung yang terkenal dengan pemandangan dan iklimnya yang sejuk membuat tanaman bunga tumbuh subur. Bandung mendapat sebutan sebagai *Paris van Java* (Kota Paris di Pulau Jawa). Kota Bandung begitu mempesona bagi siapa pun yang datang ke sana sehingga digambarkan seperti indahnya Kota Paris. Para wisatawan baik dari dalam maupun luar negeri berdatangan. Begitu pula dengan kaum pelajar Indonesia yang “betah” menuntut ilmu di kota ini. Udara yang sejuk memberikan suasana yang nyaman dan kondusif bagi para pelajar.

Menurut buku *Selayang Pandang Kota Bandung*, yang dikutip dalam liputan khusus HUT ke 196 Kota Bandung HU Kompas Sabtu, 23 September 2006, disebutkan bahwa hingga tahun 2002, tidak hanya di bidang pendidikan saja yang mengalami perkembangan signifikan akan tetapi begitu pula pada bidang industri. Terdapat 172 industri besar dengan kemampuan menyerap tenaga kerja sebanyak 102 536 orang. Sementara sebanyak 407 industri sedang menyerap tenaga kerja sebanyak 17 160 orang. Pada industri kecil dan usaha rumah tercatat sebanyak 14 379 buah dengan serapan tenaga kerja 108 550 orang.

Kondisi tersebut tentunya sedikit banyak menentukan posisi pendapatan asli daerah. Direktorat Jenderal Anggaran dan Perimbangan Keuangan tahun 2005

²¹ Lihat HU Kompas, 16 April 2006. Artikel : Arsitektur Bersejarah dan Citra Kota Bandung

menempatkan Kota Bandung sebagai daerah yang memiliki pendapatan asli daerah peringkat keempat terbanyak dibandingkan daerah lainnya di Indonesia.²²

Keberhasilan ini menjadi bukti bahwa Kota Bandung menjadi kian tumbuh dan berkembang menjadi kota yang penuh pesona dan menjanjikan kualitas kehidupan yang lebih baik tidak saja bagi penduduk aslinya tetapi juga bagi para pendatang. Tentunya perkembangan ini membawa dampak yang tidak sedikit bagi kehidupan sosial masyarakat Kota Bandung terutama berkenaan dengan pemberdayaan perempuan. Posisi tawar Kota Bandung semakin menarik lagi dengan terbukanya akses jalan Tol Cipularang yang mempersingkat jarak waktu tempuh dengan ibukota Jakarta dan kota-kota lain.

Potensi penduduk Kota Bandung juga cukup besar. Berdasarkan data BPS Kota Bandung tahun 2003, jumlah perempuan mencapai sekitar 49.9% dari keseluruhan jumlah penduduk. Dari jumlah tersebut, sekitar 66.9% diantaranya berada pada usia produktif.²³ Bila menimbang jumlah penduduk perempuan yang demikian itu, Kota Bandung memiliki potensi sumber daya yang cukup besar dalam menentukan pembangunan dan kesejahteraan.

Meskipun demikian perlu pula diwaspadai, jumlah perempuan yang hampir setimbang dengan jumlah penduduk laki-laki ini juga mengandung resiko menjadi beban tambahan pembangunan. Apalagi bila mengingat budaya Sunda, yang sangat kental melatarbelakangi kehidupan masyarakat Kota Bandung, menempatkan laki-laki sebagai pusat atau disebut patriarkhi. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, budaya patriarkhi seperti pada kebanyakan budaya yang

²² Lihat Sajian Utama Majalah Swa No 8/2006 tentang Barisan Pebisnis Berkilau dari Daerah.h30

²³ Sumber: Website Pemerintah Kota Bandung.

ada di dunia, memandang dan menempatkan perempuan sebagai pelengkap atau atribut penguasa kehidupan laki-laki. Ruang gerak perempuan menjadi terbatas.

Bila perempuan pengusaha di Kota Bandung mampu memberdayakan perempuan lainnya, seperti yang telah dihimbau oleh pemerintah, tentunya dapat menjadi solusi untuk meningkatkan kesejahteraan perempuan pada khususnya dan masyarakat pada umumnya. Terdapat beberapa gambaran kasus yang sempat direkam peneliti berkenaan dengan kepemimpinan perempuan pengusaha yang dirasakan pekerja atau pegawai perempuannya.

Seorang karyawati salah satu media massa sebut saja bernama Santi²⁴ mengeluhkan atasan perempuannya;

Memang saya senang dengan gaji yang saya peroleh, namun jangkakan untuk menikah, untuk berteman saja susah. Saya tidak mempunyai teman karena waktu saya habis untuk memenuhi target kerja atasan. Kadang dari shubuh hingga menjelang tengah malam saya harus terus bekerja mencari berita atau siaran. Pimpinan banyak maunya. Sulit dapat tenaga yang sesuai kemauannya.

Pimpinan seringkali membuat keputusan-keputusan yang membuat Santi seperti terjepit. Ia sulit untuk memberi warna pada kehidupannya karena sedikit sekali waktu yang tersisa di luar kantor. Ia memang membutuhkan pekerjaan untuk mendapatkan penghasilan. Sejak Ayahnya meninggal, ia tinggal bersama ibunya. Meski tidak sesuai dengan latar belakang pendidikannya, ia mengaku senang menjalani pekerjaannya. Akan tetapi pimpinan cenderung memperlakukannya seperti mesin sehingga seringkali ia merasa putus asa dan tidak bergairah menjalani kehidupannya.

²⁴ (bukan nama sebenarnya), hasil wawancara pada bulan Agustus 2004

Lain lagi dengan kasus yang dialami Noor²⁵ (bukan nama sebenarnya). Hamil dan melahirkan adalah hak biologis perempuan. Setelah menikah, dan ketika Noor dinyatakan hamil, pimpinan restoran tempatnya bekerja merasa keberatan. Ia diminta untuk mengambil pilihan yang sulit. Ia harus memilih diantara dua kondisi; terus bekerja *shift* seperti biasa atau mengambil cuti dengan konsekuensi posisinya pada saat itu telah diisi oleh orang lain. Menurut atasannya, perempuan yang hamil biasanya jadi lebih lemah dan tidak produktif. Bila ia tidak dapat bekerja dengan baik maka itu akan mempengaruhi keseimbangan bisnis restoran mereka. Ayahnya sendiri yang sudah cukup lama dipercaya bekerja di restoran tersebut tidak menjadi bahan pertimbangan dan tidak dapat berbuat apa-apa. Sebagai seorang pelayan restoran, yang selama ini memperoleh gaji kecil, Noor hanya bisa pasrah. Ia tidak menyangka keputusannya untuk menikah dan kemudian hamil justru membuatnya kehilangan pekerjaan.

Hampir sama dengan yang dialami Noor, Rina²⁶ juga pernah mengalami kondisi yang sama dengan kepemimpinan perempuan. Tak lama setelah menyelesaikan kuliahnya, Rina mencari kerja untuk membantu ekonomi keluarganya. Pada saat yang bersamaan ia pun tengah hamil muda, namun keadaan itu tidak menyurutkannya untuk mengikuti serangkaian tes perekrutan pegawai sebuah perusahaan milik seorang perempuan. Penghasilannya yang diperoleh suaminya masih jauh dari cukup. Terbayang bila ia tidak bekerja bagaimana ia membiayai persalinannya? Setelah melalui serangkaian seleksi, akhirnya ia dinyatakan diterima bekerja di sana. Ketika pimpinan perusahaan

²⁵ (bukan nama sebenarnya), seperti yang diceritakan Ayahnya pada tahun 2005

²⁶ (bukan nama sebenarnya), berdasarkan pengalaman Rina pada tahun 2003

mengetahui kehamilan Rina, ia langsung menolaknya dengan alasan yang hampir sama dengan apa yang diutarakan pimpinan perempuan kepada Noor. Tak lama setelah kejadian itu, Rina diterima bekerja di tempat lain. Pimpinan tempat Rina bekerja adalah laki-laki dan menyatakan tidak ada masalah dengan kehamilannya.

Keseluruhan gambaran potensi yang dimiliki Kota Bandung dengan segala kompleksitas sosial yang menyertainya menjadi alasan utama pemilihan lokasi pelaksanaan penelitian ini. Kasus-kasus yang bersifat sporadis tersebut dapat menjadi indikasi bahwa pemberdayaan perempuan pekerja melalui kepemimpinan perempuan pengusaha perlu untuk dipelajari lebih mendalam untuk mengungkapkan konflik-konflik akibat perbedaan-perbedaan yang dihadapinya.

Bahasan studi umum yang sering dibicarakan biasanya berkenaan dengan perempuan yang menjadi sasaran pemberdayaan. Masih sulit ditemukan studi yang berusaha untuk mencoba menelaah lebih jauh pada diri perempuan pengusaha sebagai pelaku atau subjek yang melakukan pemberdayaan tersebut. Apalagi menurut penelusuran yang telah dilakukan peneliti, sejauh ini belum tercatat perempuan pengusaha Kota Bandung yang memiliki keunikan dalam pemberdayaan perempuan pekerjanya seperti Titik Winarti.²⁷ Ia mendapatkan penghargaan internasional atas usahanya memberdayakan perempuan-perempuan tuna daksa.

²⁷ Lihat Titik Winarti dalam Widayati, Endah. 2005. *Kisah Pebisnis Muslimah*. Jakarta : Pustaka Al Kautsar. h.4-22

1.2 RUMUSAN DAN IDENTIFIKASI MASALAH

1.2.1 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan permasalahan yang akan diteliti adalah bagaimana komunikasi kepemimpinan perempuan pengusaha dalam pemberdayaan perempuan pekerjanya yang berlokasi di Kota Bandung.

1.2.2 IDENTIFIKASI MASALAH (FOKUS KAJIAN)

Fenomena perempuan sebagai pengusaha itu nampaknya begitu rumit. Banyak materi yang masih perlu ditelaah mulai dari berbagai kondisi yang melatarbelakangi tindakannya yang bersifat sosio historis atau sejalan dengan pengalaman kehidupan yang pernah dialami, hingga konteks lingkungan dunia sosial dimana ia berada.

Permasalahan penelitian ini diidentifikasi dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan penelitian berikut ;

- 1) bagaimana penilaian dan reaksi emosi perempuan pengusaha memaknai pemberdayaan perempuan pekerja ?
- 2) bagaimana perempuan pengusaha memaknai pemberdayaan perempuan pekerja sehingga menentukan orientasi kepemimpinannya dalam mengelola usaha ?
- 3) bagaimana tindakan komunikatif kepemimpinan perempuan pengusaha dalam pemberdayaan perempuan pekerjanya ?
- 4) aspek apa saja yang menjadi pendorong dan penghambat komunikasi kepemimpinan perempuan pengusaha ?

- 5) bagaimana gambaran model komunikasi kepemimpinan perempuan pengusaha ?

1.3 MAKSUD DAN TUJUAN PENELITIAN

1.3.1 MAKSUD PENELITIAN

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui komunikasi kepemimpinan perempuan pengusaha dalam orientasi pemberdayaan perempuan pekerjanya yang berlokasi di Kota Bandung.

1.3.2 TUJUAN PENELITIAN

Adapun yang menjadi tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk ;

- 1) mengeksplorasi penilaian dan reaksi emosi perempuan pengusaha memaknai pemberdayaan perempuan pekerja
- 2) mengeksplorasi makna memberdayakan perempuan pekerja bagi perempuan pengusaha sehingga menentukan orientasi kepemimpinannya dalam mengelola usaha
- 3) mengidentifikasi tindakan komunikatif kepemimpinan perempuan pengusaha memberdayakan perempuan pekerjanya
- 4) menyajikan aspek-aspek yang menjadi pendorong dan penghambat komunikasi kepemimpinan perempuan pengusaha
- 5) memperoleh model komunikasi kepemimpinan perempuan pengusaha

1.4 KEGUNAAN PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan ini memberikan manfaat yang tidak sedikit baik dalam segi praktis maupun teoretis. Secara aplikatif, penelitian ini memberikan manfaat antara lain ;

- 1) memberikan gambaran lebih luas mengenai komunikasi kepemimpinan yang dilakukan oleh perempuan.
- 2) memberikan masukan bagi para pemimpin perempuan khususnya para pengusaha atau pebisnis, yang mengemban tugas sebagai agen perubahan sosial menuju kualitas kehidupan perempuan Indonesia yang lebih baik.
- 3) menguraikan dalam deskripsi lengkap dan mendalam tentang fenomena komunikasi kepemimpinan perempuan pengusaha Indonesia, khususnya yang berada di Kota Bandung, dalam upaya aktualisasi orientasi sosial mereka dalam memberdayakan perempuan lain. Penelitian ini juga menjadi masukan, pertimbangan dan evaluasi bagi berbagai pihak-pihak terkait untuk membantu kesuksesan pembangunan.

Adapun manfaat teoretis yang diperoleh dari hasil penelitian ini antara lain;

- 1) memperluas wawasan pengetahuan ilmiah dalam bidang komunikasi, baik secara filosofis maupun teoretis, berkenaan dengan komunikasi kepemimpinan perempuan dalam bidang bisnis/usaha.
- 2) memberikan gambaran lengkap tentang komunikasi kepemimpinan perempuan yang dituangkan dalam model yang memperlihatkan aspek-aspek lain yang menyertainya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Berikut ini akan dipaparkan secara ringkas kajian pustaka yang terdiri dari telaah beberapa hasil penelitian terdahulu, yang menekankan pada kajian tentang perempuan. Selain itu akan diuraikan pula perspektif teoritik, yang memiliki relevansi serta menjadi acuan bagi kajian penelitian ini.

Objek kajian penelitian yang diulas berikut ini sama-sama berkenaan dengan perempuan, namun pada akhirnya memberikan hasil yang berbeda-beda. Penelitian-penelitian tersebut berangkat dari sudut pandang atau perspektif yang berbeda. Perbedaan itu menyebabkan hasil kesimpulan yang diperoleh beragam dan memperkaya khazanah pemahaman dan pengetahuan tentang fenomena sosial terutama yang berkenaan dengan perempuan.

Menelaah penelitian yang pernah dilakukan ini pun sangat bermanfaat bagi peneliti untuk mengarahkan kajian pada wilayah-wilayah yang belum menjadi perhatian sebelumnya. Wilayah inilah yang menjadi nilai “khas” sehingga menjadikan penelitian yang akan dilakukan menjadi unik sekaligus membedakannya dengan kajian-kajian penelitian lain.

2.1.1 Hasil-Hasil Penelitian Berperspektif Objektif

2.1.1.1 Hasil Penelitian Perempuan Sebagai Pemimpin

Stereotipe perempuan yang dianggap sebagai makhluk lemah dan kurang tegas membuat ia cenderung diragukan kepiawaiannya dalam mengambil keputusan. Inilah yang mendorong Forum Koordinasi Antar Staf Ahli di Lingkup Kesejahteraan Rakyat (FORKOMSAM) melakukan analisis keterwakilan perempuan dalam proses pengambilan keputusan pada tahun 2004.

Survei ini dilakukan dengan menghimpun 200 orang responden yang mayoritas berpendidikan sarjana. Hampir semua responden sependapat bahwa perempuan berpotensi baik menjadi seorang pemimpin karena beberapa alasan seperti memiliki sifat tekun, sabar, jujur dan loyal. Adapun faktor-faktor yang menjadi penghambat adalah perempuan terlalu emosional, kurang percaya diri, kurang tegas dan terlalu berhati-hati, pendidikan yang tidak memadai, norma budaya yang kurang mendukung, serta jumlah perempuan yang aktif kurang seimbang dengan jumlah laki-laki.

Keadaan ini lebih parah lagi terjadi di kalangan perempuan yang berkiprah di bidang politik. Selain terbatasnya kader perempuan berkualitas dalam partai politik, perempuan juga dianggap kurang mempunyai daya juang, dan sering kurang mendapat dukungan keluarga.

Penelitian yang dilakukan Hari dan Zuriah (2004) dari Universitas Muhammadiyah Malang juga memberikan gambaran tentang bagaimana perempuan dalam mengambil keputusan. Mereka memfokus diri pada wilayah pengambilan keputusan perempuan karier PNS dalam keluarga atau wilayah

domestik dengan melakukan penelitian survei berdasarkan sampling kuota di Kota Malang.

Hasil penelitian mereka menyimpulkan lima bentuk pola pengambilan keputusan dalam keluarga yaitu ;

1. pengambilan keputusan oleh suami untuk urusan publik sederhana
2. pengambilan keputusan oleh istri untuk urusan domestik sederhana
3. pengambilan keputusan secara musyawarah suami-istri dengan dominasi istri untuk urusan domestik tingkat menengah
4. pengambilan keputusan secara musyawarah suami-istri dengan dominasi suami untuk urusan publik tingkat menengah
5. pengambilan keputusan dengan musyawarah suami-istri secara setara untuk persoalan-persoalan penting dan skala besar bagi ukuran keluarga

Berdasarkan analisis data diketahui bahwa dominasi pengambilan keputusan istri berlaku untuk keadaan tertentu atau hanya bila berkenaan dengan urusan domestik. Meskipun demikian, bila berkaitan dengan pemanfaatan pendapatan, pemilikan kekayaan keluarga, penentuan kegiatan di luar rumah dan penyaluran aspirasi, maka yang digunakan lebih cenderung pada pola ke lima. Keadaan yang sama juga berlaku dalam pengasuhan anak, pendidikan dan kesehatan.

Hasil penelitian-penelitian tadi cukup menggambarkan bahwa perempuan dianggap kurang berpotensi dalam aktivitas pengambilan keputusan terutama untuk keputusan-keputusan strategis yang menyangkut orang banyak. Meskipun begitu, masih belum terjawab mengapa perempuan menjadi demikian adanya

karena perspektif dalam penelitian tersebut menggunakan perspektif objektif yang sebagian besar menggunakan pengumpulan data yang bersifat kuantitatif.

Berbeda dengan kajian yang akan peneliti lakukan ini. Disini peneliti justru berusaha untuk mengungkap keunikan berdasarkan perspektif subjektif perempuan yang mengalaminya. Dengan demikian diharapkan akan diperoleh data atau informasi yang merupakan “suara khas perempuan”, yang merupakan cerminan dari bagaimana ia mengambil keputusan-keputusan. Lebih unik lagi, penelitian yang akan peneliti lakukan ini menyoroti bagaimana kiprah perempuan ketika mengambil keputusan-keputusan dalam konteks ranah publik yang berkenaan dengan permasalahan yang dihadapi oleh perempuan juga.

2.1.1.2 Hasil Penelitian Perempuan Sebagai Pengusaha

Menjadi seorang pengusaha merupakan suatu jalan bagi perempuan untuk berperan dalam ranah publik dan memiliki modal atau uang yang mendekatkannya dengan peran kekuasaan untuk menentukan keputusan. Ada beberapa penelitian yang menelaah bagaimana perempuan pengusaha itu. Diantaranya adalah penelitian dalam nuansa etnis yang dilakukan oleh Syukur (2003). Dengan menggunakan metode analisis deskripsi, Syukur menjelaskan keterlibatan perempuan pedagang antar pulau pada keluarga suku etnis Bugis dalam proses pengambilan keputusan.

Penelitian ini merupakan studi kasus di Kecamatan Sibulue Kabupaten Bone Propinsi Sulawesi Selatan. Hasil penelitian memperlihatkan 4 (empat) pola pengambilan keputusan yang berlaku yaitu pola pengambilan keputusan dominasi

istri, dominasi suami, otonomi dan pola pengambilan keputusan yang seimbang. Sebagai seorang pedagang, perempuan memiliki akses ekonomi yang besar. Keadaan ini tidak secara otomatis memberikan pengaruh pada mereka untuk mendominasi pengambilan keputusan dalam keluarga. Meski begitu, perempuan pedagang antar pulau pada keluarga etnis ini tetap mempunyai pengaruh terutama dalam hubungan gender karena aspirasi mereka dihargai oleh keluarganya.

Masniati (2001) pun pernah melakukan penelitian terhadap aksesibilitas tenaga kerja wanita dalam hubungan kerja gender pada bidang agribisnis sapi perah. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Pujon Kabupaten Malang. Dengan menyandarkan pada perspektif kuantitatif, Masniati memperlihatkan keterlibatan relatif dan kontribusi pendapatan bagi perempuan yang cukup tinggi. Aksesibilitas yang tinggi ini membuat posisi perempuan dalam pengambilan keputusan yang berkenaan dengan bidang usaha agribisnis sapi perah ini juga tinggi.

Hasil-hasil penelitian ini diungkap dengan berdasarkan pada perspektif objektif yang mengutamakan data-data yang bersifat kuantitatif sehingga hasil yang diperoleh baru mengungkap berbagai fenomena hanya sampai di permukaan saja. Meskipun demikian, hasil penelitian ini memberikan indikasi deskripsi awal keadaan perempuan yang berperan sebagai pengusaha. Akses ekonomi, uang atau modal, yang dimiliki perempuan memberikan peluang baginya untuk menuangkan aspirasi dalam berbagai pengambilan keputusan-keputusan yang strategis atau paling tidak membuat posisinya diperhitungkan, meski itu baru terbatas dalam lingkungan keluarga.

Sayangnya, kemenarikan hasil-hasil penelitian ini masih belum mengungkapkan bagaimana dengan keputusan strategis pengusaha perempuan dalam wilayah publik terutama yang berkenaan dengan permasalahan pemberdayaan perempuan lain. Wilayah penelitian sebelumnya hanya mendeskripsikan perempuan pengusaha dalam konteks keluarga atau berada dalam wilayah domestik, dan itu pun belum menyoroti secara mendalam bagaimana perempuan “memutuskan suatu keputusan yang dianggap strategis atau penting” apalagi dalam memutuskan sesuatu untuk memberdayakan perempuan lain.

2.1.2 Hasil-Hasil Penelitian Berperspektif Subjektif

Paige P. Edley (2004) telah meneliti sebanyak 78 perempuan pengusaha. Ia mengungkap fenomena peran ganda perempuan yang mengupayakan keseimbangan antara pekerjaan dan keluarga. Penelitian ini dilakukan di California Amerika dengan menelaah komunitas perempuan pengusaha yang memberikan kontribusinya melalui beberapa situs internet. Data dianalisis melalui diskursus konstruksi sosial selama sekitar 8 bulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perempuan memainkan peran ganda antara tugas domestik di rumah dan perusahaannya secara simultan dan konstan. Mereka menyatukan jadwal tugas keduanya secara bersamaan. Mereka tidak mengorbankan yang satu demi yang lainnya. Mereka mengupayakannya untuk melakukan keduanya dengan baik.

Semua perempuan pengusaha ini adalah pengguna aktif yang aktivitasnya sangat tergantung dengan keberadaan perangkat internet ini. Edley (2004;273) menegaskan bahwa, *Their shifting subject position are negotiated virtually, socially, and materially – in a world is both virtual and real*. Mereka menggunakan media ini sebagai ranah garapan kerja mereka, baik secara virtual maupun pada kenyataannya untuk berbelanja, mengiklankan jasa dan produknya ataupun untuk mengendalikan dan menegosiasikan bisnisnya secara maya dari rumah.

Penelitian yang telah dilakukan ini berada dalam konteks sosial norma perempuan di Amerika dan terbatas hanya pada para perempuan pengusaha, baik itu yang bekerja paruh waktu ataupun tidak. Penelitian ini memfokuskan pada mereka yang memberikan kontribusinya melalui *website*. Pengumpulan data yang seperti ini bersifat terbatas sehingga tidak memungkinkan peneliti untuk bertatap muka ataupun mewawancarai informan secara langsung. Dengan demikian data yang dianalisis dengan diskursus konstruksi sosial ini akan mengarahkan pada kesimpulan yang berpeluang besar mengandung bias data.

Penelitian ini cukup memberikan gambaran bagaimana seorang perempuan pengusaha berkomunikasi dan mengkonstruksi suatu tatanan tersendiri dengan perempuan pengusaha lainnya yang dianggap memiliki beban dan pengalaman yang kurang lebih hampir sama. Mereka digambarkan berada pada dilema antara karir tetapi tetap mengutamakan keluarga mereka. Keadaan yang demikian itu mendorong mereka untuk saling berbagi satu sama lain meski terbatas hanya pada komunitas tertentu dalam dunia maya.

Apa yang berusaha diungkap dalam penelitian tadi tentu berbeda dengan kajian peneliti. Disini peneliti berusaha menyoroti komunikasi perempuan pengusaha bukan dari wilayah maya. Meskipun demikian, peneliti berharap hasil penelitian yang berangkat dari perspektif subjektif ini akan mengurangi bias data dengan mengungkap fenomena berdasarkan narasi ungkapan atau gagasan perempuan yang mengalaminya sendiri. Selain itu, penelitian ini juga berusaha memfokuskan diri pada permasalahan bagaimana seorang pemimpin perempuan pengusaha menentukan norma-norma kebijakan dan mengkomunikasikannya sebagaimana terlihat. Norma-norma budaya sosial tersebut dititikberatkan pada segala sesuatu yang berkenaan dengan kepentingan perempuan lain yaitu para pekerjanya bukan dengan para pengusaha lainnya yang berada pada kelas sosial yang relatif setara.

Kajian perempuan pengusaha lain yang menggunakan metode *discourse analysis* juga dilakukan oleh Helene J. Ahl. Gagasan pemikiran Foucault menjadi dasar acuannya untuk menelaah artikel-artikel tersebut. Hasil penelitian ini dipresentasikannya pada konferensi penelitian ilmiah feminis Eropa pada bulan Agustus tahun 2003. Penelitian ini dilakukannya dengan mempelajari sebanyak 81 artikel ilmiah tentang perempuan pengusaha yang pernah dipublikasikan dalam berbagai jurnal antara tahun 1982 hingga tahun 2000. Pemilihan jenis jurnal didasarkan pada rutinitas frekuensi produksinya. Sebanyak 64% artikel tersebut berasal dari Amerika Serikat.

Ahl menjelaskan bahwa artikel-artikel tersebut disusun berdasarkan hasil studi deskriptif dan eksplanatori. Sebagian besar artikel tersebut ditulis dari hasil-

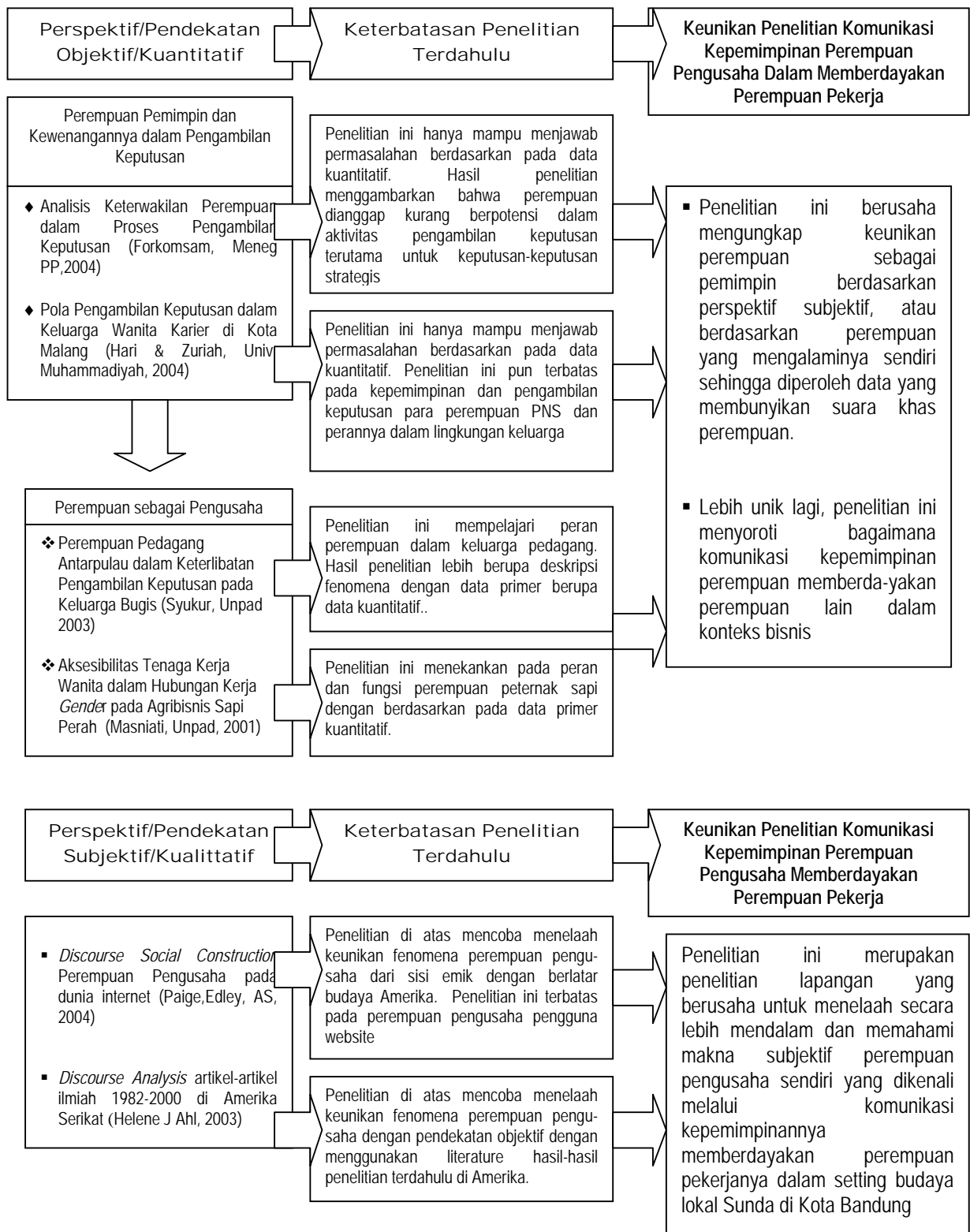
hasil penelitian yang menggunakan analisis statistik. Ia memberikan catatan bahwa analisis tersebut dirasakannya sangat minim memberikan informasi yang bermakna.

Hasil penelitian yang dilakukannya ini menyimpulkan bahwa perempuan pengusaha diposisikan berada di bawah laki-laki. Pemahaman ini disebabkan karena asumsi yang telah diterima sebagai *taken for granted*, bahwa dunia ekonomi adalah dunia yang penting dan pengusaha adalah tombak pertumbuhan ekonomi. Perempuan dianggap “kurang” bila tidak mampu menunjukkan prestasi yang minimal rata-rata sama dengan laki-laki.

Penelitian yang dilakukan oleh Ahl ini berusaha mengungkapkan perempuan berdasarkan hasil-hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya di negara-negara Barat. Ia menarik kesimpulan berdasarkan hasil-hasil penelitian dengan pendekatan objektif yang ia akui sendiri kurang memberikan informasi bermakna.

Selain itu ia juga hanya menekankan pada aspek organisasi dan perbedaan perempuan dan lagi-lagi tanpa terlalu mempersoalkan aspek sejarah, situasi sosial ataupun budaya yang berlaku yang sebetulnya justru memegang peranan penting untuk memahami fenomena tersebut. Kajian tersebut tentu berbeda dengan penelitian ini yang justru menganggap penting aspek-aspek tersebut di samping diskursus ungkapan perasaan ataupun pendapat berdasarkan apa yang dialami sendiri oleh subjek itu sendiri.

Uraian kajian penelitian terdahulu ini dapat dilihat dalam gambar ringkasan pada halaman berikut ini :



Gambar 2.1
Posisi Penelitian Ini Dibandingkan Penelitian Sejenis Yang Terdahulu

2.2 Kerangka Pemikiran

Manusia adalah makhluk sosial, karenanya ia akan selalu terlibat dalam organisasi. Masyarakat dimana kita berada pun sebenarnya merupakan suatu bentuk organisasi. Sebagai contoh, anak-anak bersekolah dan belajar dalam institusi-institusi pendidikan yang berada di bawah pengorganisasian baku yang telah ditetapkan. Sementara itu, untuk mendapatkan penghasilan, manusia bekerja dalam lembaga organisasi laba, tempat penyediaan kebutuhan manusia baik di pasar atau toko-toko yang merupakan suatu bentuk organisasi. Perkumpulan atau klub-klub tempat pertemuan seperti arisan pun merupakan suatu bentuk organisasi. Bahkan keluarga tempat kita dilahirkan dan bernaung juga merupakan suatu bentuk organisasi. Ini merupakan bukti bahwa ternyata sebagian besar kehidupan manusia selalu dihadapkan dengan bentuk-bentuk organisasi.

Pace (1993:17) mengemukakan pendapatnya secara sederhana tentang apa yang disebut sebagai organisasi yaitu, "Sebuah wadah yang menampung orang-orang dan objek-objek; orang-orang dalam organisasi yang berusaha mencapai tujuan bersama." Menurut pernyataan tadi, dapatlah diketahui bahwa organisasi tak ubahnya seperti tempat berkumpulnya orang-orang yang bekerjasama untuk mencapai apa yang diinginkan oleh mereka sendiri.

Bila ditelaah lebih jauh, organisasi bukanlah sekedar bentuk, akan tetapi lebih dari sekedar wadah jaringan elemen-elemen yang rumit. Littlejohn (2005:239-241) menjelaskan bahwa sebuah organisasi dapat dikenali dari 3 dimensi umum yaitu, (1) *organizational structure, form and function*, (2) *management, control and power*, (3) *organizational culture*. Dimensi pertama

melihat suatu bentuk organisasi seperti layaknya mesin yang terdiri dari jaringan elemen-elemen atau bisa dilihat sebagai suatu organisme yang mengalami fase-fase kelahiran, pertumbuhan, perubahan adaptasi seperti makhluk hidup pada umumnya, yang pada akhirnya mengalami kemunduran dan mati.

Sementara dimensi kedua melihat organisasi sebagai suatu praktik pengorganisasian yang melibatkan pengawasan dan kekuasaan. Dimensi ketiga melihat organisasi sebagai suatu produk budaya, apresiasi manusia atas kehidupannya dan karenanya akan selalu berbagai nilai, norma, kepercayaan, dan memiliki keteraturan adat istiadat.

Kemudian, Littlejohn membagi wilayah kajian organisasi menurut beberapa tradisi, yaitu tradisi psikologi sosial, tradisi sibernetika, tradisi sosial budaya dan tradisi kritis. Kedua jenis tradisi yang disebut diawal melihat organisasi dari kaca mata objektivisme, yang berarti melihat organisasi sebagai suatu unit. Sedangkan dua tradisi berikutnya melihat organisasi dari kaca mata subjektivisme, yang berarti melihat bagaimana organisasi mengembangkan cara-cara tertentu berdasarkan keunikannya.

Tradisi psikologi sosial lebih melihat organisasi dari kaca mata individu-individu anggota organisasi. Sedangkan tradisi sibernetika melihat organisasi dari struktur dan jaringan yang muncul sebagai konsekuensi dari pola interaksi yang ada di dalamnya. Sementara tradisi sosial budaya lebih memfokuskan pada makna dan interpretasi yang dikonstruksi dalam jaringan organisasi dan implikasinya bagi kelangsungan kehidupan organisasi. Makna menurut tradisi sosial budaya ini tidaklah sederhana. Pada kenyataannya makna akan selalu

berada dalam pergulatan kepentingan diantara orang-orang yang memiliki kepentingan atau berkuasa atau berkepentingan. Akibatnya realitas sosial yang hadir dalam organisasi boleh jadi bukan realitas yang sebenarnya. Wilayah inilah yang kemudian menjadi bahan telaah tradisi kritis.

Penelitian ini melihat perempuan pengusaha dari sisi emik yaitu menelaah bagaimana komunikasi kepemimpinan mereka ketika memberdayakan perempuan pekerja berdasarkan pengalaman yang pernah mereka alami sendiri. Pandangan dari sisi emik ini menggunakan paradigma interpretif yang berarti berada pada wilayah tradisi sosial budaya yang dapat berlanjut hingga implikasinya menurut tradisi kritis. Untuk membekali peneliti membedah fenomena penelitian ini, maka uraian teoretik yang digunakan sebagai panduan pun berada pada wilayah-wilayah tersebut.

2.2.1 Perspektif Teoretik

Permasalahan yang hendak ditelaah dalam penelitian ini berkenaan dengan situasi dan kondisi subjektif seperti yang dialami sendiri oleh perempuan ketika memimpin bisnis perusahaannya. Pada intinya konteks realita yang menjadi pokok bahasan adalah bagaimana bila perempuan memberdayakan perempuan lain yang berada pada subordinatnya. Disini teori tak ubahnya seperti “pengantar” atau “bekal” peneliti untuk menganalisis fenomena tersebut dalam konteks orang yang mengalami sendiri secara lebih menyeluruh (holistik). Pemahaman ini tentu berbeda dengan apa yang diterapkan dalam penelitian yang berperspektif objektif, dimana teori-teori yang digunakan berfungsi sebagai dasar pijakan berpikir untuk

mengukur dan menganalisis secara empirik berdasarkan derajat kesesuaian generalisasinya.

Sebelumnya untuk memahami pengertian konsep komunikasi lebih jauh, Miller (2002;5-8) dalam bukunya berjudul *Communication Theories* menjelaskan sejarah perkembangannya. Pada awalnya para ahli komunikasi melihat komunikasi sebagai suatu proses yang bersifat linier. Harold Lasswell menggagas pemahamannya tentang proses komunikasi tersebut dalam rangkaian pertanyaan *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*.

Rangkaian ini menjelaskan tahapan proses komunikasi yang berlangsung setahap demi setahap dan berjalan dalam satu arah yang sama. Dalam pengertian ini, proses komunikasi berawal dari komunikator yang menyampaikan pesan melalui suatu saluran atau media tertentu kepada komunikan untuk mencapai tujuan/efek tertentu.

Proses komunikasi yang dipandang memiliki sifat linier ini tidak bertahan lama. Para ahli menyadari bahwa proses komunikasi ternyata tidaklah sesederhana proses linier seperti anggapan sebelumnya. Suatu proses komunikasi merupakan proses kompleks yang bersifat transaksional, dimana antara komunikator maupun komunikan sama-sama bergerak simultan, bergantian dan saling mempengaruhi memberikan umpan balik (feed back). Pembatasan istilah komunikator maupun komunikan tidak lagi menjadi suatu aspek penting, karena keduanya dapat bertukar posisi dan peran. Keduanya mendapat sebutan sebagai partisipan komunikasi. Selain itu pada pengertian proses komunikasi sebagai proses transaksional, faktor konteks dimana komunikasi dilakukan sudah mulai

dipertimbangkan sebagai sesuatu yang juga penting dan menentukan bagaimana proses tersebut berjalan.

Sementara itu dalam konsep interaksi simbolik dikembangkan khazanah pemahaman tentang proses komunikasi ini. Proses transaksional komunikasi dipahami sebagai suatu proses pertukaran simbol bermakna. Para partisipan komunikasi yang terlibat dalam pertukaran simbol ini dipandang sebagai manusia yang aktif, reflektif dan kreatif mengembangkan kemampuan berkomunikasi dengan menggunakan berbagai simbol, baik itu yang bersifat verbal maupun non verbal. Interpretasi tersebut berlaku subjektif sehingga maknanya bersifat relatif.

Pemahaman interaksi simbolik ini membantu menjelaskan bagaimana seorang individu mengkonstruksi makna. Gagasan konstruksi sosial yang menekankan pada bagaimana konsep pemahaman itu hadir dapat membantu menjelaskan bahwa perilaku atau tindakan manusia itu tidaklah melulu ditentukan oleh kekuatan eksternal. Manusia bertindak dapat juga ditentukan oleh interpretasi atau pemaknaan terhadap pola sosial yang terdapat dalam budaya kehidupan sosial yang melibatkan proses komunikasi.

Manusia yang menginterpretasi realitas sosial ini dapat dijelaskan melalui pendekatan konstruktivism. Pendekatan ini berada dalam rumpun ilmu-ilmu sosial interpretif yang dapat ditelusuri dari pemikiran Max Weber. Para konstruktivis ini memandang bahwa realitas dunia ini sangat beragam dan tidak terjadi begitu saja melainkan dibangun dan dibentuk oleh manusia itu sendiri.

Fenomena perempuan pengusaha, yang berinteraksi dan berkomunikasi dengan simbol-simbol bermakna untuk memberdayakan perempuan pekerjanya,

dapat pula dipahami dengan mempelajari tindakan sosial seperti yang diungkapkan oleh Max Weber tersebut. Menurut kaca mata Weber, manusia itu adalah individu yang mampu berpikir dan tidak pasif. Mereka aktif melakukan berbagai tindakan sosial yang bermakna, tidak saja bagi dirinya sendiri tetapi juga bagi individu lainnya.

Pemahaman ini lebih lanjut dikembangkan lagi oleh Alfred Schütz yang menekankan pada adanya hubungan kesadaran. Kesadaran ini bersifat intersubjektif dan melibatkan kemampuan mempersepsi manusia terhadap objek-objek yang ada di dunia keseharian manusia. Perempuan pengusaha dengan kesadaran intersubjektifnya, berinteraksi dengan dunia sosial sekitarnya. Ia bertukar pesan dengan menggunakan simbol-simbol yang dipahami bersama, baik itu verbal maupun non verbal, dan menginterpretasi maknanya dalam alur kesadarannya.

Pemikiran George Herbert Mead dan muridnya Herbert Blumer dapat mengantar pemikiran Schütz ini ke dalam khasanah interaksi simbolik dengan cara yang lebih membumi. Mead dan Blumer memahami tindakan-tindakan sosial manusia itu dari sifat interaksi sebagai suatu kegiatan sosial dinamis manusia yang melibatkan pertukaran simbol bermakna. Pertukaran ini tidak lain adalah merupakan proses komunikasi yang menghasilkan suatu konteks tatanan sosial tertentu.

Pertukaran symbol, yang dilakukan baik antara perempuan maupun laki-laki, melahirkan suatu tatanan sosial yang berlaku dan ditaati oleh setiap anggota masyarakat. Peter Berger dan Thomas Luckman yang juga diwarnai oleh hasil

pemikiran-pemikiran pendahulunya seperti Weber, Schütz dan Husserl dapat menjelaskan bagaimana konteks tatananan sosial itu terbentuk.

Menurut Berger dan Luckman realitas terbentuk secara sosial. Kehidupan sehari-hari manusia menampilkan sebagai kenyataan yang ditafsirkan oleh manusia dan mempunyai makna subjektif bagi mereka. Suatu fenomena didefinisikan sebagai sesuatu yang diakui keberadaannya (being) dan tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri.

Asumsi ini dipicu oleh adanya pemahaman dialektika antara diri (the self) dengan dunia sosio kultural. Dialektika ini berlangsung dalam suatu proses yang simultan yaitu eksternalisasi (penyesuaian diri dengan dunia sosio kultural sebagai produk manusia), objektivasi (interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi), dan internalisasi (individu mengidentifikasi diri dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya). Uraian ini akan dibahas lebih lanjut sehingga diharapkan akan mampu memberikan arahan dan menjelaskan keunikan perempuan pengusaha sebagai manusia sosial secara teoritis.

2.2.1.1 Manusia Mengkonstruksi Makna

Sepanjang manusia melakukan kegiatan komunikasi, maka ia akan selalu bergumul dengan kegiatan mengkonstruksi makna. Kekuatan eksternal di luar diri manusia tidaklah selalu menentukan bagaimana manusia bertindak. Kemampuan manusia untuk memaknai atau menginterpretasi dunia sosialnya juga akan memainkan peran sehingga menentukan dan memberikan kekuatan untuk bertindak atau bertingkah laku.

Gagasan konstruktivis menggarisbawahi proses pemahaman tersebut.

Menurut Guba dan Lincoln seperti yang dikutip oleh Patton (2002;96),

Constructivism begin with the premise that the human world is different from natural, physical world ...Because human being have evolved the capacity to interpret and construct reality, the world of human perception is not real in an absolute sense, as the sun is real, but it is “made up” and shaped...Constructivists study multiple realities constructed by people and the implications of those constructions for their lives and interactions with others.

Gagasan konstruktivis berawal dari premis bahwa dunia ini berbeda dengan alamiahnya karena manusia membangun dan membentuknya berdasarkan interpretasinya sendiri. Studi konstruktivis memandang bahwa realitas ini sangatlah beragam karena masing-masing individu memiliki pengalaman dan pandangannya sendiri-sendiri, akibatnya implikasi tindakan yang terlihat pun berbeda-beda.

Asumsi epistemologi konstruktivis dijelaskan Schwandt dalam Denzin (2000;197) sebagai berikut ;

Constructivism means that human beings do not find or discover knowledge so much as we construct or make it. We invent concepts, models, and schemes to make sense of experience, and we continually test and modify these constructions in the light of new experience. Furthermore, there is an inevitable historical and sociocultural dimension to this construction. We do not construct our interpretations in isolations but against a backdrop of shared understandings, practices, language, and so forth.

Konstruksi merupakan proses aktif manusia memahami realita. Apa yang dipahami manusia sebagai realita belum tentu demikian pada kenyataannya. Apa yang dipahami sebagai realita sebenarnya merupakan hasil interpretasi dan konstruksi dari manusia itu sendiri yang melibatkan pengalaman-pengalaman

berdimensi sosio historis. Manusia berinteraksi dengan manusia lain disepanjang perjalanan kehidupannya dan aktif mengkonstruksi hasil interpretasi pengalaman-pengalamannya ketika berbagi kehidupan dengan orang lain tersebut. Menimbang asumsi tersebut, maka penelitian-penelitian yang bermaksud untuk memahami bagaimana konstruksi hasil interpretasi manusia itu dapat dilakukan dengan berbagi kehidupan dengan subjek yang diteliti.

Pada akhir tahun 1970an, Barnett Pearce dan dan Vernon Cronen mengemukakan pemikirannya yang mengacu pada gagasan konstruktivisim dalam konteks komunikasi bahwa *person-in-conversation co-construct their own social realities and are simultaneously shaped by the worlds they create* (dalam Griffffin, 200: 64). Bila manusia terlibat percakapan, maka mereka mengkostruksi realitas mereka sendiri dan secara simultan dibentuk oleh dunia yang mereka buat itu sendiri. Mereka memandang bahwa dunia sosial itu sangat plural karena beragam manusia terlibat dalam pembentukannya.

Gagasan konstruktivism interpretatif ini menjadi himpunan besar berbagai pemahaman teoretik yang membantu peneliti peneliti untuk berusaha memahami dan membongkar fenomena realita yang hendak diteliti. Uraian berikut adalah uraian teoretik yang berangkat dari gagasan-gagasan tersebut.

2.2.1.2 Perempuan Pengusaha Sebagai Aktor Sosial

Untuk menelaah lebih jauh tentang fenomena manusia melakukan tindakan berkomunikasi, asumsi-asumsi pemikiran Max Weber (1864-1920) dapat membantu memahaminya. Ia adalah seorang sosiolog Jerman pencetus

interpretivisme, dan merupakan satu dari tiga orang teoritis klasik, Emile Durkheim dan Karl Marx.

Gagasan Weber ini menekankan pada pentingnya aspek subjektif di dalam menganalisis gejala sosial manusia. Weber seperti dikutip oleh Giddens (1986;177) menjelaskan pendapatnya berikut ini :

Dalam makna yang digunakan oleh kata yang sangat bersifat mempunyai dua arti, di sini, maka sosiologi harus diartikan seperti mengacu kepada ilmu pengetahuan yang berurusan dengan sosiologi sendiri, dengan pengertian yang bersifat tafsiran tentang tindakan sosial dan dengan demikian disertai pula dengan sebab musabab dari jalannya tindakan sosial beserta akibat-akibatnya. Tindakan sosial atau perilaku sosial ialah tindakan atau perilaku, dimana arti subjektif yang terlibat, berkaitan dengan pribadi orang lain atau dengan golongan lain. Ada dua makna, dimana arti tindakan dapat dianalisis; dianalisis dalam acuan kepada arti konkrit yang dimiliki oleh tindakan bagi tiap orang pelaku tertentu, ataupun dalam kaitan dengan suatu jenis ideal dari arti subjektif dari pihak seorang pelaku.

Weber mendefinisikan tindakan sosial sebagai semua perilaku manusia ketika dan sejauh individu memberikan suatu makna subjektif terhadap perilaku tersebut. Suatu tindakan manusia itu akan bermakna sosial berdasarkan makna subjektifnya bagi individu. Maksudnya, suatu tindakan itu dilakukan manusia karena memang disengaja untuk tujuan tertentu.

Seorang manusia tidaklah pasif menghadapi dunia sosialnya. Sama seperti yang ditegaskan oleh Weber bahwa, “Manusia itu adalah individu yang berpikir, aktif melakukan tindakan-tindakan sosial yang bermakna tidak saja bagi dirinya sendiri tetapi juga bagi individu-individu lainnya.” (Deddy,2003;60,dan Walsh,1972;5-16) Manusia itu aktif berpikir dan melakukan tindakan-tindakan sosial yang diwujudkan dalam komunikasinya sejauh makna subjektif dapat dipahaminya. Manusia aktif melakukan berbagai tindakan sosial yang bermakna,

tidak saja bagi dirinya sendiri tetapi juga bagi individu-individu lainnya, baik laki-laki maupun perempuan. Pemahaman ini kemudian mendapat kritikan dari para ahli karena seolah mengabaikan kekuatan-kekuatan tersembunyi yang menggerakkan manusia, seperti emosi, gagasan, maksud, motif, perasaan, tekad dan sebagainya.

Dalam penelitian ini, perempuan pengusaha berperan sebagai aktor sosial yang melakukan tindakan-tindakan komunikasi kepemimpinan dalam organisasi bisnisnya. Ia aktif memaknai lingkungan sosialnya secara subjektif. Ia melakukan tindakan-tindakan yang tidak saja bermakna bagi dirinya sendiri tetapi juga bagi perempuan pekerjanya. Meskipun demikian, pandangan Weber ini tidaklah cukup untuk menjelaskan bagaimana peran dorongan-dorongan yang ada di dalam diri perempuan pengusaha ketika melakukan tindakan-tindakannya.

2.2.1.3 Perempuan Pengusaha Sebagai Aktor Subjektif

Konsep Weber tentang tindakan sosial manusia ini dikembangkan oleh Alfred Schütz yang kemudian dikenal sebagai seorang filsuf fenomenologi yang mempelajari pengetahuan yang datang dari “kesadaran”. Ia lahir di Wina ibukota Austria pada tahun 1899 dan wafat di New York tahun 1959.

Tindakan sosial manusia dalam pengertian Weber dianggap Schütz kurang mampu menjelaskan realitas sosial. Weber mengartikan, “Manusia itu adalah individu yang berpikir, aktif melakukan tindakan-tindakan sosial yang bermakna tidak saja bagi dirinya sendiri tetapi juga bagi individu-individu lainnya.”(Deddy,2003;60) Pemahaman ini seolah mengabaikan kekuatan-

kekuatan tersembunyi yang menggerakkan manusia, seperti emosi, gagasan, maksud, motif, perasaan, tekad dan sebagainya.

Tindakan sosial semua perilaku manusia itu dilakukan sebagai reaksi dari tindakan manusia lainnya. Itu berarti bahwa suatu tindakan manusia dianggap sebagai tindakan sosial bilamana berorientasi atau dipengaruhi oleh tindakan manusia lainnya. Perilaku manusia tidak dapat dimengerti kecuali bila memperhatikan pemaknaan individu yang menempel pada pengalaman dan perilaku mereka.

Menurut Schütz, konsep gagasan Weber ini menggambarkan seolah-olah manusia adalah mahluk yang terisolasi. Suatu tindakan hanya dapat dimengerti oleh mereka yang terlibat di dalam tindakan tersebut. Menurut Schütz tindakan sosial itu seharusnya dapat dimengerti dan dipahami oleh setiap orang termasuk baik yang terlibat maupun yang tidak terlibat dalam suatu tindakan.

Selain konsep Weber sebagai titik berangkat pemikiran, pemikiran Schütz juga tidak terlepas dari fenomenologi Edmund Husserl, yang melihat hubungan kesadaran. Aktivitas kesadaran ini melibatkan juga kemampuan mempersepsi manusia terhadap suatu objek, namun Schütz lebih menekankan pada kesadaran kesadaran intersubjektif dunia keseharian manusia.

Perspektif fenomenologi Schütz ini digunakan untuk mengupas dan memahami bagaimana suatu tindakan sosial manusia dalam kehidupan yang diperoleh dari pengalaman subjektif orang yang mengalaminya. Realitas bagaimana seseorang berkomunikasi dapat diteropong dengan memahami bagaimana ia dapat menginterpretasi tindakan-tindakannya berdasarkan

pengalaman yang pernah dialaminya sendiri sebagai sesuatu yang bermakna. Dengan demikian akan diperoleh gambaran dunia keseharian intersubjektif (dunia kehidupan atau Lebenswelt) terbentuk.

Manusia hidup bersama orang lain, baik itu laki-laki ataupun perempuan, dan berhubungan langsung dengan sebagian besar orang-orang terdekatnya, seperti keluarga, anak-anak, suami, teman-teman, pekerjaannya dan sebagainya. Bersama-sama mereka tumbuh besar bersama, berbagi kehidupan, pengalaman, termasuk juga budaya. Setiap orang akan berupaya untuk saling empati (*taking the role of others*), dan saling bertukar perspektif (*reciprocal perspectives*), sehingga mereka menyadari pengalaman-pengalaman yang tidak saja dialami oleh dirinya sendiri tetapi juga pengalaman yang dialami oleh orang lain. Setiap individu dapat masuk ke dalam alur kesadaran orang lain sama seperti dengan dirinya sendiri. Setiap individu pun dapat memahami orang lain karena di dalam kehidupan bersama ini, semua sama-sama menerima aturan atau norma yang telah disepakati bersama.

Perlu dipahami pula bahwa setiap individu itu tidak selamanya mempunyai akses untuk masuk ke dalam alur kesadaran subjektif orang lain. Struktur dunia sosial ini tidaklah homogen bagi setiap manusia. Ia terbentuk dari struktur yang berbeda-beda (*multiform structure*) sehingga realitas sosial yang dibentuk pun beragam (*multiple realities*). Stratifikasi dunia sosial ini merujuk pada dimensi objektif rentang temporal dan korelasi subjektifnya dalam memaknai sesuatu.

Realitas sosial yang dialami setiap individu sepanjang kehidupannya berbeda-beda dan karenanya pengalaman yang pernah dialaminya pun tidak akan pernah sama. Bagaimana kesadaran seseorang terhadap pengalaman kesadaran orang lain dalam dunia sosial ini tergantung dari bagaimana kadar pengalaman intersubjektif, kedekatan dan intensitasnya.

Berkenaan dengan keadaan tersebut, Schütz berusaha membagi kondisi hubungan antar manusia dalam *We relationship* atau *They relationship*. Di sini setiap individu berada dalam stratum *consociates social world contemporaries*. Dunia sosial sekitar individu disini dan saat ini, berkorelasi langsung dengan dunia sosial sekitar orang lain pada tempat dan saat yang sama. Ia berbagi ruang dan waktu dengan *consociates* lainnya secara langsung. Ia dapat berperan sebagai *observer* sekaligus sebagai *actor*. Hubungannya bisa hanya satu sisi saja atau timbal balik. Ketika berbicara, ia tidak hanya memaknainya tutur katanya atau yang bersifat objektif saja, tetapi juga yang tersirat dalam alur kesadaran subjektif.

Masih ada strata lainnya yaitu stratum *social world predecessors*. Disini seorang individu berhubungan dengan *consociates* yang berada pada masa lampau dan hanya bersifat sejarah. Ia bertindak sebagai *observer* atau pengamat tipe ideal yang dapat dibangun melalui pemahaman subjektif atau melalui metode sains (berdasarkan ilmu pengetahuan). Tipe ideal ini lebih mirip merupakan suatu konsensus yang akan selalu *they orientation*. Dalam *social world successors*, meski individu tidak dapat berhubungan langsung dengan *consociates* di masa depan, namun kesadaran subjektif individu tersebut dapat menggapainya.

Pengalaman-pengalaman intersubjektif dunia sosial yang dialami manusia ini merupakan rangkaian elemen, membentuk suatu skema umum yang diinterpretasi dalam “bahasa pemahaman bersama” (common sense). Seiring dengan berjalannya waktu, rangkaian elemen itu bagaikan sebuah kumpulan “resep” kehidupan yang disimpan sebagai *stock of knowledge*. William James (dalam Scheler,2004) membedakan antara *knowledge about* dan *knowledge acquaintance*. *Knowledge about* merupakan pengetahuan dasar yang sudah dianggap umum, jelas atau setara dengan konstruk derajat pertama. *Knowledge acquaintance* merupakan pengetahuan yang merupakan pengembangan dari keingintahuan manusia atau setara dengan konstruk derajat kedua. Perbedaan pengetahuan ini terasa relatif sifatnya, karena pendistribusian pengetahuan ini tidaklah sama. Sesuatu mungkin sudah diketahui dengan baik oleh seseorang, tetapi bagi yang lainnya belum tentu demikian.

Pengalaman subjektif manusia yang dialami manusia itu ada yang mengalir terjadi begitu saja tanpa direncanakan sebagaimana adanya, dan ada juga yang digerakkan oleh motif tertentu berdasarkan stok pengetahuan sebelumnya, tergantung pada situasi dimana seseorang berada (actual biographical). Pengalaman subjektif manusia ini juga bukan berarti mendominasi segalanya. Ia saling berhubungan sebab akibat dengan dunia objektif manusia sebagai suatu sistem *life plan* manusia yang terintegrasi dari hari ke hari dan dari waktu ke waktu.

Life plan menggerakkan serangkaian motif. Pertama adalah *motivational relevancy* yang menimbulkan emosi atau tindakan untuk memperhatikan sesuatu,

berpikir, berperilaku seperti yang terlihat. Motif ini situasional sifatnya dan bisa terjadi begitu saja atau bahkan tanpa kita disadari. Motif ini dapat berkembang lebih lanjut menjadi *thematic relevancy* yang menggerakkan manusia untuk memenuhi *knowledge acquaintance*-nya. Pengalaman subjektif yang dicarinya itu memiliki satu tema pengetahuan yang berantai.

Selanjutnya di dalam memaknai realitas sosial, manusia berusaha untuk mengelaborasi *stock of knowledge* aktual yang dimilikinya dengan mencari relevansi antara resep-resep pengetahuan yang dimilikinya dengan situasi dan kondisi dihadapannya (*interpretational relevancy*). Selain itu adapula motif yang melihat dari orientasinya untuk melakukan suatu tindakan, yaitu *in order to motives* berorientasi pada masa depan dan *because motives* yang merujuk kepada pengalaman masa lalu (*preconstituted knowledge*).

Paparan yang sudah diuraikan tadi dapat menjelaskan bahwa tindakan sosial komunikasi kepemimpinan seorang perempuan pengusaha itu sangatlah rumit dan kompleks. Kesadaran terhadap pengalaman-pengalaman intersubjektif ketika berinteraksi terutama dengan perempuan pekerjanya, memberikan skema pengetahuan bagi dirinya. Skema ini seolah-olah menjadi peta atau resep yang menentukan pengambilan tindakan-tindakan komunikasi kepemimpinannya yang dilakukannya untuk memberdayakan perempuan pekerjanya.

2.2.1.4 Perempuan Pengusaha Dalam Konsep Interaksi Simbolik

Herbert Mead (1863-1931), mengembangkan pemikiran-pemikiran Weber dan Schütz secara lebih membumi untuk menjelaskan suatu realitas sosial dalam

konsep interaksi simbolik. Hasil pemikirannya ini dielaborasi dan dipublikasikan oleh muridnya, Herbert Blumer. Perspektif ini menjelaskan sifat interaksi yang merupakan kegiatan sosial dinamis manusia yang melibatkan pertukaran simbol bermakna.

Blumer mengawali pemikirannya dengan menjelaskan bahwa manusia bertindak terhadap orang atau sesuatu simbol berdasarkan pemahaman arti dari sesuatu simbol tersebut. Pemahaman arti ini diperoleh dari interaksi sosial dengan lingkungannya. Maknanya tidaklah *inherent* (melekat) pada objek namun dinegosiasikan sehingga disebut konsep interaksi simbolik.

Menurutnya, “Simbol adalah suatu stimulus yang maknanya dapat dipelajari dan bernilai bagi orang-orang.” (Griffin,2000;54-55). Setiap manusia dipandang sebagai subjek individu yang bersifat aktif, reflektif dan kreatif untuk menafsirkan simbol-simbol bermakna, dan menampilkannya sebagai suatu perilaku sebagaimana terlihat. Jadi perilaku manusia itu sebenarnya merupakan reaksi dari bagaimana mereka mendefinisikan atau menafsirkan objek-objek yang ada di sekelilingnya.

Dalam berinteraksi dengan dunia sosial sekitarnya, manusia tidak akan terlepas dari kegiatan berkomunikasi. Proses komunikasi ini dilakukan dengan menggunakan simbol-simbol yang melambangkan atau merepresentasikan apa yang dimaksud oleh para partisipan komunikasi. Di dalam memilih simbol-simbol yang digunakan itu, manusia sebagai partisipan komunikasi juga tidak terlepas dari bagaimana ia menafsirkan dan memaknai simbol-simbol yang digunakan secara bersama-sama dengan manusia lain. Mereka melakukannya berdasarkan

pada bagaimana ia mendefinisi situasi yang ada. Artinya ketika berkomunikasi, setiap manusia tidak akan menggunakan simbol-simbol di luar dari kesadarannya dan juga kesadaran manusia lainnya sehingga pertukaran simbol dapat berlangsung dalam himpunan pemahaman makna yang sama.

Sementara itu kesadaran manusia ini bersifat intersubjektif, berdasarkan interpretasi mereka sendiri atas dunia sekeliling mereka seperti yang dijelaskan oleh Schütz. Semakin besar ruang kesadaran intersubjektif bersama, semakin banyaklah simbol-simbol bermakna bersama yang digunakan para partisipan komunikasi ketika berinteraksi di dalam masyarakat dunia sosialnya.

George Ritzer meringkas teori interaksi simbolik ini menjadi lebih jelas lagi ke dalam prinsip-prinsip sebagai berikut :

1. Manusia, tidak seperti hewan lebih rendah, diberkahi dengan kemampuan berpikir
2. Kemampuan berpikir ini dibentuk oleh interaksi sosial
3. Dalam interaksi sosial orang belajar makna dan simbol yang memungkinkan mereka menerapkan kemampuan khas mereka sebagai manusia, yakni berpikir
4. Makna dan simbol memungkinkan orang melanjutkan tindakan (action) dan interaksi yang khas manusia
5. Orang mampu memodifikasi atau mengubah makna dan simbol yang mereka gunakan dalam tindakan dan interaksi berdasarkan interpretasi mereka atas situasi
6. Orang mampu melakukan modifikasi perubahan ini karena antara lain kemampuan mereka berinteraksi dengan diri sendiri, yang memungkinkan mereka memeriksa tahapan-tahapan tindakan, menilai keuntungan dan kerugian relatif, dan kemudian memilih salah satunya
7. Pola-pola tindakan dan interaksi yang jalin menjalin ini membentuk kelompok dan masyarakat (dalam Deddy 2003:73).

Teori interaksi simbolik juga menjelaskan kemampuan manusia untuk merespon simbol-simbol ketika mereka berinteraksi sehingga dapat membentuk konsep diri (self). Konsep diri ini terbentuk ketika seseorang melakukan definisi diri yang

dibuat bersama orang lain dengan menafsirkan lambang-lambang berarti melalui proses pengambilan peran (role taking). Penafsiran disini tergantung dari kemampuan seseorang menempatkan dirinya dalam peranan orang lain dan menginternalisasikannya sebagai bagian dari pengembangan dirinya.

Blumer juga mengemukakan premis-premis dasar memahami kehidupan sosial manusia dengan pendekatan interaksi simbolik :

1. *Human being act toward things on the basis of the meanings that the things have for them.*
2. *The meaning of things arises out of the sosial interaction one has with one's fellows.*
3. *The meanings of things are handled in and modified through an interpretative process used by the person in dealing with the things he encounters* (dalam Wallace, 1986:204-206).

Manusia bertindak berdasarkan kesadarannya memaknai sesuatu. Makna tersebut berkaitan langsung dengan interaksi sosial yang dilakukan seseorang dengan orang-orang lainnya. Makna tersebut juga dibentuk, dipertahankan, dan diubah melalui proses penafsiran yang dipergunakan oleh orang tersebut berkenaan dengan yang dihadapinya. Dasar pemahaman dalam pendekatan ini adalah perilaku manusia selalu terdiri dari tindakan-tindakan atau aktivitas interaksi yang bersifat sosial. Manusia melakukan tindakan simbolik berdasarkan penafsiran makna dari simbol-simbol yang digunakannya.

Berkenaan dengan tafsir simbol tersebut, terdapat beberapa proses penciptaan makna yaitu :

1. Hakikat Diri

Mead memandang aspek diri ini sebagai sentral dari interaksi simbolik.

Mead menyebutnya konsep diri ini dengan "I" dan "Me". "I sebagai subjek

yang bersifat impulsif dan spontan, dan *Me*, sebagai objek yang bersifat mengendalikan.” (Charon, 1979; 82-83). Konsep “I” atau saya merupakan bagian yang aktif dari diri yang melakukan tindakan yang seringkali sulit untuk diramalkan. Sementara konsep “Me” atau aku merupakan wujud diri tentang konsep nilai atau norma yang mengatur, memberikan arah dan mengendalikan konsep “I” dalam diri seseorang. Manusia dipandang sebagai makhluk yang berada di tengah-tengah ramainya lalu lintas simbol-simbol di sekitarnya. Diri merupakan organisme yang aktif, selektif dan reaktif menerima dan kreatif bertindak merefleksikan simbol-simbol tersebut.

2. Hakikat Lambang

Mead mendefinisikan simbol , “as the stimulus whose response is given in advance.” (Wallace, 1986:199). Manusia akan memberikan respon terhadap stimulus lambang atau tindakan orang lain atas dasar makna yang dipahaminya. Makna lambang tidaklah bersifat inherent, tetapi bersifat arbitrer. Makna lambang itu tergantung dari bagaimana individu mampu melakukan proses *role taking* (pengambilalihan peran) atau dikenal sebagai aktivitas empati.

3. Hakikat Tindakan Manusia

Mead menjelaskan bahwa, “Communication is a process whereby each person takes the role of the other” (Wallace, 1986:196). Bila seseorang melakukan *role taking*, menempatkan diri pada posisi orang yang mengalami atau empati, maka itu berarti ia sedang berkomunikasi. Jadi komunikasi merupakan proses dimana setiap individu berusaha untuk memaknai dengan

berempati. Komunikasi ini tidaklah hanya berkenaan dengan orang lain tetapi juga dengan dirinya sendiri. Melalui proses ini, seseorang akan melihat dirinya sebagaimana orang lain melihat padanya.

Charles Horton Cooley melengkapinya pendapat tersebut dengan teorinya *the looking-glass self*. Baik Mead maupun Cooley menganggap bahwa, “Konsepsi diri adalah suatu proses yang berasal dari interaksi sosial individu dengan orang lain.” (Deddy, 2003; 74) Konsep diri seseorang ini ditentukan oleh apa yang ia pikirkan tentang pikiran orang lain terhadap dirinya.

Respon orang lain terhadapnya ditafsirkan secara subjektif, dan itu membentuk konsep tentang dirinya sendiri, yaitu bagaimana ia memandang dirinya sendiri sebagaimana terlihat dari kesadarannya (*consciousness*) merespon tanggapan orang lain mengenai dirinya. Tindakan-tindakan individu ini melalui tahap yang disebut *play stage*, yaitu ketika pengambilan peran dilakukan ketika diri mencoba berada pada perspektif orang-orang terdekat (*significant others*). Tahap lainnya adalah *game stage*, yaitu dimana pengambilan peran dilakukan ketika diri berada pada perspektif orang pada umumnya (*generalized others*).

4. Hakikat Tindakan Sosial

Manusia merupakan produk dari penafsirannya terhadap dirinya sendiri, dan juga merupakan produk dari proses pengambilalihan peran. Segala sikap dan perilakunya akan mengacu pada interaksinya dengan lingkungan sekitar. Kesesuaian atau konformitas dengan sekitarnya membuat manusia seolah merupakan bentukan sosial. “Proses sosial dalam kehidupan kelompok itulah

yang menciptakan dan mempertahankan peraturan, bukan peraturan yang membentuk dan memelihara kelompok itu” (Fisher, 1986:241). Jadi dapatlah dipahami bahwa tindakan seseorang itu dapat saja seragam dengan orang lain atau terlihat sebagai tindakan kolektif karena tindakan itu merupakan produk sosial yang selalu mempertimbangkan komitmen dan kesesuaiannya dengan konvensi tertulis maupun tidak tertulis yang disepakati oleh orang-orang dalam kelompoknya.

Pemahaman konsep gagasan interaksi simbolik dapat membantu menjelaskan bagaimana proses komunikasi yang dilakukan. Proses komunikasi tidak lain merupakan suatu rangkaian mekanisme respon aksi reaksi terhadap simbol-simbol bermakna yang dipertukarkan seorang individu dengan orang-orang sekitarnya. Pertukaran simbol bermakna ini membawa dampak yang tidak sedikit terhadap pengembangan diri masing-masing.

Seorang individu, baik itu laki-laki ataupun perempuan, mendefinisikan dirinya berdasarkan persepsinya terhadap dirinya sendiri dan juga orang-orang sekitarnya. Makna simbol-simbol tidaklah *inherent* atau melekat pada objek, tetapi dinegosiasikan dengan bahasa yang bersifat arbitrer. Makna simbol ini dapat saja berubah dari waktu ke waktu seiring dengan sejarah panjang kehidupannya yang dipengaruhi oleh interaksi sosialnya. Begitu pula dengan pendefinisian terhadap diri sendiri. Ia dapat saja berubah seiring dengan pemaknaannya terhadap lingkungan di sepanjang perjalanan kehidupannya.

Komunikasi yang dilakukan perempuan pengusaha merupakan suatu rangkaian mekanisme respon aksi reaksi terhadap simbol-simbol bermakna yang

dipertukarkan dengan orang-orang sekitarnya. Tindakan komunikasi kepemimpinan yang dilakukan perempuan pengusaha ini dilakukan berdasarkan pemaknaannya terhadap simbol-simbol yang dipertukarkan dalam proses komunikasi tersebut. Simbol-simbol yang dipertukarkan ini juga membentuk dan dibentuk oleh konsep dirinya. Makna simbol-simbol ini relatif sifatnya dan menjadi sebagai hasil dari interaksinya dengan lingkungan sosialnya.

2.2.1.5 Realitas Konstruksi Sosial Perempuan Pengusaha

Peter Berger dan Thomas Luckman, yang juga diwarnai oleh hasil pemikiran-pemikiran pendahulunya seperti Weber, Schütz dan Husserl, mengungkapkan bagaimana kondisi atau konteks sosial itu terbentuk. Menurut Berger dan Luckman realitas terbentuk secara sosial. Menurut mereka (1990:1), “Kenyataan itu dibangun secara sosial dan bahwa sosiologi pengetahuan harus menganalisis proses terjadinya hal itu.” Lebih lanjut dijelaskan bahwa kenyataan didefinisikan sebagai suatu kualitas yang terdapat dalam fenomena-fenomena yang kita akui sebagai memiliki keberadaan (being) dan itu tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri. Sementara pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa fenomena-fenomena itu nyata (real) dan memiliki karakteristik-karakteristik yang spesifik.

Menurut pandangan Berger dan Luckman, kehidupan manusia itu tidaklah terisolasi. Manusia dan dunia sosialnya berinteraksi satu sama lain dalam hubungan timbal balik dengan lingkungannya, tidak saja dengan alam tetapi juga

dengan suatu tatanan budaya dan sosial. Hubungan interaksi ini dinyatakan sebagai dialektika antara diri (the self) dengan dunia sosio kultural.

Dialektika ini berlangsung dalam suatu proses yang simultan antara eksternalisasi (penyesuaian diri dengan dunia sosio kultural sebagai produk manusia), objektivasi (interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi), dan internalisasi (individu mengidentifikasi diri dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya).

Melalui 3 proses simultan tersebut, kenyataan atau realitas itu dibangun secara sosial. Kenyataan itu didefinisikan sebagai suatu kualitas yang terdapat dalam fenomena-fenomena yang kita akui sebagai memiliki keberadaan (being) dan itu tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri.

Dunia kehidupan manusia sehari-hari itu ditafsirkan sebagai kenyataan yang sudah tertib dan tertata serta sudah dibentuk oleh suatu tatanan bahkan sejak sebelum ia lahir. Dunia kehidupan itu tidak hanya diterima begitu saja oleh manusia tetapi juga mempunyai makna subjektif dalam kehidupan mereka. Pemahaman ini seperti dijelaskan oleh Berger, “Kenyataan hidup sehari-hari itu selanjutnya menghadirkan suatu dunia intersubjektif, suatu dunia yang saya huni bersama-sama dengan orang lain.” (1990:33) Manusia mengobjektivasi kenyataan dunia kesehariannya itu dengan memanifestasikan diri ke dalamnya yang dibangun dalam dunia simbolik.

Pada saat yang sama manusia juga menciptakan kenyataan sosial yang objektif melalui proses eksternalisasi sebagaimana kenyataan objektif

mempengaruhi kembali manusia melalui proses internalisasi yang mencerminkan kenyataan subjektif. Berger Luckman (1990:185-186) menjelaskan bahwa, “Titik awal dari proses ini adalah internalisasi merupakan yaitu pemahaman atau penafsiran yang langsung dari suatu peristiwa objektif sebagai pengungkapan suatu makna.” Berdasarkan kutipan tadi ini, dapat dipahami bahwa internalisasi merupakan suatu manifestasi dari proses-proses subjektif orang lain yang dengan demikian menjadi bermakna secara subjektif bagi manusia sendiri.

Kegiatan-kegiatan objektivikasi, eksternalisasi dan internalisasi ini merupakan momen-momen dialektis yang berlangsung terus menerus selama manusia berada dalam suatu urutan waktu, bahkan sejak manusia menjalani sosialisasi primer masa kanak-kanaknya hingga sosialisasi sekunder berikutnya. Artinya, apa yang dihadapi oleh seorang individu itu bersifat sosio historis.

Di sepanjang kehidupan yang dilalui oleh manusia, ia akan berhadapan dengan konstruksi realitas sosial yang dibangunnya bersama manusia lain. Disini pun dapat berarti bahwa identitas manusia itu terbentuk melalui proses-proses sosial. Pendefinisian diri ini dipelihara, dimodifikasi atau bahkan dapat dibentuk ulang sebagai hasil dari hubungan-hubungan sosialnya.

Kenyataan dan kehidupan manusia itu mempunyai hubungan yang bersifat sosio historis. Perjalanan kehidupan masyarakat dipandang sebagai produk manusia dan manusia sendiri merupakan produk dari masyarakat. Jadi dapat dikatakan bahwa manusia mengkonstruksi kodratnya sendiri atau lebih sederhana lagi, bahwa manusia menghasilkan bentuk sosial dirinya sendiri.

Perempuan pengusaha juga melakukan kegiatan-kegiatan objektivikasi, eksternalisasi dan internalisasi yang berlangsung terus menerus sejak ia menjalani sosialisasi primer masa kanak-kanaknya hingga sosialisasi sekunder berikutnya. Di sepanjang kehidupan yang dilaluinya, ia berhadapan dengan konstruksi realitas sosial yang dibangunnya bersama manusia lain.

Keadaan yang sama juga terjadi ketika perempuan membangun usaha bisnis dan mempekerjakan karyawan atau pegawai perempuan untuk membantunya. Ia merupakan bentukan atau produk dari konstruksi realitas sosialnya, sementara dirinya pun membentuk dan mengkonstruksi sendiri komunikasi kepemimpinannya untuk memberdayakan perempuan pekerja.

2.2.1.6 Perspektif Jender Sebagai Suatu Konstruksi Sosial

Budaya masyarakat yang ada di muka bumi ini sangatlah beragam. Setiap bangsa ataupun etnis mempunyai budayanya sendiri-sendiri, namun ketika membicarakan tentang perempuan, kesemua budaya tersebut cenderung seragam. Mereka menyebut perempuan sebagai makhluk yang cantik, lemah dan berada di bawah kuasa laki-laki.

Konsep jender berbeda dengan konsep seks. Pengertian konsep seks berkenaan dengan jenis kelamin. Perbedaan jenis kelamin ini secara jelas memandang perbedaan perempuan dan laki-laki disebabkan oleh kondisi biologis. Sejak lahir dan secara alamiah kedua jenis kelamin itu memang berbeda. Perbedaan ini tidak dapat dipertukarkan dan merupakan ketentuan kodrat Tuhan.

Berdasarkan konsep seks ini, pembedaan jenis kelamin dapat dibedakan dari apa yang melekat pada diri keduanya masing-masing. Misalnya perempuan

mengalami menstruasi yang teratur setiap bulannya. Menstruasi ini merupakan siklus reproduksi alamiah yang memungkinkannya untuk mengandung jabang bayi dan melahirkan anak. Hormon-hormon perempuan mempunyai cara bekerja yang berbeda dibandingkan laki-laki sehingga setelah melahirkan, perempuan dilengkapi dengan organ-organ tubuh penting yang memungkinkan seorang bayi untuk mendapatkan makanan melalui air susu ibunya. Keadaan tersebut berbeda dengan laki-laki. Mereka memiliki struktur badan yang lebih kuat dan besar namun tidak memiliki kemampuan untuk reproduksi seperti perempuan.

Sementara mengenai konsep jender, Unger (dalam Lips,2003:6) menyatakan pendapatnya, *Gender is term used to encompass the social expectations associated with femininity and masculinity*. Menurutnya konsep jender berkenaan dengan harapan-harapan sosial terhadap sifat yang sepantasnya melekat pada perempuan/feminin dan laki-laki/maskulin. Harapan-harapan ini dapat saja berbeda-beda, tergantung kesepakatan atau konvensi bersama yang diberlakukan dalam sistem budaya. Oleh karena itu bisa saja setiap budaya mempunyai tata nilai, norma atau aturan yang berbeda untuk mengatur harapan-harapan bentuk tindakan sosial yang dilakukan keduanya, baik laki-laki maupun perempuan dalam masyarakat.

Berkenaan dengan pemahaman ini, Lips (2003; 6) menjelaskan :

Finding that cultures also differ from one another in their rules and expectations for femininity (and for masculinity) is good clue that gender is "socially constructed." In other words each society, makes up its own set of rules to define what it means to be a woman or a man, and people construct gender through their interactions by behaving in "appropriate" ways. Another clue that gender is socially constructed is the way rules tend to change arbitrarily over time, even within a given culture.

Konsep jender yang dibentuk dan dipahami secara berbeda oleh masing-masing norma budaya masyarakat merupakan petunjuk atau indikasi ke arah pemahaman bahwa konsep ini dikonstruksi secara sosial.

Jender disosialisasikan dalam kehidupan sebagai sesuatu yang diterima dan dipahami sebagai pedoman atau panduan untuk melakukan tindakan-tindakan sosial yang seharusnya dilaksanakan oleh laki-laki maupun perempuan. Akan tetapi makna jender ini bukan berarti melekat pada objeknya. Makna jender ini dimaknai secara arbitrer dan sangat mungkin berubah-ubah seiring dengan perjalanan waktu. Perkembangan peradaban sejarah budaya manusia yang menentukan perubahan-perubahan makna jender.

Pengertian senada juga diungkapkan dalam kutipan penjelasan Mansour (2004:9) berikut ini:

Sejarah perbedaan *gender* (*gender differences*) antara manusia jenis laki-laki dan perempuan terjadi melalui proses yang sangat panjang. Oleh karena itu terbentuknya perbedaan-perbedaan *gender* dikarenakan oleh banyak hal, diantaranya dibentuk, disosialisasikan, diperkuat, bahkan dikonstruksi secara sosial atau kultural, melalui ajaran keagamaan maupun negara.

Konstruksi sosial yang ditransmisikan secara turun temurun dari generasi ke generasi melalui lembaga-lembaga sosial yang ada di masyarakat membuat perbedaan antara perempuan dan laki-laki dipahami seolah-olah bersifat biologis (seks/jenis kelamin) dan tidak bisa diubah lagi. Padahal sepanjang sifat-sifat yang melekat pada perempuan dan laki-laki itu dapat dipertukarkan, maka itu bukanlah suatu kodrat Tuhan.

Pandangan Berger dan Luckman dapat membantu menjelaskan proses konstruksi sosial ini. Manusia dan dunia sosialnya berinteraksi satu sama lain

dalam hubungan timbal balik dengan lingkungannya. Hubungan interaksi ini dinyatakan sebagai dialektika antara diri (the self) dengan dunia sosio kultural. Dialektika ini berlangsung dalam suatu proses yang simultan antara eksternalisasi (penyesuaian diri dengan dunia sosio kultural sebagai produk manusia), objektivasi (interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi), dan internalisasi (individu mengidentifikasi diri dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya). Melalui proses ini kenyataan atau realitas itu dibangun secara sosial.

Mengacu pada penjelasan proses konstruksi sosial seperti yang dijelaskan oleh Berger dan Luckman ini, ketimpangan jender yang dirasakan oleh perempuan, yang umumnya bersifat patriarkhi atau mengutamakan laki-laki, merupakan suatu produk konstruksi budaya. Meskipun demikian, keberadaan perempuan dalam konstruksi sosial budaya patriarkhi ini pada kenyataannya bukanlah satu-satunya realitas bagi dunia perempuan karena terdapat realitas dunia-dunia sosial lain bersama manusia lain seperti kelas sosial, ras dan lain sebagainya.

Keadaan ini menunjukkan bahwa apa yang dihadapi oleh seorang perempuan belum tentu hanya dipengaruhi oleh kotak permasalahan ketimpangan jender. Banyak realitas sosial lain yang mungkin mempengaruhinya. Konstruksi realitas-realitas sosial inilah yang perlu dianalisis dan dikritisi lebih jauh karena pengaruhnya berpotensi membawa ketidakadilan dalam relasi antara manusia.

2.1.5.1 Stereotype

Stereotype menurut Tubbs adalah, “Generalisasi mengenai kelompok manusia, objek, atau peristiwa, yang dianut oleh suatu budaya tertentu.” (1996:56) Pendapat ini mengisyaratkan bahwa stereotype merupakan produk budaya manusia.

Produk budaya ini dipertahankan, dikembangkan atau diubah oleh suatu kelompok sosial budaya tertentu secara bersama-sama. Permasalahan jender merupakan salah satu diantaranya yang juga merupakan produk atau hasil konstruksi sosial. Peran yang diharapkan atau sifat, sikap dan perilaku yang dianggap merupakan ciri khas perempuan atau laki-laki merupakan hasil “belajar sosial” atau bentukan manusia dari lingkungan sekitarnya secara bersama-sama.

Peran yang dikonstruksi oleh budaya terhadap laki-laki dan perempuan disebut sebagai sifat feminin dan maskulin. Sifat feminin melekat pada perempuan. Perempuan seringkali disosialisasikan mempunyai peran sebagai istri atau ibu. Sayangnya, peran perempuan ini mendapatkan label yang kurang bagus, seperti peran tambahan. Maconis seperti dikutip oleh Pradewi (2003:1-19) menjabarkan pandangan-pandangan umum stereotype perempuan ini terhadap dua jenis kelamin tersebut dalam tabel 2.1 berikut ini :

Tabel 2.1
Stereotype Feminin dan Maskulin

SIFAT-SIFAT FEMININ		SIFAT-SIFAT MASKULIN	
<ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Submissive</i> ○ <i>Dependent</i> ○ <i>Unintelligent and Incapable</i> ○ <i>Emotional</i> ○ <i>Receptive</i> ○ <i>Intuitive</i> ○ <i>Timid</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Content</i> ○ <i>Passive</i> ○ <i>Cooperative</i> ○ <i>Sensitive</i> ○ <i>Sex Object</i> ○ <i>Attractive because of Physical Appearance</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Dominant</i> ○ <i>Independent</i> ○ <i>Intelligent and Competent</i> ○ <i>Rational</i> ○ <i>Assertive</i> ○ <i>Analytical</i> ○ <i>Strong</i> ○ <i>Brave</i> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ <i>Ambitious</i> ○ <i>Active</i> ○ <i>Competitive</i> ○ <i>Insensitive</i> ○ <i>Sexually Aggressive</i> ○ <i>Attractive because of Achievement</i>

Terkait dengan kondisi biologis perempuan dan laki-laki ini, budaya patriarki menempatkan perempuan pada wilayah-wilayah domestik, dimiliki dan dikuasai oleh laki-laki. Perempuan erat dengan masalah reproduksi dan pekerjaan rumah tangga namun tidaklah demikian bagi laki-laki. Alasan inilah yang seringkali membuat perempuan dianggap tidak kompeten kecuali hanya untuk tugas-tugas yang berkenaan dengan rumah tangga.

Perempuan selalu digambarkan sebagai makhluk yang lemah akal, emosional, mudah menangis, jutek, lebih banyak bicara, lemah, pasif, bersifat dekoratif karena kecantikan dan kemolekan tubuh yang dimilikinya. Stereotipe ini jelas tidak menguntungkan bagi perempuan karena mempengaruhi pandangan perempuan terhadap dirinya sendiri maupun terhadap laki-laki. Sementara itu sifat maskulin yang melekat pada laki-laki umumnya berkenaan dengan ketegasan, mandiri, kuat, rasional atau logis, tegas, tegas dalam mengambil keputusan, sehingga ia mendapat tugas untuk mencari nafkah pada wilayah publik.

Sejalan dengan perkembangan peradaban manusia stereotipe ini pun tidak bersifat mutlak dan akan selalu mengalami perubahan. Ia merupakan produk budaya manusia. Suatu sifat stereotipe dapat diterima sepanjang masyarakat yang mengkonstruksi menerima dan mengakuinya. Penelitian yang dipimpin oleh Yanti B Sugarda¹ menemukan perubahan stereotipe ini. Perempuan tradisional digambarkannya bercirikan mempunyai sikap tunduk, menurut, meladeni, berperasaan halus, lemah fisik, emosional, temperamen, menekankan pada daya tarik fisik, kurang menggunakan logika, tidak tahu menahu soal dunia politik dan

¹ Managing Director Polling Center Marketing & Social Research dalam diskusi “Peranan Perempuan dalam Mendukung Kebangkitan Kembali Ekonomi Indonesia”, Jakarta, April 2003

ekonomi, dan tergantung pada laki-laki. Saat ini stereotipe tersebut mulai mengalami perubahan ke arah perempuan yang mandiri. Kini stereotipe perempuan bercirikan pada adanya kemauan, mempunyai tujuan, memiliki inisiatif atau tidak menunggu instruksi, dan memiliki kebebasan berpikir.

2.1.5.2 Arus Gerakan Kebangkitan Perempuan

Istilah perspektif merujuk pada cara pandang yang meletakkan perempuan sebagai titik berangkat atau subjek bahasan. Sementara istilah feminisme lebih merujuk kepada sifat-sifat yang dianggap melekat pada perempuan. Dengan demikian perspektif feminis dapat berarti meletakkan subjek perempuan sebagai titik perhatian dan kepedulian terhadap apa yang dialami oleh perempuan.

Pada awalnya isu perempuan muncul ke permukaan secara sporadis dan nyaris tenggelam ditelan peradaban patriarki, namun kemudian menjadi mengemuka hingga saat ini seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan yang mampu mengembangkan wawasan kehidupan dan memotivasi manusia untuk semakin memperbaiki kehidupannya menjadi lebih baik. Gagasan gerakan kesadaran perempuan untuk memperbaiki perannya ini dijelaskan Lina Hamadeh-Banerjee dan Paul Oquist (2003) terjadi sejak dua tahun sebelum revolusi Perancis tahun 1789. Pada saat itu perempuan dapat dipilih untuk menempati posisi dalam lembaga-lembaga pemerintah.

Mengenai awal gerakan kesadaran perempuan di daratan Amerika, Djajaneegara pun (2003) menjelaskan bahwa pergerakan feminisme di Amerika yang pertama sekali adalah sebagai reaksi dari Deklarasi Amerika pada tahun

1776 yang menyatakan *all men are created equal*. Pernyataan ini seolah mendiskreditkan perempuan. Konvensi Seneca Fall pada tahun 1848 dianggap sebagai awal timbulnya gerakan perempuan secara terorganisasi yang memperjuangkan versi lain dari Deklarasi Amerika ini menjadi *all men and women are created equal*.

Pada konvensi ini disebutlah tokoh-tokoh pelopor seperti Elizabeth Cady Stanton, Lucretia Mott, Susan B. Anthony dan sebagainya. Sejak konvensi ini, timbullah gerakan-gerakan feminisme yang pada intinya bermaksud untuk memerangi ketidakadilan yang dialami perempuan dalam masyarakat. Pesan-pesan yang mereka lancarkan berorientasi pada hak-hak perempuan yang selama ini terabaikan oleh masyarakat pada umumnya. Gagasan kesadaran feminis ini berharap pada pencerahan peran perempuan dalam peradaban manusia. Perempuan, yang dianggap sebagai makhluk yang hina, tidak membawa keberuntungan bahkan sebagai pembawa bencana, hendaknya diubah.

Gerakan feminisme ini dilakukan setahap demi setahap sejalan dengan perkembangan sejarah ilmu pengetahuan manusia. Perempuan semakin menyadari jati dirinya sebagai manusia. Perempuan yang semula tidak memiliki suara dan ruang gerak yang terbatas hanya sekitar rumah dan gereja, menjadi berubah seperti sekarang ini. Perkembangan peradaban manusia telah menggeser rasionalitas pemikiran manusia dari waktu ke waktu. Pemikiran dan pertimbangan perempuan pun mengalami perubahan, seiring dengan pemaknaan realitas dunia yang dipahaminya.

Walaupun gerakan feminisme tersebut menekankan pada sudut pandang yang berbeda-beda, namun kesemuanya itu memiliki tujuan akhir yang sama yaitu untuk menciptakan kehidupan yang lebih baik bagi perempuan dalam peradaban manusia di dunia. Rosemarie Tong dalam bukunya *Feminist Thought* (1998) menjelaskan gerakan perjuangan feminisme tersebut ke dalam beberapa aliran seperti dirangkum dalam uraian berikut ini ;

1. Feminisme Liberal

Gerakan ini dipengaruhi oleh pemikiran struktural fungsionalis seperti Robert K. Merton dan Talcott Parsons. Menurut aliran ini, masalah yang dihadapi perempuan disebabkan karena persoalan struktur dan sistem pemisahan antara wilayah domestik dan publik yang tidak kondusif. Mereka memperjuangkan perubahan atau pembaharuan yang membuka kesempatan kepada perempuan untuk dapat turut berpartisipasi dalam berbagai bidang setara dengan laki-laki. Perempuan harus bangkit dan mampu mengembangkan kemampuan yang dimilikinya untuk mengangkat keterpurukan mereka dalam sistem masyarakat.

2. Feminisme Radikal

Dalam sejarahnya, gerakan feminisme ini muncul sebagai reaksi diskriminasi sosial jenis kelamin di Barat pada tahun 1960-an. Mereka berpendapat bahwa sumber penindasan perempuan adalah sistem patriarki yang menempatkan laki-laki-laki pada posisi dominan pemegang kekuasaan dan kekuatan ekonomi.

3. Feminisme Marxis

Gerakan feminisme ini tidak menganggap ideologi patriarki sebagai penyebab ketidakadilan. Mereka mengkritik sistem kapitalis yang membuat posisi perempuan tertindas. Hubungan suami dan istri tidak berbeda dengan hubungan antara kelas proletar dan borjuis. Laki-laki menguasai produksi dan perdagangan, yang berarti menguasai perekonomian dan hubungan sosial politik yang menyertainya. Gerakan ini berharap dapat menghapus penindasan kapitalis atas perempuan dengan menggiring mereka untuk menguasai sektor ekonomi dan menghasilkan uang sehingga tercipta hubungan sosial yang setara.

4. Feminisme Sosialis

Gerakan ini merupakan merupakan sintesis dari Feminis Marxis dan Feminis Radikal. Dengan slogan *personal is political*, mereka memfokuskan diri pada kesadaran perempuan akan penindasan sistem patriarki dan kapitalis ekonomi dengan membangkitkan rasa emosi agar bangkit untuk mengubah keadaan perempuan dengan mengadakan konflik langsung dengan laki-laki.

5. Feminisme Psikoanalisis dan Gender

Feminisme Psikoanalisis memandang permasalahan yang dialami perempuan ini berdasarkan pengalaman psikologis perempuan itu sendiri. Ketidakadilan dan ketidaksetaraan gender ini berawal dari rangkaian pengalaman masa lalu yang berdampak pada cara pandang mereka memandang dirinya dan cara masyarakat memandang maskulinitas lebih baik daripada femininitas. Mereka menyerukan untuk menuju masyarakat androgini, dimana manusia seutuhnya memiliki campuran sifat-sifat positif maskulin dan feminin. Sementara

feminis jender berpendapat bahwa masalah perempuan ini ada kaitannya antara perbedaan biologis dan perbedaan psikologis serta pengaruh budaya. Karena itu, untuk menciptakan keadilan, aliran ini menyerukan perempuan untuk berpegang teguh pada kefemininannya sementara laki-laki perlu mengimbangnya dengan melepaskan atau mengurangi bentuk ekstrim maskulinnya.

6. Feminisme Eksistensialis

Feminisme eksistensialis melihat ketidakadilan yang dialami perempuan ini disebabkan karena laki-laki memandang mereka sebagai ancaman bagi keberadaannya. Untuk itu bila ingin terbebas dari belenggu ketidakadilan, setiap perempuan harus memperjuangkan eksistensinya dan menggariskan nasibnya sendiri serta membebaskan diri dari belenggu yang menghambat kemajuan mereka.

7. Feminisme Posmodernisme

Aliran ini memandang curiga pada setiap pemikiran feminis dan memanfaatkan pemahaman pandangan eksistensialis yang kemudian menafsirkan kondisi perempuan sebagai sesuatu yang harus ditransendensi. Mereka menekankan pada ketidaksadaran perempuan selama ini dalam menginternalisasi tatanan simbolik yang mengatur masyarakat termasuk peran jender. Untuk itu perempuan perlu merefleksikan diri dengan mengambil jarak dan mengkritisi norma, nilai dan implementasi yang dipaksakan oleh budaya patriarkhi.

8. Feminisme Multikultural dan Global

Feminisme ini menggagas “kesatuan” perempuan di seluruh dunia dengan segala keragaman budaya yang ada. Apa yang bersifat pribadi dalam wilayah

domestik mempengaruhi relasi antara perempuan dan laki-laki dalam tatanan sosial yang lebih luas. Begitu pun apa yang terjadi pada perempuan pada suatu wilayah di dunia ini seringkali disebabkan atau memiliki relevansi dengan apa yang terjadi di bagian dunia lain. Mereka berusaha untuk membangun aliansi perempuan sedunia untuk mengembangkan pemikiran feminis.

9. Ecofeminisme

Aliran ini berusaha untuk menunjukkan hubungan antara perempuan sebagai manusia dengan alam dalam isu ekologi. Mereka menyerukan untuk kembali menyeimbangkan antara manusia dengan alam untuk memecahkan masalah perempuan. Dalam pandangan aliran ini, perempuan mempunyai hubungan lebih dekat dengan alam tetapi justru dianggap remeh oleh superioritas laki-laki dan budaya. Mereka beranggapan nilai-nilai budaya perempuan dan alam dapat mendorong hubungan sosial yang lebih baik.

10. Teologi Feminisme

Gerakan ini beranggapan tradisi beragama di Barat telah mengecilkan peran perempuan, padahal baik laki-laki dan perempuan sama-sama mengalami pengalaman spiritual meskipun dengan cara yang berbeda-beda. Stuckey² menjelaskan bahwa gerakan feminis ini berusaha merevisi, merenovasi, merevolusi dan menolak pandangan-pandangan atau interpretasi agama yang meminggirkan peranan perempuan.

² Johanna H. Stuckey .*Women and Religion : Female Spirituality, Feminist Theology, and Feminist Goddess Worship*, dalam Nancy Mandel (editor).2001 *Feminist Issues*. 3rd Edition. Toronto : Prentice Hall h.280

Sementara itu posfeminisme merupakan, "Studi tentang perempuan yang mempersoalkan adanya "perbedaan" dalam perempuan sendiri yang berkembang tahun 1980-1990an." (Gadis,2006 :115). Aliran ini mulai dibahas pada sekitar tahun 1980an dan 1990an sebagai reaksi dari kemajuan perempuan yang dianggap telah mencapai kesetaraan sehingga bentuk-bentuk protes keras cenderung tidak terlalu diperlukan lagi.

Pemikiran posfeminisme yang masih tergolong baru ini mengundang banyak perdebatan karena dianggap melampaui kesadaran feminisme. Ia seolah memberikan "warna suara lain" bagi perempuan dalam upaya mengkritisi kondisi perempuan untuk memperbaiki kehidupannya.

Studi posfeminisme memandang laki-laki dan perempuan memang berbeda adanya. Studi ini berusaha menelaah gambaran perempuan lebih lanjut, yang dipandang tidaklah hanya berhadapan dengan persoalan "satu definisi" jender dalam permasalahan masyarakat patriarkhi, seperti apa yang telah diperjuangkan oleh kaum feminis sebelumnya. Menurut studi, ini makna feminitas tidak mungkin bersifat universal atau diseragamkan karena kehidupan manusia merupakan hal yang kompleks.

Pada kenyataannya, perempuan juga berada dalam kondisi sebaran struktur realitas yang beragam yang berbentuk pengelompokan kelas sosial, pengelompokan rasial, dan etnis, subkultur, agama dan sebagainya. Ini berarti bahwa meski sama-sama berhadapan dengan masalah ketimpangan jender dalam budaya patriarkhi, sebenarnya setiap perempuan akan merasakan pengalaman

sosial dan kesadaran personal yang berbeda karena mengalami tatanan kehidupan yang berbeda pula.

Hooks seperti dikutip oleh Brooks dalam bukunya *Posfeminisme* (1997:24) menegaskan bahwa, “Identitas ras dan kelas menciptakan perbedaan dalam kualitas hidup, status sosial dan gaya hidup yang harus diutamakan di atas pengalaman bersama perempuan pada umumnya – perbedaan-perbedaan yang jarang ditransendensikan.” Pernyataan ini memberikan indikasi bahwa perbedaan struktur sosial seringkali luput dari perhatian padahal peranannya menentukan bentuk kehidupan seseorang.

Harding and Wood merupakan salah satu pencetus pendapat yang mengatakan bahwa tidak semua perempuan mempunyai sudut pandang yang sama. Griffin (2000:451) mengutip mengenai pendapat Harding ini, *Beside issue of gender, Harding stresses economic condition, race, an sexuality as additional cultural identities that can either draw people to the center of society or push them out to the fringes.* Selain isu ketimpangan jender, perempuan juga berhadapan dengan kondisi ekonomi, ras dan identitas budaya lainnya yang dapat membuatnya memiliki hak-hak istimewa atau bisa juga meminggirkannya dari dalam masyarakat. Jadi untuk memperbaiki kehidupan perempuan, ada baiknya bila ditinjau dari berbagai aspek termasuk dari sisi transendensi kehidupan sosialnya yang bersifat sosio historis.

Paparan yang telah diuraikan tadi menggambarkan bahwa berbagai upaya telah banyak dilakukan untuk menempatkan perempuan sebagai salah satu aspek yang perlu diperhitungkan dalam kehidupan masyarakat. Salah satunya

diimplikasikan dalam gerakan *Women in Development* yang merupakan hasil kesepakatan Konferensi Perempuan Sedunia Pertama di Mexico City pada tahun 1975 yang berusaha menempatkan perempuan dalam program-program pembangunan. Implementasi dari kebijakan ini di Indonesia ditunjukkan dengan melibatkan perempuan dalam program Keluarga Berencana, PKK, peningkatan Kesehatan Ibu dan Anak dan sebagainya.

Sayangnya gerakan *Women in Development* ini kemudian dianggap tidak memberikan perubahan berarti bagi perempuan. Gerakan *Women in Development* dianggap lemah karena pada akhirnya perempuan kurang menikmati keberhasilan pembangunan ini. Sebagai contoh dalam kampanye program Keluarga Berencana, lebih banyak perempuan sebagai pemakai alat kontrasepsi dibandingkan laki-laki sehingga efek samping yang diakibatkan alat tersebut juga lebih banyak ditanggung oleh perempuan.

Upaya memperbaiki kehidupan perempuan kemudian diubah menjadi pendekatan gerakan *Gender and Development* dengan lebih menekankan pada integritas perbedaan jender dalam pembangunan. Arivia dalam epilognya dalam buku *Menggalang Perubahan* (2004; 161) menegaskan bahwa, “Satu hal yang paling penting adalah mengubah persepsi bahwa tidak lagi perempuan membutuhkan pembangunan tetapi pembangunanlah yang mensyaratkan adanya keterlibatan perempuan.” Gerakan ini menekankan bahwa kontribusi perempuan dan laki-laki dalam pembangunan adalah sama sesuai kebutuhan masing-masing yang berbeda-beda sehingga tidak mungkin disamaratakan.

Jender disosialisasikan dalam kehidupan sebagai sesuatu yang diterima dan dipahami sebagai pedoman atau panduan untuk melakukan tindakan-tindakan sosial yang seharusnya dilaksanakan oleh seorang perempuan. Konsep jender ini melatarbelakangi kehidupan seorang perempuan. Berdasarkan pemahaman fenomenologi, interaksi simbolik dan konstruksi sosial, dapat dipahami bahwa sosio historis kehidupan yang dimaknai perempuan pengusaha akan membentuk konsep dirinya dan tindakan sosial kepemimpinannya. Perspektif jender ini membantu peneliti di dalam memahami realitas konstruksi sosial yang melatarbelakangi kehidupan perempuan pengusaha, yang tentunya mendasari bagaimana ia memimpin memberdayakan perempuan pekerjanya.

2.2.1.7 Peranan Agama Dalam Kehidupan Manusia

Berbicara tentang manusia dan masyarakat akan menjadi kurang lengkap bila tidak membahas tentang peranan agama di dalamnya. Agama sangat memegang peranan penting dalam kehidupan setiap manusia. Agama memberikan pengalaman yang subjektif bagi tiap-tiap manusia.

Agama tidak berdiri sendiri. Manusialah yang berinspirasi pada agama yang dianutnya. Pada fitrahnya, manusia akan selalu berhadapan dengan permasalahan memberi makna atau arti dari apa yang ada di belakang semua kejadian atau pengalaman yang dialami. Memberi makna pada sesuatu itu tidaklah sederhana. Manusia dengan kemampuan daya pikirnya akan berusaha untuk mencari jawaban atas semua yang pertanyaan-pertanyaan yang menerpa sebagai hasil dari interaksinya dengan alam dan manusia di sekitarnya.

Sayangnya, kemampuan indera dan akal pikir serta budi manusia itu terbatas. Seringkali manusia berada pada kebingungan untuk mencari jawaban dan makna tersebut. Hamilton (2001:55) menyebutkan bahwa *Religius were not the product of reasoning from observations of the experiences of dreams or of inferences about the connections between things but were derived from emotional or affective state of mind*. Penegasan ini mengarahkan bahwa apa yang dimaksud dengan agama itu sulit untuk dijelaskan secara rasional. Agama bukanlah hasil observasi alam nyata. Agama juga bukan hasil bentukan pengalaman alam mimpi atau yang tidak nyata. Agama lebih berkenaan dengan perasaan atau emosi yang dirasakan manusia.

Dalam pandangan Sosiologi, agama tidak dilihat dari sudut materinya tetapi lebih kepada fungsinya. Substansi agama merupakan suatu institusi yang menjadi wadah akhir manusia ketika mencari makna yang tak terjawab. Penjelasan Hendropuspito (1994: 70) pun dapat membantu memahaminya ;

Jasa terbesar agama ialah mengarahkan perhatian umat manusia kepada masalah mahapenting yang selalu menggoda, yaitu masalah “arti dan makna” (the problem of meaning). Manusia membutuhkan bukan saja pengaturan emosi, tetapi juga kepastian kognitif tentang perkara-perkara yang tidak dapat dielakkan dari pikirannya; kesusilaan, disiplin, penderitaan, kematian, nasib terakhir. Terhadap persoalan tersebut agama menunjukkan *jalan* dan *arah* ke mana manusia dapat mencari jawabannya.

Agama berfungsi sebagai suatu institusi yang memiliki daya guna dan memberikan pengaruh terhadap kehidupan manusia. Pengalaman-pengalaman manusia begitu luas, mulai dari yang terjangkau dengan inderawi manusia hingga yang bersifat supra natural yaitu ketika ia berhadapan dengan ketidakpastian dan

ketidakmampuan. Agama membantu manusia untuk menemukan jalan untuk kesadaran diri mencapai kehidupan yang lebih baik.

Agama sangat memegang peranan penting dalam kehidupan manusia dan masyarakat. Agama bahkan seringkali menyatu dengan budaya masyarakat sehingga diantaranya keduanya seringkali bercampur baur dan sulit untuk dipisahkan. Hendropuspito pun menegaskan ;

Para ahli kebudayaan yang telah mengadakan pengamatan mengenai aneka kebudayaan berbagai bangsa sampai pada kesimpulan, bahwa agama merupakan unsur inti yang paling mendasar dari kebudayaan manusia. Agama menjadi inisiator ataupun promotor, tetapi juga sebagai penentang yang gigih, sesuai letak dan kedudukan agama. Agama dapat terletak pada jantung kebudayaan tetapi dapat juga pada pinggirannya (1994: 75)

Dijelaskannya kemudian bahwa masyarakat akan selalu berhadapan dan mengalami perubahan. Agama menjadi kekuatan pengubah yang terkuat dalam perubahan tersebut di setiap kebudayaan.

2.2.1.8 Tradisi Kritis dalam Perspektif Konstruksi Sosial

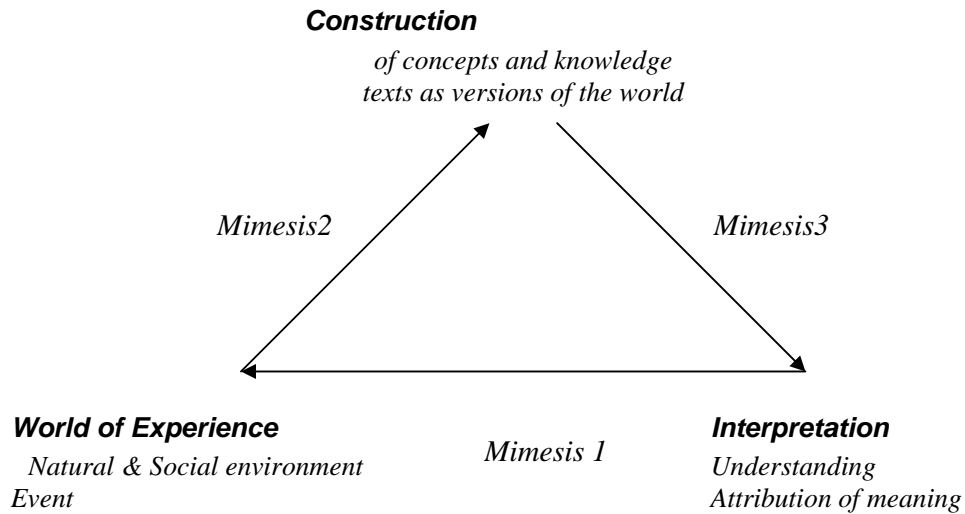
Berdasarkan gagasan konstruksi sosial Berger dan Luckman, dapatlah kita pahami bahwa manusia melakukan upaya-upaya atau tindakan sosial yang bersifat sosio historis dalam berbagai bentuk simbol dengan maksud untuk menghasilkan bentuk sosialnya sendiri. Ini berarti bahwa manusia akan selalu melakukan upaya untuk mempengaruhi dan menguasai manusia lainnya, untuk memelihara, memodifikasi ataupun membentuk ulang hasil interaksinya untuk mencapai konstruksi atau bentukan yang diharapkannya. Upaya-upaya ini diwujudkan dalam berbagai bentuk produksi sosial hasil konstruksinya yang pada akhirnya

mengarahkan pada asumsi pemahaman kritis. Asumsi ini ditegaskan oleh Flick (2004:93), *Constructivist assumptions also become relevant for the critical analysis of procedure and methodological requirement*. Pemahaman atau asumsi-asumsi tradisi konstruktivis akan sangat membantu untuk mengkritisi dan menjelaskan tidak hanya bagaimana suatu konstruksi sosial terbentuk, akan tetapi juga berkenaan dengan pemahaman bagaimana kekuasaan itu terbentuk.

Proses konstruksi sosial ini melibatkan penggunaan, pemahaman, dan penginterpretasian simbol dalam kehidupan sehari-hari. Manusia mempersepsi secara aktif pengalaman-pengalaman sehari-harinya. Kemudian manusia mengorganisasikan pengalaman-pengalaman tersebut membentuk *common sense* atau pemahaman bersama, dan mengkonstruksi dunia sosialnya sedemikian rupa. Proses ini dijelaskan Flick (2004; 91&94) dengan meminjam konsep *mimesis* yang digagas oleh Aristoteles,

Mimesis concerned with the representation of worlds - and in Aristotle this originally meant natural worlds - in symbolic words...Mimetic processes can be then be understood as a principle of the representation in everyday language of modes of action, events and situations, 'brought' by the latter into a communicable and intelligible version - for the subject and for the others

Selanjutnya Flick menegaskan bahwa proses *mimesis* ini dapat muncul dalam berbagai bentuk atau versi yang dapat dimengerti dan diinterpretasikan melalui penelitian kualitatif. Ricouer (dalam Flick, 2004: 91-93) pun menguraikan proses ini dalam 3 rangkaian tahap yang dapat dilihat pada gambar 2.2 berikut ini ;



Gambar 2.2 Proses *Mimesis*

Mimesis 1 adalah proses *pre-understanding* atau tahap pra-pemahaman tentang tindakan manusia yang berbentuk simbol-simbol dan bersifat temporer. Pada tahap ini manusia berhadapan atau bersinggungan dengan tindakan-tindakan manusia ini sebagai bagian dari pengalaman-pengalaman kesehariannya.

Pada tahap berikutnya, proses *mimesis 2*, manusia mentransformasikan pengalaman-pengalaman dunia sosialnya ini – yang dapat berupa konsep, cerita-cerita ataupun pengetahuan – ke dalam bentuk tekstual. Atau dengan kata lain manusia mengkonstruksi dan memproduksi teks untuk tujuan-tujuan atau harapan-harapan tertentu. Proses transformasi pemahaman manusia terhadap bentuk-bentuk tekstual produksi manusia ini merupakan proses *mimesis 3*. Proses ini dapat terlihat dalam bentuk pemahaman manusia sehari-hari seperti terhadap narasi, dokumen, buku, ataupun surat kabar.

Proses *mimesis* ini menjelaskan bahwa manusia tidak hanya memaknani dunia sosial saja, tetapi juga melakukan upaya-upaya untuk dunia yang dihuninya itu. Manusia memiliki kemampuan untuk melakukan dan mengupayakan agar dalam dunia sosialnya itu memenuhi harapan-harapannya. Tindakan yang demikian ini merupakan upaya manusia untuk mempengaruhi manusia lainnya sebagai bentuk dari kekuasaannya.

2.2.2 Komunikasi Organisasi dalam Tradisi Sosial Budaya

Tradisi sosial budaya berfokuskan pada makna dan interpretasi yang dikonstruksi bersama dalam jaringan organisasi. Pemahaman ini mengisyaratkan bahwa suatu organisasi memiliki cara-cara tertentu dalam mempertahankan kelangsungan keberadaannya berdasarkan ciri-ciri khusus atau keunikan yang dimilikinya.

Kaum subjektivis melihat organisasi sebagai suatu perilaku pengorganisasian. Taylor seperti dikutip oleh Littlejohn (2005:250) memberikan pengertiannya dalam tradisi ini bahwa, *Organizing is a circular process, with interaction and interpretation affecting one another*. Definisi lain yang senada juga diungkapkan Pace (1993:33), “Interaksi yang terjadi di dalam wadah organisasi tersebut menghadirkan pertukaran makna.” Komunikasi yang menyertai proses interaksi pertukaran makna ini tidak saja menentukan tindakan yang dilakukan tetapi juga menimbulkan respon dari tindakan ini.

Berdasarkan pemahaman organisasi kedua ahli tersebut, terlihat bahwa para pelaku komunikasi saling menegosiasikan makna organisasi mereka satu

sama lain. Mereka pun saling berkreasi dan bereaksi atau melakukan tindakan atas pemahaman makna tersebut. Kehidupan organisasi ditentukan oleh proses interaksi para pelaku yang berada didalamnya. Komunikasi menjadi suatu proses pertukaran yang penting di dalam membangun, membentuk dan mempertahankan kelangsungan organisasi bersama.

2.2.2.1 Komunikasi dan Kekuasaan dalam Organisasi

Bila memahami konsep komunikasi secara sederhana, proses tersebut mencakup transmisi pesan untuk memperoleh hasil tertentu. Carey (dalam Pace,1993: 257) mengingatkan bahwa, "Definisi komunikasi menitikberatkan gagasan pengiriman, penyebaran, dan pemberian informasi kepada orang lain untuk tujuan pengendalian." Sejalan dengan penjelasan tersebut dikemukakan lebih jauh oleh Pearce (dalam Pace 1993:258) bahwa, "Komunikasi dipandang sebagai suatu instrumen yang dipakai manusia untuk mencapai maksud-maksud tertentu, seperti memberi instruksi, membujuk, atau memperoleh kekuasaan." Pendapat ini cukup menjelaskan bahwa komunikasi dapat digunakan sebagai sarana untuk memperoleh kekuasaan melalui suatu proses berpikir dalam realitas simbolik untuk mengkonstruksi dunia bermakna.

Ketika berinteraksi, usaha kita untuk mendominasi pembicaraan akan selalu menyertai. Kita berkomunikasi mengikuti model atau gagasan apa yang dipertukarkan. Teks – verbal maupun non verbal- yang digunakan dalam pertukaran itu merepresentasikan secara simbolis apa yang menjadi gagasan. Pergulatan memaknai pertukaran simbol-simbol tersebut menjadi suatu kerajaan kecil antara para pelaku komunikasi. Pihak yang menguasai percakapan dapat

disebut sebagai pihak dominan dan pihak yang menjadi pengikut dapat disebut sebagai subordinat.

Praktik komunikasi yang tidak hanya mempertukarkan simbol bermakna tetapi hingga menyebarkan pengaruh juga terjadi dalam wadah organisasi. Miller (2003:117) dan Staley Deetz (dalam Griffin, 2000:261) menekankan pentingnya akar pemikiran teori-teori kritis untuk mengkaji fenomena komunikasi organisasi. Ia menjelaskan bahwa pemikiran kritis berangkat dari gagasan sistem kapitalis Karl Marx yang kemudian dikembangkan oleh para pemikir *Frankfurt School*.

Lebih lanjut Miller (2003:118) pun menjelaskan tiga pendekatan yang saling berkaitan untuk mempelajari kekuasaan dalam organisasi. Pertama, dengan pendekatan tradisional yang lebih objektif menekankan pada struktur. Kedua, dengan pendekatan simbolis yang memandang kekuasaan itu dikonstruksi secara sosial melalui interaksi. Ketiga, dengan pendekatan kritis yang mengeksplorasi bagaimana ekonomi, sosial dan hubungan komunikatif diproduksi dan dipelihara dalam relasi kekuasaan organisasi.

Suatu organisasi perusahaan sebagai realitas sosial dipandang sebagai produk manusia dan manusia sendiri merupakan produk dari organisasi perusahaan tersebut. Organisasi perusahaan dikonstruksi melalui komunikasi, dipertahankan bersama-sama dengan menggunakan simbol atau lambang bermakna yang dipahami bersama pula. Setiap anggota perusahaan melakukan objektivikasi, eksternalisasi dan menginternalisasi realitas perusahaan yang dimasukinya. Dari sini dapat disimpulkan bahwa organisasi perusahaan diciptakan, dipertahankan dan ditransformasikan melalui proses komunikasi

secara bersama-sama. Individu-individu anggota perusahaan pun bertindak berdasarkan norma dan aturan serta tujuan yang diciptakan bersama tersebut.

Perusahaan merupakan salah satu bentuk organisasi badan usaha kepemilikan bisnis. Sebagai suatu organisasi, perusahaan dikatakan Pace (1993:251) sebagai, “Memiliki sifat berusaha untuk memenuhi beberapa jenjang keteraturan tertentu sehingga dapat bertahan dan mencapai tujuannya.”. Sebuah organisasi perusahaan akan selalu berusaha untuk mengajak dan menggerakkan para anggotanya untuk bertindak dan bertingkah laku menurut suatu keteraturan atau order tertentu yang sesuai dengan yang dimaksud atau harapan dari terbentuknya organisasi perusahaan tersebut. Untuk mewujudkannya tersebut maka diperlukan kekuasaan yang mampu menghimpun setiap anggotanya memelihara keteraturan atau order perusahaan.

Suatu organisasi perusahaan tidaklah statis. Terdapat banyak permasalahan yang timbul ketika mengendalikan bisnis dan menyelaraskan perilaku-perilaku manusia yang terlibat di dalamnya. Perlu adanya upaya untuk memastikan bahwa setiap orang di dalam perusahaan tersebut akan mendukung keberadaannya. Berkaitan dengan permasalahan tersebut maka diperlukan pengorganisasian yang berhubungan erat dengan pengendalian dan kekuasaan. Kepemimpinan dalam suatu organisasi dibutuhkan untuk mengarahkan dan mengendalikan tindakan individu-individu anggota organisasi dan bahkan meningkatkan motivasi mereka sehingga mencapai hasil-hasil yang diharapkan.

Pace pun menjelaskan (1993:257) bahwa, “Mengorganisasikan adalah menciptakan hubungan-hubungan kekuasaan, sifat hubungan ini bergantung pada

komunikasi.” Hubungan kekuasaan itu terjadi pada setiap interaksi antar manusia. Begitu pun dalam suatu perusahaan, yang berarti bahwa sebenarnya setiap anggotanya tidak bertindak bebas. Disadari ataupun tidak, setiap anggota organisasi bertindak dalam tatanan konteks realitas yang dimasukinya, dalam tatanan tarik menarik norma dan nilai, termasuk berbagai kepentingan. Untuk mengatur itu semua agar seiring dan sejalan, diperlukan kekuatan kekuasaan yang mampu mengendalikan dan mengarahkan tindakan atau perilaku setiap anggota organisasi perusahaan melalui komunikasi. Perusahaan disini dapat dipandang sebagai suatu sarana kekuasaan. Manusia mempunyai kekuasaan yang dilakukannya melalui komunikasi, selanjutnya akan menciptakan tindakan-tindakan yang terorganisasi.

Konteks komunikasi organisasi memerlukan mekanisme pelaksanaan kekuasaan untuk mempengaruhi tindakan agar terorganisasi dengan baik sesuai dengan norma-norma, tujuan dan perilaku organisasi yang ditetapkan. Proses komunikasi berkaitan erat dengan pengendalian kekuasaan dalam organisasi. Manusia bertindak berdasarkan pada informasi-informasi yang diperolehnya dari dunia konstruksi yang dibangun dan dipelihara bersama dengan orang-orang lain sekelilingnya. Komunikasi mengendalikan apa dan bagaimana seharusnya para anggota organisasi itu berperilaku berdasarkan persepsi dan penafsiran pribadinya. Jadi dapat dikatakan komunikasi merupakan kekuasaan karena menentukan bagaimana hasil pengetahuan, keyakinan dan tindakan bagi manusia lainnya.

Seorang manusia dikatakan memiliki kekuasaan bila mampu mendefinisikan diri mereka sendiri sesuai dengan keinginannya dan orang-orang

lain di sekitarnya sehingga bersedia menerima serta mendukung definisi yang dibuatnya tersebut. John Frech dan Bertram Raven menyimpulkan (dalam Lips 2003:470) bahwa terdapat 6 dasar kekuasaan sosial yang menentukan bentuk kepemimpinan yaitu, *Reward power, coercive power, legitimate power, referent power, expert power dan information power*. Kekuasaan itu dapat diperoleh melalui hadiah, paksaan, aturan hukum atau kekuatan legitimasi, berdasarkan referensi, berdasarkan kemampuan atau keahlian yang dimiliki, dan dapat juga berdasarkan banyaknya informasi yang dimiliki oleh seseorang.

Jadi jelaslah bahwa ketika berinteraksi, manusia berkomunikasi dengan manusia lain dimana kekuasaan *inherent* di dalamnya untuk memenangkan pergulatan makna. Pada akhirnya negosiasi pergulatan makna ini akan melahirkan tindakan-tindakan subordinate sebagaimana diharapkan oleh yang mendominasi atau yang berkepentingan. Dengan kata lain kekuasaan ini digunakan untuk memastikan tindakan-tindakan yang dilakukan oleh pihak subordinat sesuai dengan yang diharapkan oleh pihak dominan.

2.2.2.2 Komunikasi Kepemimpinan dalam Organisasi

Kepemimpinan akan selalu ada di setiap komunitas masyarakat. Kepemimpinan senantiasa selalu diperlukan pada setiap organisasi yang didirikan bersama. Kepemimpinan diperlukan dalam menentukan tujuan usaha bersama tersebut yang biasanya berada dalam wadah suatu organisasi baik itu formal ataupun non formal, bisnis maupun non bisnis.

Konsep definisi umum kepemimpinan sangat banyak. Meskipun begitu, Stodgill seperti dikutip oleh Ermaya (2006;123) menjelaskan bahwa pada prinsipnya konsep kepemimpinan dapat digolongkan ke dalam 3 bagian yaitu,” 1) kepemimpinan sebagai pusat proses dan gerakan kelompok; 2) kepemimpinan sebagai seni mempengaruhi; dan 3) kepemimpinan sebagai pembeda kekuasaan, diferensiasi peranan dan inisiasi struktur.” Sementara itu Gary Yukl (Yukl,1994:167-175) membedakan antara *position power* dan *personal power* yang menentukan kekuasaan kepemimpinan seseorang sebagai berikut ;

Position power adalah kewenangan formal, kontrol terhadap sumber dan imbalan, kontrol terhadap hukuman, kontrol terhadap informasi dan kontrol ekologis. Sedangkan *personal power* berasal dari keahlian dalam tugas, persahabatan, kesetiaan, kemampuan persuasif dan karismatik dari seorang pemimpin

Menurut Yukl, kekuasaan dapat diperoleh berdasarkan ketentuan formal yang telah ditetapkan organisasi atau berdasarkan kekuatan yang dimiliki oleh pribadi pemimpin tersebut.

Apapun bentuk kekuasaan kepemimpinan tersebut, bila seorang pemimpin tidak mampu berkomunikasi, maka dapat dikatakan ia akan sulit untuk menjalankan tugasnya untuk mencapai tujuan organisasi. Menjadi seorang pemimpin memerlukan keahlian, Cohen (1990:9) menyebut kepemimpinan sebagai, *The art of influencing others to their maximum performance to accomplish any task, objective, or project.* Untuk mencapai tujuan yang diharapkan, seorang pengusaha sebagai pemimpin perusahaan tentunya perlu melakukan rangkaian proses komunikasi berseni untuk memperoleh kekuasaan mengarahkan setiap anggota yang berada dalam perusahaan.

Pace pun menambahkan bahwa tujuan kepemimpinan adalah, “Untuk membantu orang untuk menegakkan kembali, mempertahankan dan meningkatkan motivasi mereka untuk memperoleh hasil-hasil yang diinginkan.” (Pace,1998:276) Jadi dapat disimpulkan disini bahwa kepemimpinan dapat dilihat dari berbagai segi, namun pada intinya kepemimpinan selalu dimaksudkan untuk “menguasai” setiap individu yang berada di dalam organisasi yang menentukan eksistensi dan pencapaian output atau hasil yang berhasil diperoleh.

Kepemimpinan diwujudkan melalui perilaku atau tindakan komunikatif atau gaya kepemimpinan. McGregor memberikan asumsi panduan untuk menganalisanya berdasarkan sudut pandang teori X dan teori Y. Teori X mengasumsikan bahwa manusia tak ubahnya seperti mesin yang memerlukan pengendalian dari luar. Berbeda dengan teori Y yang mengasumsikan manusia itu sebagai organisme biologis yang tumbuh, berkembang dan melakukan pengendalian terhadap diri mereka sendiri.

Terdapat beberapa definisi kepemimpinan yang berangkat dari pandangan teori-teori Y. Siagian menyatakan pendapatnya sebagai berikut (1991:24) :

Kepemimpinan adalah kemampuan dan ketrampilan seseorang yang menduduki jabatan sebagai pimpinan satuan kerja untuk mempengaruhi perilaku orang lain terutama bawahannya untuk berpikir dan bertindak sedemikian rupa sehingga melakukan perilaku yang positif.

Pemahaman yang kurang lebih sama juga diungkapkan oleh Bennis, *Leadership is the process by which an agent induces a subordinate to behave a desired manner.*

Ada pula yang mendefinisikan sebagai, *Transforming followers, creating visions of the goals that may be attained, and articulating for the followers their ways to*

attain those goals (Bennis, Merton, Hogan, Curphy dalam Hughes, 2002 : 7). Kepemimpinan dapat dianggap sebagai kapabilitas atau kemampuan seseorang untuk melakukan proses mempengaruhi aktivitas tindakan atau perilaku individu atau kelompok sebagai usaha mencapai tujuan. Kepemimpinan juga bisa dilihat sebagai suatu kekuatan hubungan hierarki atau pengendali.

Kemampuan memimpin tidaklah dimiliki begitu saja oleh seseorang. *The traits, motives, and abilities associated with leadership in general* (McKenna 2000:355). Pernyataan ini menegaskan bahwa faktor internal individu menentukan keberhasilan kepemimpinan seseorang. Selanjutnya Hosking dan Morley (dalam McKenna 2000:357) menjelaskan bahwa saat ini tidak hanya melihat faktor kognitif dan afektif saja tetapi juga berkenaan dengan kemampuan lainnya :

A skilful leader is one who can construct and maintain social order, underpinned by systems of power and values. Within this framework, the skilful leader is likely to be very knowledgeable about environment that governs his or her work, and is adept at interpreting information and making decisions in the basis of an analysis of that information.

Menjadi seorang pemimpin menghendaki adanya kemampuan untuk mengkonstruksi dan mempertahankan keteraturan dan ketertiban sosial. Seorang pemimpin hendaknya dapat mengetahui dan memahami lingkungan sekaligus menginterpretasinya.

Kolb juga menambahkan bahwa pengalaman juga memegang peranan penting. Ia menjelaskan gagasannya bahwa, *People learn more from their experiences when they spend time thinking about them. Leadership development is enhanced when the experience involves three different processes: action, observation, and reflection* (dalam Hughes 2002 :49-50). Kepemimpinan

terbentuk seperti *spiral of experience* yang berawal dari bagaimana ia mempersepsi apa yang diinderanya melalui observasi, kemudian merefleksikan persepsinya tersebut sehingga menentukan tindakan yang diambil.

Carl Jung mengembangkan sistem tipe karakter berdasarkan empat fungsi yaitu, “Pikiran, perasaan, penginderaan dan intuisi.” (Pace, 1998:293) Melalui pikiran manusia mencoba memahami dunia dan dirinya, sementara perasaan berfungsi menilai sesuatu yang berkenaan dengan pengalaman senang, sakit, marah, sedih, gembira dan sebagainya. Perabaan merupakan fungsi yang berhubungan dengan persepsi dengan realitas, sedangkan intuisi menyatakan pengetahuan dan pemahaman tentang dunia melalui pengalaman mistis. Pengertian yang tidak jauh berbeda juga dinyatakan Myer-Briggs, yang memberikan indikator tipe kepribadian berdasarkan persepsi dan penilaian. Persepsi dilakukan melalui penginderaan dan intuisi, sedangkan penilaian dilakukan melalui berpikir dan merasakan.

Kepemimpinan tidak mungkin terjadi tanpa komunikasi efektif. Setiap jenis kepemimpinan akan selalu tergantung pada kekuatan komunikasi. Seorang pemimpin menyampaikan visi, inspirasi dan memotivasi bawahannya menuju tujuan harapan yang ditetapkan tidak mungkin terjadi tanpa komunikasi. Daft (2005:342) dalam bukunya *The Leadership Experience* menjelaskan bahwa dari hasil survey yang dilakukan kepada para eksekutif, hampir semua mempertimbangkan komunikasi sebagai *skill* yang harus paling dikuasai.

Lebih lanjut Daft (2005:345) menyebutkan sebagai *leader as communication champion*. Ia menjabarkan sebagai berikut ;

By establishing open communication climate, actively listening to others, learning to discern underlying messages, and applying the practice of dialogue, leaders facilitate and support strategic conversations that help move the organization forward.

Para pemimpin perlu membangun iklim komunikasi terbuka, mendengarkan secara aktif, mampu menangkap apa yang ada dibalik pesan, dan melakukan dialog, memfasilitasi dan melakukan percakapan strategis untuk menggerakkan organisasi lebih baik lagi.

2.2.2.3 Budaya Organisasi

Bila menelaah suatu budaya organisasi itu berarti kita sedang menelaah bagaimana orang-orang yang terlibat di dalamnya mengkonstruksi realitas berdasarkan makna dan nilai bersama. Untuk itu perlu mempelajari bagaimana pandangan individu mengenai pengalaman-pengalaman yang dialaminya, ritual tindakan yang dilakukan, simbol-simbol yang dipertukarkan dan berbagai tipe aktivitas yang dilakukan untuk mempertahankan konsensus kesadaran pemaknaan yang sama.

Budaya organisasi adalah sesuatu yang dibentuk melalui interaksi sehari-hari dalam organisasi, bukan hanya tugas yang harus dilakukan tetapi berkenaan dengan semua bentuk komunikasi. Budaya suatu organisasi mungkin saja berbeda-beda dan bersifat unik tergantung dari bagaimana makna realitas dibentuk bersama.

John Van Maanen dan Stephen Barley (Littlejohn,2005:258) mengetengahkan 4 domain budaya organisasi yaitu konteks ekologi, jaringan interaksi, pemahaman kolektif dan wilayah pribadi atau individu. Dengan

mempelajari keempat wilayah ini, kita akan mengetahui bagaimana budaya yang dianut oleh suatu organisasi. Domain ekologi berkenaan dengan konteks fisik, seperti lokasi, waktu, situasi dan kondisi yang menyertai, termasuk konteks sosial yang melatarbelakangi. Di dalam domain jaringan, kita menelaah macam-macam interaksi yang terjalin di dalam organisasi, bagaimana keterkaitan satu sama lainnya.

Dalam domain pemahaman kolektif tersirat gagasan, nilai, ideology, dan implikasinya, serta domain individu. Individu sendiri adalah unik, pengalaman kesadarannya memaknai realitas merupakan hasil interpretasinya ketika berinteraksi dengan orang lain. Makna ini pada sebaliknya juga akan menentukan tindakan-tindakan yang dilakukan untuk berinteraksi dengan orang lain yang kesemuanya bernaung di bawah pemaknaan atau konsensus bersama

2.2.3 Konseptualisasi Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Pengusaha dan Pemberdayaan Perempuan

Fenomena komunikasi kepemimpinan perempuan pengusaha memberdayakan perempuan pekerja mengindikasikan adanya interaksi, transmisi gagasan ataupun pertukaran simbol-simbol bermakna dalam konsep relasi tarik menarik antara dua kekuatan seperti kuat – lemah dan dominan – minoritas. Unikny permasalahan ini berkenaan dengan posisi pemimpin perempuan yang di satu sisi cenderung termarginalkan secara sosial di masyarakat dan di sisi lain mereka dominan memiliki hak-hak istimewa yang justru berlawanan dengan perjuangan kesetaraan jender.

2.2.3.1 Perempuan sebagai Pengusaha

Mengenai istilah pengusaha sebagai pemilik bisnis perusahaan, Buchari (2005:24-25) mengutip pendapat Schumpeter yang banyak diikuti dan diterima oleh banyak kalangan sebagai berikut :

Seorang *entrepreneur* tidak selalu seorang pedagang (businessman) atau seorang manager; ia (entrepreneur) adalah orang yang unik yang berpembawaan pengambil resiko dan yang memperkenalkan produk-produk inovatif dan teknologi baru ke dalam perekonomian.

Definisi lain yang tidak jauh berbeda juga dikutip Buchari (2005:25) yaitu pendapat dari Hisrich-Peters;

Entrepreneurship is the process of creating something different with value by devoting the necessary time and effort, assuming the accompanying financial, psychic, and social risks, and receiving the resulting rewards of monetary and personal satisfaction and independence.

Aktivitas seorang *entrepreneur* atau pengusaha berkenaan dengan kemandiriannya menghasilkan sesuatu yang unik kreatif dan memperoleh keuntungan secara ekonomi serta kepuasan dari usahanya tersebut.

Ada pula definisi yang menekankan pada kebebasan seperti pernyataan Raymond Kao dan Russel Knight, *An entrepreneur is an independent, growth, oriented owner-operator* (dalam Buchari, 2005: 31-30). Juga pendapat dari Meredith (1996:5) bahwa ;

Para wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis; mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan daripadanya dan mengambil tindakan yang tepat guna memastikan sukses. Para wirausaha adalah individu-individu yang berorientasi pada tindakan dan bermotivasi tinggi yang mengambil risiko dalam mengejar tujuannya.

Dari berbagai pendapat tersebut diatas terlihat perbedaan antara proses inovasi dan penyebarannya. Seorang *entrepreneur* tidak saja menemukan suatu inovasi atau sesuatu yang baru, tetapi juga membangun secara mandiri organisasi bisnis perusahaannya. Ia berani mengambil resiko untuk memperkenalkan dan menyebarkan temuannya tersebut kepada masyarakat untuk menghasilkan laba dan pada akhirnya memperoleh kesuksesan dan kepuasan atas usahanya tersebut. Keadaan ini agak berbeda dengan seorang pedagang yang sifatnya hanya menjualkan tetapi tidak menemukan sesuatu atau inovasi yang baru.

Meredith (1996:5) dalam bukunya kewirausahaan menjabarkan sifat dan ciri seorang pengusaha sebagai berikut ;

Tabel 2.2
Daftar Ciri dan Sifat Wirausaha

Ciri-Ciri	Watak
Percaya diri	Keyakinan Ketergantungan, individualitas Optimisme
Berorientasi tugas dan hasil	Kebutuhan akan prestasi berorientasi laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energik, dan inisiatif
Pengambil risiko	Kemampuan mengambil risiko, suka pada tantangan
Kepemimpinan	Bertingkah laku sebagai pemimpin Dapt bergaul dengan orang lain Menanggapi saran-saran dan kritik
Keorisinilan	Inovatif dan kreatif Fleksibel Punya banyak sumber Serba bisa, mengetahui banyak
Berorientasi ke masa depan	Pandangan ke depan

Dijelaskannya kemudian bahwa tidak ada seorang pengusaha pun yang memiliki ciri ideal seperti itu. Namun kemungkinannya besar mereka mempunyai kecenderungan besar terhadap kesemua ciri tersebut. Berdasarkan penjelasan tadi, jelaslah sudah bahwa untuk menjadi seorang pengusaha, ia tidaklah harus berjenis kelamin laki-laki atau perempuan. Keduanya mempunyai peluang yang sama sepanjang memenuhi kriteria yang dibutuhkan untuk menjadi seorang pengusaha.

2.2.3.2 Perempuan sebagai Pemimpin Organisasi Usaha

Kenyataan dunia sosial melibatkan unsur komunikasi dalam tatanan interaksi kehidupan manusia. Proses komunikasi bukanlah sekedar pertukaran simbol bermakna akan tetapi lebih kompleks lagi karena melibatkan kekuasaan di dalamnya. Terlebih lagi bila tapak pemimpin itu dipegang oleh seorang perempuan.

Permasalahan yang akan dihadapi oleh seorang pemimpin perempuan tidak lagi sebatas mengendalikan perilaku dan memastikan setiap anggota organisasi perusahaan mendukung keberadaannya. Permasalahan akan semakin luas dan kompleks berkenaan peran dan kedudukan perempuan dalam tatanan sosial budaya yang berlaku di masyarakat, meskipun kekuasaan, hak-hak istimewa yang dimiliki perempuan pengusaha untuk memimpin tidaklah melekat begitu saja pada dirinya. Kesemuanya itu lebih merupakan produk sosial refleksi atau representasi dari pemaknaannya terhadap konteks konstruksi sosial budaya yang dipahaminya sebagai *taken for granted*.

Status dan peran perempuan pengusaha mengindikasikan adanya hierarki atau jenjang keteraturan sosial dalam tatanan dunia simboliknya. Perempuan pengusaha pun mengkonstruksi secara *taken for granted* aturan, norma dan nilai kehidupan ke dalam bentuk tindakan-tindakan sosialnya. Ia menginternalisasi peran gender berdasarkan pandangan unik subjektif dalam struktur realitas sosial di mana ia berada, termasuk pandangan kelompok-kelompok sosial yang melatarbelakangi kehidupannya seperti etnis, ras, kelas sosial ataupun agama.

Begitu pula ketika membangun seperangkat organisasi, perusahaan bisnisnya. Organisasi bisnis perusahaan dapat dipandang sebagai suatu realitas sosial yang tidak hanya dibangun oleh perempuan pengusaha, akan tetapi juga merupakan produk yang dihasilkannya bersama orang lain, baik itu laki-laki maupun perempuan. Bahkan dirinya sendiri pun merupakan produk dari organisasi perusahaan tersebut. Suatu perusahaan dikonstruksi melalui komunikasi, dipertahankan bersama oleh para anggotanya, menggunakan simbol/lambang bermakna yang dipahami bersama pula.

Seringkali kita mendengar pendapat bahwa perempuan dianggap kurang mampu untuk memimpin perusahaan atau organisasi. Kepemimpinan dengan gaya perempuan masih dianggap tidak sesuai dengan perusahaan karena dianggap terlalu lemah atau kurang tegas. Untuk itu, ia harus mampu menerapkan sikap dan perilaku yang berkenaan dengan maskulin dalam tindakan-tindakannya. Meski terdapat asumsi bahwa perempuan mempunyai gaya kepemimpinan yang khas, namun pada dasarnya kepemimpinan perempuan itu berpotensi akan menjadi dilema ketika disaat yang sama ia juga harus menunjukkan kekuasaannya.

Seorang pemimpin perempuan yang berkuasa seringkali dihadapkan pada dilemma kesan dan stereotipe yang melekat pada perempuan. Lips dalam bukunya *A New Psychology of Women* (2003:461) menjelaskan keadaan ini :

Woman in a position of power is measured against two contradictory sets of stereotypical expectations: the tough, assertive, ambitious, take-charge standard associated with leadership and the warm, expressive, accommodating, "nice" standard associated with femininity.

Untuk berkuasa, seorang perempuan "diharuskan" untuk memenuhi stereotipe kepemimpinan seperti tahan banting, bersikap asertif, berambisi, berani mengambil resiko. Stereotipe kekuasaan ini mengakar pada konstruksi gender yang menghimpun sifat-sifat tersebut sebagai sifat maskulin. Pada saat yang sama, sebagai seorang pemimpin perempuan yang feminin, ia dituntut memiliki jiwa yang hangat, ekspresif, akomodatif dan menyenangkan. Keadaan ini membuat ia serba salah. Bila terlalu keras, ia dianggap terlalu kaku. Ia akan dianggap terlalu maskulin bukan perempuan yang sesungguhnya. Begitu pun sebaliknya bila ia terlalu lembut, orang akan menganggapnya tidak mampu memimpin atau lemah.

Keadaan akan menjadi lebih pelik lagi bila ketika harus memutuskan sesuatu, ia harus berhadapan dengan mitos label perempuan yang dianggap lebih emosial dan tidak rasional bila dibandingkan dengan laki-laki. Perempuan dianggap kurang memiliki motivasi, kurang asertif, kurang bertenaga, karena lebih banyak berbicara daripada bekerja, serta kurang cerdas. Belum lagi komitmen perempuan yang seringkali dipertanyakan karena seringkali mengutamakan urusan atau kepentingan keluarga ketimbang permasalahan bisnis.

Gambaran keadaan dilema ketika seorang pemimpin perempuan mengambil keputusan, sebenarnya merupakan keadaan ketidakpastian. Brasher (2001:478) menjelaskan pemahaman tersebut dalam paparan berikut ini ;

Uncertainty exist when details of situations are ambiguous, complex, unpredictable, or probabilistic; when information is unavailable or inconsistent; and when people feel insecure in their own state of knowledge or state of knowledge in general. Because it is primarily a self-perception about one's own cognitions or ability to derive meaning.

Keadaan ketidakpastian ini dapat terjadi ketika ada situasi yang bersifat ambigu, kompleks atau tidak dapat diduga, atau ketika informasi yang dibutuhkan tidak ada dan tidak konsisten. Keadaan ini juga dapat saja terjadi ketika seseorang merasa tidak aman karena pengetahuan atau pemahamannya. Tentunya ini erat kaitannya dengan persepsi atau kemampuan seseorang dalam memaknai pengalaman ketidakpastian yang sedang dihadapinya.

Brasher (2001:481) pun menambahkan bahwa, *Responses to uncertainty are shaped by appraisal and emotional reactions to the experience.* Orang akan memberi respon terhadap makna pengalaman itu berdasarkan relevansinya dengan aspek afektif, penilaian dan emosi yang dirasakannya. Makna pengalaman itu dapat saja dinilai positif, negatif ataupun netral. Emosi yang negatif merupakan tanda adanya masalah penilaian. Biasanya keadaan ini terjadi ketika seseorang merasa berada dalam bahaya atau terjepit sehingga ia terlihat gelisah dan panik. Respon emosi positif menunjukkan bahwa pengalaman yang dialami dinilai bermanfaat sehingga menimbulkan reaksi optimis dan semangat. Sementara respon emosi yang netral terjadi bila pengalaman dinilai tidak menimbulkan konsekuensi apa-apa, tidak positif dan tidak juga negatif.

Penilaian-penilaian yang bermacam-macam inilah yang menentukan pertimbangan keputusannya sebagai suatu tindakan sosial yang terlihat dalam perilaku keseharian. Oleh karena itu makna pengalaman dan reaksi emosi itu tidaklah mutlak. Apa yang dialami oleh setiap orang tidak sama. Setiap orang melalui kehidupan dan pengalamannya sendiri-sendiri. Reaksi atau pertimbangan keputusan seseorang terhadap situasi yang dihadapinya itu bersifat subjektif dan situasional. Makna dan penilaian emosi ini dapat saja berubah seiring dengan perubahan waktu dan pengalaman yang dilalui.

Majalah Time edisi khusus 1990 seperti dikutip oleh Siti (2005;6), menyatakan kepemimpinan perempuan dilakukan dengan pendekatan netral dan luwes. Siti pun menjelaskan (2005;12&13) bahwa kepemimpinan perempuan itu berbeda dengan laki-laki, karena "Bagi perempuan kekuasaan itu dimaknai sebagai keinginan untuk mensejahterakan orang lain. Bagi perempuan kekuasaan untuk memberdayakan bukan memperdayakan" (Siti 2005;13). Kepemimpinan laki-laki lebih condong berperan sebagai *task leader*, sementara perempuan condong lebih berperan sebagai *social leader*.

Kepemimpinan laki-laki lebih berorientasi pada pencapaian hasil, sementara orientasi perempuan selalu mengutamakan hubungan persaudaraan antar anggota kelompok dengan selalu menghindari konflik. Kepemimpinan perempuan selalu mengarah kepada kedamaian bukan untuk memaksa orang lain. Ini tentu berbeda dengan gagasan yang selama ini digunakan menuntut untuk memaksa orang lain. Pemimpin perempuan akan cenderung mementingkan

hubungan kebersamaan dan memberdayakan orang lain bukan memperdayakan orang lain untuk kepentingan kesejahteraan bersama.

Mengenai perbedaan perempuan dan laki-laki ketika memimpin dijelaskan pula oleh Daft (2005:439) dalam bukunya *The Leadership Experience*:

Male leaders tend to be competitive and individualistic and prefer working in vertical hierarchies. Although women may also demonstrate these traits, research has found that in general, women tend to be more concerned with relationship building, inclusiveness, participation, and caring...more willing to share power and information, to encourage employee development, and to strive to enhance others' feelings of self-worth.

Draft menyebutnya kepemimpinan yang demikian itu sebagai *interactive leadership*. Ia menggarisbawahi bahwa pemimpin interaktif tidaklah eksklusif milik perempuan atau jender spesifik. Setiap pemimpin, baik itu laki-laki maupun perempuan dapat mengembangkan kepemimpinan ini dengan mengembangkan kemampuan mendengar, empati, kerjasama, dan kolaborasi.

2.2.3.3 Perempuan dan Pemberdayaan Perempuan

Perspektif subjektif memahami realitas yang kita yakini ada terdiri dari struktur yang tidak homogen dan terbentuk dari struktur yang berbeda-beda (multiform structure). Struktur yang beragam ini melahirkan realitas seperti jender, ras, etnis, kelas sosial dan lain sebagainya. Berkenaan dengan struktur realitas sosial yang beragam tersebut, Hooks seperti dikutip oleh Brooks dalam bukunya *Posfeminisme* (1997:24) menegaskan bahwa, "Identitas ras dan kelas menciptakan perbedaan dalam kualitas hidup, status sosial dan gaya hidup yang harus diutamakan di atas pengalaman bersama perempuan pada umumnya –

perbedaan-perbedaan yang jarang ditransendensikan.” Pernyataan ini mengindikasikan bahwa terdapat aspek-aspek yang hampir luput dari pembahasan ketika menyuarakan perempuan.

Adanya indikasi perbedaan latarbelakang dan makna pandangan perempuan terhadap dunia sosial juga dapat dijelaskan dengan mengacu pada *Standpoint Theory* yang mengakar pada gagasan tradisi kritis. Littlejohn (2005:89-90) dalam bukunya *Theories of Human Communication* :

Standpoint theory focus on how the circumstances of an individual's life affect how that individual understands and constructs a social world. Important to standpoint theory, too, is the notion of layered understanding. This means that we have multiple identities that overlap to form our unique standpoints, including intersections of race, class, gender, and sexuality. Standpoint theory also introduces the element of power to the issue of identity. Marginalized or subjugated individuals not only see the world through multiple standpoints - they experience and understand it from their own vantage point - but they also see it from the standpoint of those in power.

Jelaslah bahwa menimbang keberadaan perempuan tidaklah sederhana, terkait dengan bagaimana perempuan memahami dan mengkonstruksi dunia sosial. Setiap perempuan merasakan pengalaman sosial dan mempunyai kesadaran diri yang berbeda dengan perempuan lainnya. Oleh karenanya makna sesuatu itu akan bersifat unik bagi masing-masing perempuan.

Sementara itu konsep pemberdayaan sendiri merupakan terjemahan dari *empowerment*. Konsep pemberdayaan ini mulai muncul menjadi pembahasan sekitar tahun 1970an. “Konsep pemberdayaan ini dipandang sebagai bagian atau searah dengan aliran postmodernisme”(Harry,2006:1). Postmodernisme ini muncul sebagai reaksi dari keadaan transisi masyarakat tradisional menjadi masyarakat modern. Oleh karena itu strategi pemberdayaan ini seringkali menjadi

pilihan strategi yang banyak digunakan oleh negara-negara yang sedang berkembang.

Pemberdayaan yang dimaksud di sini tidak hanya bertumpu pada potensi ekonomi rakyat tetapi juga menekankan pada aspek insiatif kreatif sumber daya manusia baik yang berkenaan dengan individu itu sendiri, kelompok, organisasi, ataupun masyarakat luas. Gerakan pemberdayaan dimaksudkan agar kualitas kehidupan setiap manusia akan menjadi lebih baik dengan tetap menjaga tatanan nilai budaya yang ada. Pemberdayaan mengasumsikan bahwa setiap manusia memiliki potensi, dalam arti tidak ada manusia yang tidak berdaya meski ia berada pada kelas sosial paling rendah sekalipun (dirangkum dari Harry,2006:xi).

Fenomena pemberdayaan dapat juga terjadi dalam organisasi. Daft (2005:315) menjelaskan bahwa, *Empowerment refers to power sharing, the delegation of power or authority to subordinates in the organization*. Pengertian senada juga diungkapkan oleh Pace (1993:251-265) yang menjelaskan bahwa istilah pemberdayaan merujuk kepada proses yang menyangkut cara individu menggunakan kekuasaan dalam organisasi.

Dijelaskan kemudian oleh Pace bahwa memberdayakan adalah, “Mempercayai determinasi-diri bagi setiap orang, yang mencakup kebutuhan dan hak bagi setiap orang untuk merasakan bahwa dirinya mampu bersikap efektif dan berprestasi.” Sementara itu Conger, Kanungo, Byham menjelaskan kemudian bahwa, “Bagian penting dalam pemberdayaan adalah tersedianya kondisi-kondisi kondusif yang membangkitkan perasaan berdaya.” (dalam Pace, 1993: 268). Melengkapi pendapat tentang pengertian pemberdayaan, Rappaport menjelaskan

bahwa (dalam Harry, 2005 ;43), “Praktek dan kegiatan yang berbasiskan pemberdayaan adalah bahasa yang diungkapkan dalam bentuk simbol-simbol yang kemudian dikomunikasikan.” Pranarka dan Vindhyandika pun menekankan pada pentingnya pengkomunikasian untuk menstimulasi agar individu yang dituju berdaya atau memiliki kemampuan (dalam Harry,2006:43-44). Seorang pemimpin perlu membangun iklim yang memungkinkan adanya iklim komunikasi yang aman, terbuka, mewaspada ambiguitas peranan, harapan peranan yang berlebihan, dan timbulnya konflik serta lain sebagainya.

Jadi jelaslah bahwa pemberdayaan berkenaan dengan bagaimana mewujudkan dan mengaktifkan sumber daya atau potensi dasar khas yang dimiliki oleh seseorang. “Daya” itulah yang membuat seseorang itu bergerak, berusaha sekeras mungkin dan semampu mungkin untuk mampu berbuat sesuatu. Daya ini seringkali disebut sebagai motif. Daya tersebut dibutuhkan oleh manusia dalam kehidupannya. Ia belajar bagaimana memenuhinya di sepanjang kehidupannya.

David McClelland (dalam Daft 2005:302-304) mengungkapkan Salah satu teori dasar yang berkenaan dengan daya tersebut. Ia menyebutkan terdapat 3 kebutuhan dasar manusia itu yaitu :

Need for achievement – the desire to accomplish something difficult, attain a high standart of success, master complex tasks, and surpass others

Need for affiliation – the desire to form close personal relationships, avoid conflict, and establish warm friendships

Need for power – the desire to influence or control others, be responsible for others, and have authority over others

David menjelaskan bahwa manusia itu akan selalu berusaha mengejar dan mengejar prestasi. Semakin mampu ia menyelesaikan pekerjaan yang sulit, maka

akan semakin tinggi tingkat prestasi yang berhasil dicapainya. Kehidupan bukan hanya untuk kerja dan kerja, manusia pun memerlukan terbinanya hubungan yang baik dengan dunia sosialnya. Ia akan selalu berusaha membangun persahabatan dengan orang-orang yang berada di sekitarnya. Keinginan itu tidak hanya sampai di sana, manusia pun memiliki keinginan untuk mempengaruhi dan mempunyai hak untuk mengendalikan orang lain agar bertindak sebagaimana diharapkannya.

Hierarki Maslow pun dapat menjelaskan bagaimana tingkatan kebutuhan itu sehingga manusia akan berusaha keras untuk mengejanya. Hierarki itu seperti dijelaskan Daft (2005:298-300) dan digambarkan di bawah ini ;

Self actualization needs
Esteem needs
Belonging needs
Safety needs
Physiological needs

Gambar 2.3
Hierarki Kebutuhan Maslow

Untuk membuat seseorang itu berdaya, maka ia harus terlebih dahulu terpenuhi kebutuhan dasarnya yang seperti kebutuhan akan makanan, air, dan pakaian. Bila kebutuhan ini sudah terpenuhi, seseorang akan beranjak pada pemenuhan kebutuhan kedua yang berkenaan dengan keselamatan dan ketenangan bekerja. Selanjutnya ia akan berusaha agar kelompok dimana ia berada mengakui keberadaannya secara *social*. Akan merupakan pukulan berat bila orang-orang sekitarnya tidak pernah merasa bahwa dia ada. Orang bisa tertunduk layu bila tidak ada seseorang pun yang menyapa.

Tidak hanya sampai disitu, bila pengakuan itu diperolehnya, seseorang juga memerlukan pencitraan positif atas dirinya sehingga orang lain menghargai kehadiran dirinya, bisa saja dengan status, ataupun tanggung jawab. Bila semua kebutuhan itu terpenuhi, maka ia membutuhkan aktualisasi diri. Sebagai manusia, ia ingin berkesempatan memberikan kontribusi ataupun berperan untuk orang lain.

Seorang pemimpin yang memberdayakan akan mengupayakan terpenuhinya kebutuhan para bawahannya sehingga terwujud motivasi kerja yang terbaik. Para pegawai akan memberikan performa terbaik, tidak saja untuk memenuhi harapan dirinya sendiri tapi untuk organisasi kelompoknya. Salah satu contoh implikasi praktik yang mungkin dilakukan ketika memberdayakan pekerja dijelaskan Stewart (2006:112-128) dalam 8 butir pemberdayaan seperti dirangkum berikut ini :

1. Mampu mengembangkan visi bersama
2. Mampu mendidik para karyawannya
3. Menyingkirkan rintangan-rintangan
4. Mengungkapkan pandangan atau pendapat dengan jelas
5. Menyemangati para karyawannya
6. Melengkapi kebutuhan yang menunjang keberhasilan
7. Melakukan pengawasan dengan memberikan penilaian
8. Mampu memprediksi permasalahan yang akan timbul dan membuat perencanaan jitu

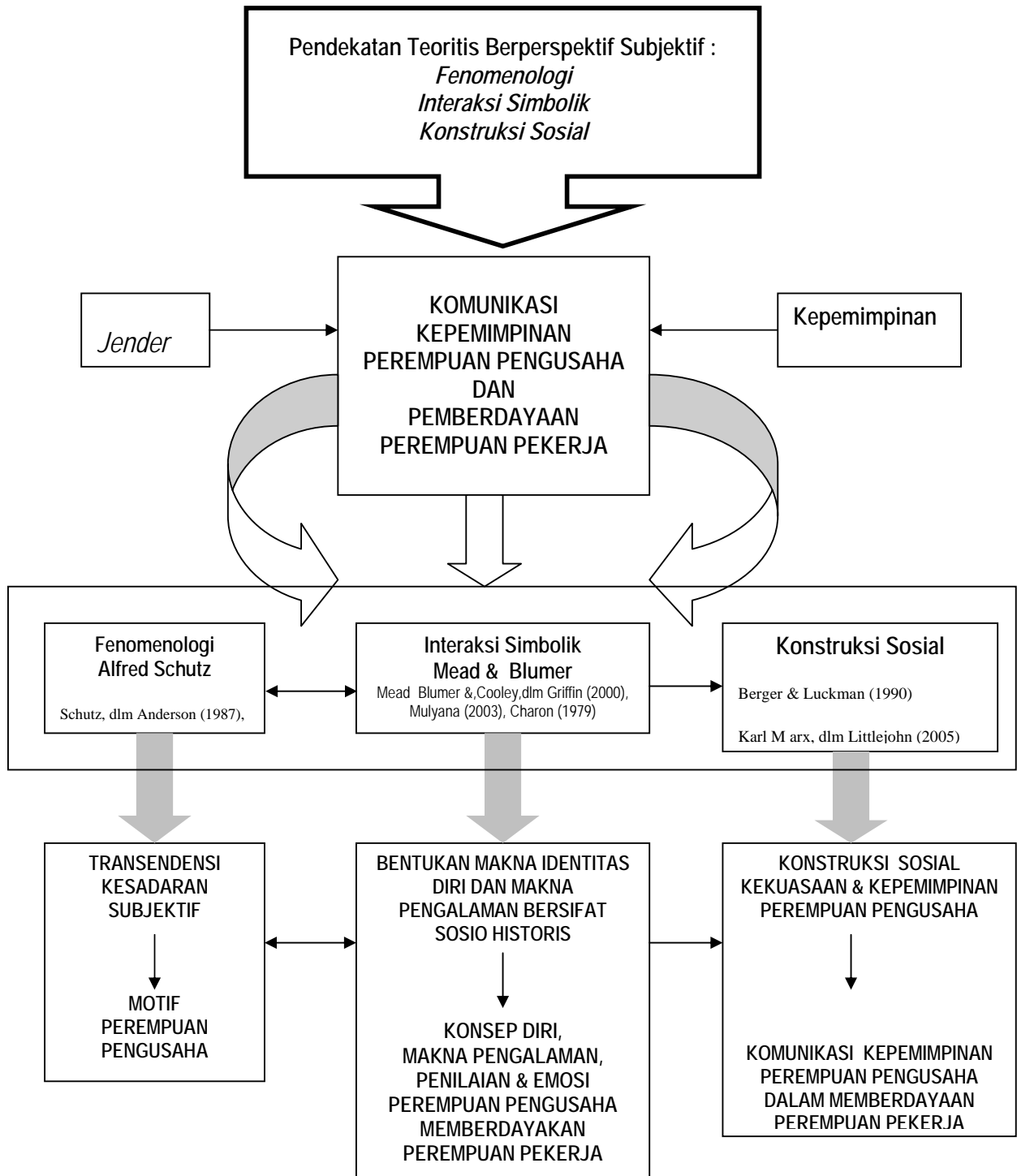
Dari kutipan di atas dapat diketahui secara garis besar bahwa seorang pemimpin yang memberdayakan perlu mengetahui dan memahami apa dan bagaimana kebutuhan karyawannya itu. Dengan demikian tindakan-tindakan kepemimpinannya pun akan selalu berupaya untuk selalu sejalan dan seiring memfasilitasi terpenuhinya kebutuhan karyawannya.

Berdasarkan paparan teoritis berperspektif subjektif interpretif yang mengacu pada pemahaman fenomenologi, interaksi sosial, dan konstruksi sosial kritis, alur pemikiran konseptualisasi komunikasi kepemimpinan perempuan pengusaha dan pemberdayaan perempuan pekerja terlihat dalam gambar 2.4.

Jender merupakan salah satu konstruksi sosial manusia dalam hidup bermasyarakat. Konstruksi jender ini seolah menjadi pedoman untuk mengatur tindakan-tindakan apa yang seharusnya dilaksanakan oleh perempuan dan laki-laki. Kesemuanya itu dibentuk berdasarkan konsensus atau kesepakatan bersama anggota-anggota kelompok masyarakat.

Konstruksi jender ini sedianya dimaksudkan untuk mempertahankan dan mensejahterakan kehidupan setiap anggota kelompok masyarakat, namun sayangnya konstruksi yang dibuat ini seringkali memandang peran perempuan secara tidak berimbang. Gerak perempuan dibatasi dari fitrahnya dan diperlakukan sebagai makhluk yang selalu berada di bawah laki-laki.

Pengalaman-pengalaman selama hidup bermasyarakat dengan mematuhi norma konstruksi jender tersebut membentuk kesadaran perempuan terhadap realitas keberadaannya sendiri. Lebih lanjut kesadaran tersebut akan membentuk makna dan konsep identitas atas dirinya sendiri. Tidak hanya sebatas pemahaman atas diri, sebagai manusia yang aktif dan reaktif, kesadaran perempuan akan makna pengalaman yang pernah dilaluinya ini akan memproses kesadaran itu menjadi motif-motif berperilaku.



Gambar 2.4 Alur Teoretik Penelitian

Begitu pun dengan perempuan yang memilih menjadi seorang pengusaha. Dalam menentukan pilihannya ini, tentu ia mengalami proses “menjadi” yang melibatkan kesadarannya terhadap pengalaman sosio histories yang pernah dilaluinya. Artinya, menjadi seorang perempuan pengusaha tidak begitu saja terjadi. Pertimbangan itu melibatkan proses transendensi kesadaran subjektif pengalaman masa lalu. Ia memilih dan memilah dengan mengacu pada “kamus” pengalaman yang pernah dialami

Kondisi memilih tindakan ini tidak hanya pada saat seorang perempuan menentukan diri menjadi seorang pengusaha, akan tetapi terjadi di sepanjang kehidupannya. Kesadaran atas diri mengarahkannya untuk melalui keadaan demi keadaan, peristiwa demi peristiwa kehidupan yang selalu berhadapan dengan pilihan. Bila seseorang dihadapkan pada tindakan “memilih”, maka itu berarti ia sedang berada pada suatu kondisi ketidakpastian. Proses pemaknaan situasi yang sedemikian rupa melibatkan persepsi dan penilaian emosi atau perasaan perempuan itu sendiri. Bentuk konstruksi jender yang melibatkan berbagai aspek kehidupan seperti norma sosial yang diperolehnya dari pendidikan maupun dari pembelajaran sosial budaya termasuk agama dari hasil interaksinya dengan lingkungannya juga turut menentukan bagaimana ia menentukan bentuk diri dan setiap tindakan yang dilakukan.

Ketika perempuan menjadi seorang pemimpin dari suatu organisasi usaha, ia pun akan memaknai setiap informasi yang diperolehnya berdasarkan pengalaman kesadaran subjektifnya masing-masing untuk menjalankan roda bisnisnya. Konstruksi jender yang diketahui dan dipahaminya semenjak ia lahir

membentuk dirinya, begitupun dengan aspek kehidupan lainnya seperti norma sosial budaya termasuk agama. Apa yang ia ketahui sebelumnya tentang kepemimpinan pun memberikan banyak masukan pada interpretasinya terhadap realita yang dihadapi.

Pemberdayaan perempuan dapatlah dimaksudkan sebagai upaya perempuan untuk bangkit dan keluar dari permasalahan ketimpangan jender untuk mencapai kehidupan yang lebih baik berdasarkan potensi yang ada dalam diri masing-masing perempuan. Meskipun dalam konteks organisasi bisnis yang terbatas, perempuan pengusaha mengupayakan komunikasi sebagai proses kekuasaan atau kemimpinannya. Ia menciptakan suatu situasi dan kondisi yang kondusif bagi dirinya maupun perempuan lain untuk maju dan berprestasi berdasarkan potensi “khas” yang dimilikinya.

Pemaknaan perempuan pengusaha atas pemberdayaan perempuan pekerjajanya terlihat dalam berbagai tindakan sosial, seperti ketika bagaimana ia mengartikulasikan pekerjaan atau tugas, memberikan penilaian hasil kerja, mengimplementasi inovasi atau peraturan, membina hubungan dengan perempuan pekerjajanya serta lain sebagainya. Kesemuanya itu merupakan bentuk-bentuk tindakan komunikatifnya yang dilatarbelakangi oleh bagaimana ia memaknai pengalaman-pengalamannya yang bersifat sosio historis dalam kesadaran subjektifnya, di sepanjang kehidupannya yang dihuni bersama-sama orang lain.

Fenomena komunikasi kepemimpinan perempuan pengusaha dalam memberdayakan perempuan pekerjajanya mengindikasikan adanya relasi konsep tarik menarik antara dua kekuatan seperti kuat – lemah dan dominan – minoritas.

Uniknya permasalahan ini berkenaan dengan posisi pemimpin perempuan yang di satu sisi juga cenderung termarginalkan secara sosial di masyarakat dan pada sisi lain mereka memiliki hak mendominasi, memiliki hak-hak istimewa yang justru berlawanan dengan perjuangan kesetaraan gender.

Penelitian ini berusaha untuk mengupas bagaimanakah konstruksi realitas para perempuan pengusaha yang menjadi penguasa di organisasi bisnisnya memberdayakan perempuan pekerjanya. Bagaimana bentuk tindakan pemberdayaan perempuan dalam kepemimpinannya masih menjadi pertanyaan yang memerlukan jawaban.

2.3 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini tidak dimaksudkan untuk diuji. Hipotesis ini merupakan arah peneliti untuk menginduksi kondisi tiap-tiap subjek penelitian yang bersifat khusus untuk dianalisa sehingga diperoleh konstruk derajat kedua yang lebih bersifat umum. Adapun hipotesis penelitian ini adalah ;

- 1) Pengalaman hidup yang dialami oleh perempuan pengusaha menentukan bagaimana mereka memaknai pemberdayaan perempuan pekerjanya.
- 2) Makna pengalaman perempuan pengusaha membentuk orientasi kepemimpinan pemberdayaan perempuan pekerjanya.
- 3) Orientasi kepemimpinan perempuan pengusaha menentukan tindakan komunikatifnya dalam memberdayakan perempuan pekerja

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Subjek Penelitian

Penelitian ini berusaha untuk menelaah bagaimana perempuan pengusaha memimpin bisnis dan memberdayakan perempuan pekerjanya. Keunikan akan timbul disini karena pengalaman satu individu perempuan tidak akan pernah sama dengan pengalaman individu perempuan lainnya meskipun menghadapi permasalahan yang sama.

Adapun apa yang hendak dikaji adalah berbagai bentukan tindakan komunikatif perempuan pengusaha, baik dalam simbol verbal maupun non verbal yang dihasilkan, dibentuk, atau dikonstruksi oleh mereka sendiri. Pembatasan wilayah kajian ditetapkan pada konteks kepemimpinan perempuan pengusaha memberdayakan perempuan lain yang bekerja membantu usaha bisnisnya yang dapat diketahui dari narasi, percakapan sehari-hari, ritual ataupun teks yang ada.

3.1.1 Informan Penelitian

Pemilihan informan subjek penelitian dilakukan tanpa menspesifikasi jenis usaha bisnisnya. Mengeni pemilihan ini, peneliti mengacu pada penjelasan Lexy bahwa dalam penelitian kualitatif, pemilihan subjek jelas berbeda dengan penelitian non kualitatif. Menurutnya (Lexy, 2006:223), “Dalam penelitian kualitatif tidak ada sampel acak, tetapi sampel bertujuan atau *purposive sampling*.” Pemilihan subjek sebagai informan penelitian tidak berdasarkan pada aturan tertentu seperti pada penelitian non kualitatif, akan tetapi dilakukan

berdasarkan keperluan atau kebutuhan peneliti. Ketentuan itu dilakukan dengan mengacu pada criteria-kriteria sebagai berikut :

- a. perempuan yang mengembangkan usahanya di Kota Bandung
- b. seluruh atau sebagian besar modal bisnis adalah milik sendiri
- c. memimpin atau mengelola sendiri secara langsung usaha tersebut
- d. usaha tersebut telah berjalan minimal 1 tahun
- e. berada pada kategori usaha menengah dan kecil yang mengacu pada Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 289/MPP/Kep/10/2001 mengenai ketentuan pendirian usaha. Usaha kecil memiliki modal maksimal 200 juta rupiah di luar tanah dan bangunan tempat usaha, milik WNI, bukan cabang atau anak perusahaan besar, dan memiliki omzet dalam setahun maksimal 1 milyar rupiah. Sementara untuk modal usaha menengah berkisar antara 200 hingga 500 juta rupiah dengan omzet dalam setahun antara 1 hingga 5 milyar rupiah.
- f. memiliki jumlah tenaga kerja yang mengacu pada pengkategorian Biro Pusat Statistik. Industri Besar adalah perusahaan yang mempunyai pekerja 100 orang atau lebih. Industri sedang atau menengah mempunyai jumlah pekerja 20 sampai 99 orang. Industri Kecil mempunyai jumlah pekerja 5 hingga 19 orang dan Industri Kerajinan Rumah tangga mempunyai pekerja kurang dari 5 orang.

(sumber : Bandung dalam Angka Tahun 2003, <http://www.bandung.go.id>)

Beberapa informan perempuan pengusaha yang telah dipilih kemudian diminta untuk menunjuk atau merekomendasikan perempuan pengusaha lain yang dapat memberikan informasi selanjutnya. Informan lapis kedua ini diminta pula untuk menunjuk informan-informan berikutnya. Begitu seterusnya hingga data berulang atau jenuh. Cara ini dilakukan seperti dijelaskan Lexy (2006;224);

Setiap satuan berikutnya dapat dipilih untuk memperluas informasi yang telah diperoleh terlebih dahulu. Dari mana atau dari siapa peneliti memulai tidak menjadi persoalan, tetapi bila hal itu sudah berjalan, maka pemilihan berikutnya bergantung pada apa keperluan peneliti. Teknik sampling bola salju bermanfaat dalam hal ini, yaitu mulai dari satu menjadi makin lama makin banyak.

Berdasarkan kutipan di atas, maka teknik pengambilan subjek penelitian seperti ini disebut sebagai teknik *snowball* sampling atau bola salju. Langkah ini juga dipilih berdasarkan pertimbangan rasional peneliti seperti ditegaskan oleh Imam dan Tobroni (2001;133-134), “Informanlah yang memiliki otoritas dan kompetensi untuk memberikan informasi atau data sebagaimana diharapkan peneliti.” Dengan demikian data akan terus terakumulasi terus menerus secara berantai mengalir hingga data yang diperoleh berulang (data jenuh).

Di lapangan, informan yang memenuhi kriteria yang dimaksud tidaklah terlalu sulit, namun tidak semua informan dapat menjadi informan penelitian. Dalam studi konstruksi sosial dalam tradisi fenomenologi Creswell menegaskan:

Most important, they must be individuals who have experienced the phenomenon being explored and can articulate their conscious experiences. Because of the in-depth nature of extensive and multiple interviews with participants, it is convenient for the researcher to obtain people who are easily accessible...The access issue is limited to finding, individuals who have experienced the phenomenon and gaining their permission to be studied. (1998:111-114)

Pernyataan ini mengingatkan peneliti bahwa ketika memilih informan, peneliti perlu pula mempertimbangkan bagaimana menembus batas untuk memperoleh kemudahan akses, kesediaan informan secara sukarela untuk menjadi subjek penelitian, dan kemampuan informan itu sendiri untuk mengartikulasikan kesadarannya.

Penelitian ini dilakukan terhadap 15 orang informan perempuan pengusaha yang memenuhi kriteria yang ditentukan, namun selanjutnya sebanyak 4 orang diantaranya menolak proses wawancara mendalam atau *in depth interview* lebih lanjut. Penolakan atau keengganan informan tersebut bukan berarti data-data sebelumnya gugur. Penolakan ini merupakan data realitas noema yang dapat diolah lebih lanjut untuk memperoleh pemaknaan realitas noesisnya.

Selanjutnya untuk menambah wawasan peneliti guna membedah fenomena penelitian, peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa perempuan pekerja, pakar akademisi, serta tokoh pemerintah dari dinas koperasi dan pemberdayaan perempuan.

3.1.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Bandung. Penentuan ini tidak hanya didasarkan pada beberapa kasus perempuan pengusaha yang secara sporadis ditemui oleh peneliti tetapi juga dengan menimbang bahwa hingga saat ini belum ada perempuan pengusaha yang dapat menjadi contoh dalam hal pemberdayaan perempuan. Selain itu dari segi perekonomian menunjukkan bahwa Kota Bandung berpotensi dapat meningkatkan kualitas kehidupan yang lebih baik.

Perempuan pengusaha berpotensi besar sebagai agen perubahan untuk meningkatkan kesejahteraan perempuan khususnya di Kota Bandung yang jumlahnya hampir setimbang dengan jumlah penduduk laki-laki. Bila tidak diwaspadai, jumlah perempuan yang demikian itu akan menjadi beban pembangunan bukan pendukung pembangunan. Sementara itu, dominasi budaya Sunda yang diwarnai paham patriarki dan budaya-budaya lain yang dibawa oleh para pendatang selain menambah keragaman sosial budaya yang ada di Kota Bandung ini juga berpotensi untuk menimbulkan konflik.

Selain didukung oleh jumlah perempuan usia produktif yang cukup besar, potensi-potensi menarik yang dimiliki Kota Bandung adalah sebagai kota pariwisata, kota pelajar dan perkembangan industri. Prospek pertumbuhan ekonomi perdagangan dan sentra usaha di kota ini sangatlah cerah. Kota Bandung pun tercatat sebagai daerah yang memiliki pendapatan asli daerah peringkat keempat terbanyak dibandingkan daerah lainnya di Indonesia

Keadaan ini ditambah lagi perhatian pemerintah terhadap perempuan dengan memberikan porsi tersendiri kepada mereka untuk turut mengembangkan perekonomian Jawa Barat berdasarkan pemahaman tentang potensi kaum perempuan yang terjun dalam dunia usaha terutama bidang koperasi, usaha kecil, menengah (KUKM) yang mencapai 40% dari 7,2 juta KUKM di Jawa Barat

3.2 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif. Paradigma ini bersifat subjektif dimana sudut pandang emik atau pandangan serta pengalaman

kehidupan seseorang yang mengalaminya sendiri. Data-data kualitatif menjadi sumber data utama. Paradigma ini memberikan konsekuensi logis bahwa temuan-temuan yang diperoleh belum menjadi gambaran umum sehingga tidak dapat digeneralisasi untuk keseluruhan populasi. Temuan-temuan yang diperoleh lebih merupakan gambaran gejala yang teridentifikasi di lapangan yang mengungkap relung-relung fenomena yang belum terjamah oleh studi-studi ataupun teori-teori yang pernah ada.

Kekhasan paradigma ini adalah permasalahan penelitian yang hendak ditelaah tidak dipetakan dalam bagian-bagian terpisah sebagai suatu variabel-variabel, akan tetapi dilihat sebagai suatu kesatuan yang utuh. Bogdan dan Taylor (Lexy, 2006:4) menyebutkan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu, “Prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu secara holistik (utuh).” Penelitian ini tidak memilah-milah antara faktor-faktor penyebab maupun sebab, tetapi berusaha untuk menelaah domain setiap bagian yang terkait melalui pendeskripsian secara lengkap dan utuh.

Pendapat kedua ahli tadi tidak jauh berbeda dengan pendapat yang dipaparkan oleh Creswell (1998:15);

Qualitative research is an inquiry process of understanding based on distinct methodological traditions of inquiry that explore a social or human problem. The researchers build a complex, holistic picture, analyze words, report details views of informants, and conducts the study in a natural setting

Penelitian kualitatif merupakan suatu proses pemahaman berdasarkan suatu tradisi tertentu dimana para peneliti memandang permasalahan dari sudut yang lebih

kompleks untuk mendapatkan gambaran yang menyeluruh dengan menganalisa berbagai kata dan detail pandangan informan pada kondisi alamiahnya.

Untuk melengkapi pemahaman ini, Straus dan Corbin yang menyebutkan 3 unsur utama penelitian kualitatif yaitu (2003:7) ;

Pertama, data bisa berasal dari bermacam sumber; biasanya dari wawancara dan pengamatan. Unsur kedua terdiri dari berbagai prosedur analisis dan interpretasi yang digunakan untuk mendapatkan temuan. Kedua prosedur ini mencakup teknik-teknik memahami data yang disebut penandaan (coding) dan prosedur lain yang juga merupakan bagian dari analisis meliputi sampling non statistik, penulisan memo dan pembuatan diagram hubungan konseptual. Unsur ketiga penelitian kualitatif ialah laporan tertulis dan lisan.

Berdasarkan pendapat-pendapat tadi, penelitian kualitatif mengutamakan data deskriptif utuh dari fenomena yang diteliti. Peneliti pun bertindak sebagai alat atau instrumen pengumpul data. Penelitian ini juga tidak hanya berhenti hingga pendeskripsian suatu fenomena, akan tetapi akan terus berlanjut melibatkan proses interpretasi memaknai apa yang terkandung di dalamnya.

Noeng (1996:13) menjelaskan pula bahwa secara ontologi, metodologi penelitian kualitatif menuntut, “pendekatan holistik, mendudukan obyek penelitian dalam suatu konstruksi ganda, melihat obyeknya dalam satu konteks natural, bukan parsial.” Sementara secara epistemologi, metodologi penelitian kualitatif tidak berangkat dari kerangka teori. Noeng (1996 : 13) menegaskan bahwa dalam penelitian kualitatif, “Sepenuhnya menolak penggunaan kerangka teori sebagai langkah penelitian.” Penolakan tersebut dimaksudkan agar peneliti melihat pada konteks yang dialami subjek sendiri dalam keadaan sebenarnya.

3.2.1 Pendekatan Metode Penelitian

Paradigma subjektif interpretif penelitian ini meletakkan titik beratnya pada studi konstruksi sosial yang mengacu pada tradisi fenomenologi Schutz. Studi konstruksi sosial ini bersandar pada premis-premis yang dirangkum dari pembahasan Flick (2004: 89-90);

- a. Apa yang diketahui manusia itu tidaklah sederhana akan tetapi merupakan proses aktif.
- b. Apa yang diketahui manusia itu mengorganisasikan pengalaman atau dengan kata lain, pengalaman-pengalaman terstruktur dan dipahami melalui konsep dan konteks yang dikonstruksi oleh manusia sendiri.
- c. Apa yang diketahui manusia itu dikonstruksi melalui proses pertukaran sosial

Berdasarkan pemahaman premis tersebut, kehidupan manusia itu boleh jadi berbeda dengan keadaan alamiahnya. Manusia mempunyai kemampuan untuk mempersepsi realitas secara aktif dan menginterpretasinya sehingga mampu mengkonstruksi realitas tersebut berdasarkan pemaknaannya. Apa yang dianggap sebagai realitas itu bisa jadi adalah bukan yang sebenarnya.

Tradisi penelitian yang demikian ini mengakui empat kebenaran empirik seperti disebutkan (Noeng ,1996:13) yaitu, “ Kebenaran empirik sensual, kebenaran empirik logik, kebenaran empirik etik, dan kebenaran empirik transendental.” Tradisi ini berusaha untuk menggambarkan makna pengalaman hidup manusia mengenai suatu konsep atau fenomena dalam kesadarannya interaksi sosialnya.

Kebenaran tersebut diperoleh melalui metode pemaknaan yang dijelaskan Noeng (1996:138), “1) terjemahan atau *translation*, 2) tafsir atau interpretasi, 3) ekstrapolasi dan 4) pemaknaan atau *meaning*.” Terjemahan merupakan upaya

untuk mengemukakan materi. Sementara pada tahap tafsir, peneliti berusaha mencari latar belakang atau konteks dengan berdasar pada materi yang ada.

Kegiatan interpretasi ini lebih dikembangkan dalam tahap ekstrapolasi yang menekankan pada kemampuan daya fikir untuk menangkap apa yang ada dibalik yang tersaji. Ketiga tahapan tersebut dipertajam lagi pada tahap pemberian makna, dimana peneliti berusaha menjangkau yang etik maupun yang transendental dibalik apa yang tersaji.

3.2.2 Sumber Data Penelitian

Sumber data penelitian kualitatif ini berasal dari kondisi alamiah di lapangan. Menurut Lofland (dalam Lexy, 2006;157), “Sumber data penelitian kualitatif berasal dari kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan.” Adapun yang menjadi sumber data primer atau utama adalah berbagai pengalaman subjek yang dapat dilihat seperti sikap, perilaku, tindakan maupun kata-kata yang kesemuanya termasuk dalam bentuk-bentuk hasil produksi atau konstruksi manusia merepresentasikan persepsinya tentang dunia sekitarnya. Selain itu data juga dapat berbentuk data sekunder yang tidak berhubungan langsung dengan subjek penelitian seperti berkas-berkas atau dokumen seperti aturan organisasi, kegiatan organisasi, publikasi, dan sebagainya.

Data empirik yang diperoleh dari perempuan pengusaha meliputi latar belakang mereka membangun usaha, aktivitas keseharian dalam menangani usaha dan bentuk atau jenis usaha. Sementara itu data subjektif meliputi pandangan perempuan pengusaha tentang kehidupan dan usahanya, perempuan pekerja,

orientasi kepemimpinannya mengelola usaha, dan pemberdayaan perempuan pekerja. Situasi dan kondisi fisik serta sosial juga menjadi sumber data yang diperlukan.

Tabel 3.1
Aspek Sumber Data Penelitian

No	Aspek	Data yang Diperlukan	Jenis Data	Kategori Data
1.	Gambaran umum Kota Bandung	1. Kondisi geografis, demografis, ekonomi penduduk 2. Kondisi sosial budaya	Kuantitatif dan kualitatif	Sekunder
2.	Gambaran umum usaha bisnis informan	3. Jenis produk/jasa usaha 4. Bentuk organisasi usaha 5. Teks atau simbol-simbol yang dipertukarkan dalam kegiatan mengelola usaha dan pekerjanya	Kuantitatif dan Kualitatif	Primer
3.	Pandangan subjektif informan terhadap usahanya dan pemberdayaan perempuan yang dilakukannya	6. Makna tentang diri dan usaha 7. Penilaian dan emosi tentang pekerjanya 8. Makna memberdayakan pekerja	Kualitatif	Primer

Diolah oleh Peneliti, 2007

3.2.3 Teknik Pengumpulan Data Dan Membuka Akses Dengan Informan

3.2.3.1 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini berupaya memperoleh dan mengumpulkan data-data yang terutama bersifat kualitatif. Patton (2003:4) menyebutkan bahwa pada dasarnya data dapat diperoleh dari 3 jenis kategori yaitu, 1) *in depth, open ended interviews*; 2) *direct observation*; and 3) *written documents*. Untuk memperoleh data, maka penelitian ini menggunakan cara-cara sebagai berikut untuk;

1) Observasi,

Dalam kegiatan ini peneliti melakukan pencacatan atas apa yang ada dan terjadi di lapangan. Data observasi ini berkenaan dengan pengalaman subjek yang dapat diamati, terdiri dari deskripsi situasi dan tindakan-tindakan subjek dalam organisasi perusahaan.

Peneliti di sini berperan sebagai *observer* atau pengamat. Ketika menjalin hubungan atau *building rapport* dengan subjek penelitian, yaitu perempuan pengusaha, peneliti melakukan salah satu pendekatan dengan tingkat atau jenis partisipasi sebagaimana yang dijelaskan oleh Patton (2003:312-313) berikut ini:

Often the best approach for gaining entrée is the “known sponsor approach”. When employing this tactic, observers use the legitimacy and credibility of another person to establish their own legitimacy and credibility, for example, the director of an organization, for an organizational study, a local leader, and elected official.

Berdasarkan kutipan tersebut, peranan peneliti secara terbuka diketahui oleh umum, tidak dengan melakukan penyamaran. Pendekatan ini menggunakan legitimasi dan kredibilitas yang dimiliki sumber.

Pengumpulan data dengan observasi ini dapat dilakukan beberapa cara seperti disebutkan oleh Cresswell (1998; 121) ;

1. *Gather fieldnotes by conducting an observation as a participant*
2. *Gather fieldnotes by conducting an observation as an observer*
3. *Gather fieldnotes by spending more time as a participant than as an observer*
4. *Gather fieldnotes by spending more time as an observer than as a participant*
5. *Gather fieldnotes first by observing as an “outsider” and then moving into the setting and observing as an “insider”*

Keadaan di lapangan tidak memungkinkan peneliti untuk menjadi partisipan dalam kegiatan para informan secara lengkap, karena itu pengumpulan data

observasi dilakukan dengan menggunakan cara nomor keempat. Peneliti lebih banyak melakukan observasi daripada sebagai partisipan.

Junker (dalam Neuman, 2000;357) menjelaskan pula empat jarak kedekatan peneliti di lapangan sebagai berikut :

The range is from complete observer (e.g., researcher is behind a one-way mirror or taking on an “invisible role” such as an eavesdropping janitor), to observer as participants (e.g. researcher is known from the beginning but has limited contact), to participant as observer (e.g. researcher is overt and is an intimate friend of participant), and finally to complete participant (e.g., researcher acts as member and shares secret information of insiders)

Di lapangan, tingkat kedekatan peneliti dengan para informan dapat dikatakan berada pada wilayah antara “complete observer” dan “participant as observer”. Akses memasuki lingkungan lapangan dilakukan peneliti terlebih dahulu dengan pendekatan informal dimana peneliti melakukan “observasi” dan “mencuri dengar”. Kemudian peneliti melakukan pendekatan formal kepada para informan, para perempuan pengusaha, yang memiliki otoritas langsung di lingkungan usaha bisnisnya. Dengan demikian, peneliti tidak saja melakukan pengumpulan data secara tidak disengaja saja, tetapi juga berusaha membangun hubungan pertemanan dengan para informan.

2) Wawancara Mendalam

Peneliti melakukan wawancara mendalam atau *depth interview*, yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan terbuka dengan bantuan panduan yang telah dipersiapkan. Ini dilakukan untuk mengetahui pengalaman yang dinyatakan dengan kata-kata mengenai persepsi, pendapat, perasaan dan pengetahuan subjek tentang kepemimpinan dan pemberdayaan perempuan. Dalam

kegiatan ini peneliti berusaha merekam ungkapan-ungkapan lisan mereka dengan sepengetahuan subjek sehingga kesalahan-kesalahan mengutip dapat dihindari. Meskipun demikian, sebagian besar informan tidak ingin ucapannya direkam. Mereka merasa tidak nyaman. Sebagai jalan keluarnya, peneliti melakukan pencatatan hasil wawancara segera setelah kegiatan tersebut dilakukan.

3) Studi dokumentasi

Peneliti mempelajari berbagai bahan cetakan dan dokumentasi lainnya termasuk bahan-bahan pustaka lainnya yang berkenaan dengan topik penelitian. Pengumpulan data tertulis dapat dilakukan dengan mempelajari dan menganalisa berbagai dokumen, publikasi, catatan/laporan kegiatan organisasi perusahaan, foto-foto, dan termasuk pustaka lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.2.3.2 Membuka Akses Dengan Informan

Ketika terjun ke lapangan, peneliti perlu memperhatikan representasi diri yang memberikan implikasi seperti dijelaskan Neuman berikut ini ;

First it puts pressure on the researcher to be alert and sensitive to what happens in the field and to be disciplined about recording data. Second, it has personal consequences. Fieldwork involves social relationships and personal feelings. Field researchers are flexible about what to include as data and admit their own subjective insights and feeling. Personal, subjective experiences are part of field data. They are valuable both in themselves and for interpreting events in the fields. (2000;354-355)

Di lapangan penelitian mengaitkan hubungan sosial dan perasaan. Peneliti dituntut untuk fleksibel mengenali apa yang termasuk ke dalam data dan pandangan subjektif serta perasaannya ketika berinteraksi dengan para informan di lapangan. Seorang peneliti perlu untuk selalu waspada dan meningkatkan kesadaran akan

“posisi” diri sebagai alat penelitian. Sebagai instrumen, peneliti harus menunjukkan sikap yang hangat dan dapat dipercaya, tidak terlalu terbuka tapi cukup kooperatif dan selalu bersikap empati.

Membangun akses hingga menembus batas penghalang antara peneliti dengan informan merupakan sesuatu yang esensial. Di lapangan peneliti, melihat dan menangkap isyarat ketidaknyamanan beberapa diantara informan ketika mengetahui secara jelas maksud dari penelitian yang dilakukan ini. Sebagian besar dari mereka menaruh curiga. Ini terjadi karena mereka tidak ingin kekurangannya diketahui orang lain atau mungkin khawatir peneliti mempunyai minat memata-matai usaha bisnisnya.

Keadaan yang kurang mengenakkan itu secara perlahan mencair ketika saya melakukan beberapa usaha dan menjelaskan lebih lanjut mengenai apa maksud dan manfaat dari dilakukannya penelitian ini. Usaha-usaha tersebut dilakukan dalam beberapa cara yaitu ;

3.2.3.2.1 Pendekatan Informal

Pendekatan ini dilakukan secara non administratif atau secara operasional. Peneliti menanggalkan segala atribut sebagai peneliti dan mengutamakan identitas diri secara pribadi. Disini peneliti lebih menekankan pada kegiatan observasi dan memperoleh data awal menjajagi kemungkinan untuk mengakses lebih lanjut. Peneliti melakukan penjajagan informan ini sudah sejak dini, sebelum proposal usulan penelitian ini disusun. Posisi peneliti yang sudah dikenal dan dianggap

bukan “orang lain” atau teman menguntungkan sekali untuk memperoleh data-data yang diperlukan.

Peneliti melakukan kunjungan-kunjungan insidental ke lokasi informan. Peneliti menjadi konsumen café, pelanggan salon, pembeli atau konsumen setia atau sekadar melihat-lihat (*window shopping*). Tidak disetiap kunjungan peneliti pasti akan menemui informan. Keadaan ini justru membuat peneliti lebih leluasa untuk melihat keadaan lokasi usaha terutama mengobservasi atau secara insidental mewawancarai pekerja. Peneliti sendiri tidak melulu datang sendiri berkunjung. Sesekali juga peneliti datang tidak sendirian tetapi bersama teman, saudara, suami atau anak-anak sehingga suasana pendekatan menjadi lebih cair.

Membuka akses dengan informan tidak hanya dilakukan sebatas berkunjung dengan peran sebagai pelanggan atau konsumen. Peneliti juga berusaha untuk menjalin persahabatan. Tema pembicaraan juga seringkali peneliti arahkan pada wicara pribadi seperti mengenai tumbuh kembang anak atau keluarga. Peneliti pun berusaha tidak menampik undangan-undangan mereka untuk menghadiri suatu acara atau sekedar hadir mengikuti pengajian yang mereka selenggarakan. Untuk mencapainya diperlukan keluwesan bergaul dan selalu berusaha semampunya menyamakan persepsi dengan mereka dan dengan demikian persahabatan pun dapat terjalin dan membukakan jalan lebih lapang untuk melakukan penelitian.

Peneliti juga berusaha melakukan *impression management* dengan sangat hati-hati memperhatikan penampilan, baik itu dalam berbusana maupun

berperilaku sebatas sewajarnya. Peneliti menghindari ketidaktulusan dan tindakan dibuat-buat. Peneliti ingin para informan merasa nyaman ketika berinteraksi.

Salah satu caranya adalah mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya tentang usaha bisnis yang informan geluti sebelum membangun hubungan dengan mereka. Yang dirasakan berat adalah ketika peneliti harus membekali diri dengan berbagai pengetahuan yang tidak dimiliki sebelumnya. Umumnya berkenaan dengan ketrampilan khas perempuan seperti jahit menjahit atau kuliner atau masak memasak. Bila kebekuan terjadi, peneliti terpaksa berterus terang atas ketidaktahuan ini. Tidak dinyana, justru kejujuran tersebut membuat para informan dengan senang hati memberikan penjelasan.

Begitu pula ketika harus berapresiasi terhadap seni. Sulit bagi peneliti untuk menyelami mengapa orang bisa begitu menikmati hasil seni yang menurut pandangan umum biasa-biasa saja. Akhirnya, peneliti memutuskan untuk memandangi seni dari sisi keunikan dengan mata telanjang saja. Misalnya dengan bertanya mengapa ada bentuk yang berbeda dengan bentuk-bentuk pada umumnya, mengapa harus berwarna begini atau bisa juga bertanya tentang mengapa tema bentuk harus demikian, dengan kata lain peneliti menghindari pendapat-pendapat yang harus dilontarkan berkenaan dengan estetika, karena tidak mengetahui sisi nilai atau kebagusan seninya.

Kunjungan-kunjungan ini tidak dilakukan sekali tetapi berkali-kali hingga informan dianggap tidak lagi merasa asing dengan kehadiran peneliti. Peneliti ingin mereka tidak hanya mengenal sebagai konsumen tetapi juga lebih sebagai sahabat, sehingga memberikan kemudahan bagi peneliti untuk melihat situasi dan

kondisi pada keadaan yang sewajarnya atau alamiah. Pendekatan informal ini lebih *flexible* untuk dilakukan, namun sayangnya selain diperlukan waktu dan biaya yang tidak sedikit, peneliti pun tidak selalu mendapatkan data yang lebih mendalam.

3.2.3.2.2 Pendekatan Formal

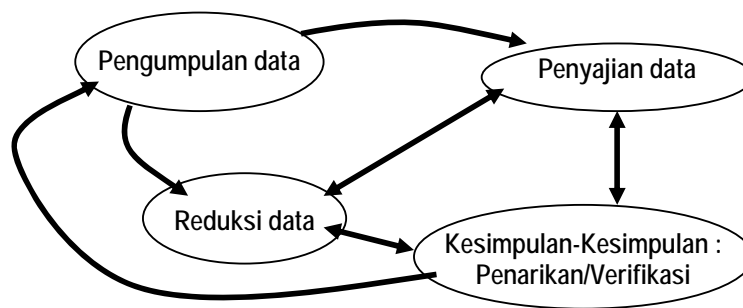
Disini peneliti melakukan pendekatan secara administratif. Pendekatan ini dilakukan bila peneliti sudah memiliki kecukupan data dan memerlukan data yang lebih lengkap lagi dari diri informan sendiri. Pendekatan ini pun peneliti lakukan hanya bila informan dianggap sudah tidak lagi merasa asing dengan kehadiran peneliti.

Peneliti menunjukkan perijinan secara lengkap serta memberikan penjelasan singkat mengenai garis besar penelitian, termasuk apa yang hendak dicapai. Meskipun demikian, tidak semua informan bersedia untuk diteliti lebih lanjut. Lima orang informan menolak untuk melalui proses wawancara mendalam. Bahkan kehadiran peneliti yang semula disambut hangat membuat informan boleh jadi justru menjadi tidak nyaman. Seringkali peneliti harus membujuk dengan memberikan penjelasan yang lebih panjang meski tahu jawabannya pasti “tidak bersedia.” Kondisi yang demikian ini bukan berarti akhir dari segalanya. Kumpulan data yang sempat diperoleh hingga saat itu bukan tidak berguna. Peneliti justru mendapat data tambahan yang diperlukan untuk memberikan kelengkapan gambaran fenomena yang diteliti.

3.2.4 Teknik Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman, langkah-langkah analisis data penelitian kualitatif pada garis besarnya terdiri dari beberapa bagian yaitu, “Pengumpulan data, reduksi data, penyajian/*display* data, menarik kesimpulan/verifikasi.” (1992:16-21). Antara satu tahap dengan tahap lainnya bukanlah suatu kegiatan terpisah, akan tetapi merupakan suatu rangkaian yang sambung menyambung, saling terkait atau tidak terputus.

Bagaimana interaksi antara satu langkah dengan langkah lainnya dapat dilihat dalam gambar 3.1 berikut :



Gambar 3.1
Model Interaksi Analisis Data Miles & Huberman

Langkah-langkah yang diungkapkan tersebut pada intinya senada dengan analisis data penelitian yang disebutkan oleh Creswell (1998:148-149) sebagai ” Data managing, Reading-memoing, Describing, Classifying, Interpreting, Representing-visualizing.” Penjelasan model analisis Miles dan Huberman lebih menekankan pada rangkaian kerja yang saling berinteraksi, sementara Creswell lebih menekankan pada penjelasan detail pada kegiatan yang perlu dilakukan

untuk menganalisis data hasil penelitian. Bila mengadopsi kedua pendapat tersebut, maka rangkaian kegiatan analisis data dapat dilihat pada tabel 3.2 berikut

Tabel 3.2
Modifikasi Tahapan Analisis Data

Tahap Analisis	Kegiatan	
Pengumpulan Data	<i>Data managing</i>	<i>Create and organize files for data</i>
Reduksi Data	<i>Reading, memoing</i>	<i>Read through text, make margin notes, form initial codes</i>
	<i>Describing</i>	<i>Describe the meaning of the experience for researcher</i>
	<i>Classifying</i>	<i>Find and list statements of meaning for individuals</i>
Interpretasi dan Penarikan Kesimpulan	<i>Interpreting</i>	<i>Develop a textual description, "what happened"</i> <i>Develop a structural description, "how" the phenomenon was experienced</i> <i>Develop an overall description of the experience the "essence"</i>
Penyajian	<i>Representing, visualizing</i>	<i>Present narration of the essence of the experience, use tables or figures of statements and meaning unit</i>

Sumber: Model Interaksi Analisis Data Creswell (1998:148-149), Miles & Huberman (1992:16-21).

Tahapan analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini tidaklah merupakan suatu bagian yang terpisah antara satu dengan yang lainnya, akan tetapi akan selalu merupakan rangkaian kegiatan yang saling berkaitan seperti yang dijelaskan oleh Miles dan Huberman. Penjelasan tahapan tersebut adalah sebagai berikut :

a) Tahap pengumpulan data

Setelah peneliti melakukan berbagai kegiatan pengumpulan data di lapangan dari para sumber informasi, data diorganisasikan dan dimasukkan ke

dalam penyimpanan data untuk memudahkan proses lebih lanjut. Untuk memudahkan pencatatan data, peneliti mengacu pada arahan Neuman berikut:

Field researchers find three types of maps helpful : spatial, social, and temporal. The first helps orient the data: the latter two are preliminary forms of data analysis. A spatial map locates people, equipment, and the like in terms of geographical physical space to show where activities occur. A social map shows the number or variety of people and the arrangements among the of power, influence, friendship, division of labour, and so on. A temporal map shows the ebb and flow of people, goods, services, and communication, or schedules.

Pencatatan data di lapangan dilakukan dengan membuat peta dan diagram. atau gambar yang menjelaskan lokasi, keadaan sosial, dan gambaran keadaan dalam suatu waktu.

Setiap kondisi dicatat dalam *log book* yang berisikan tidak saja catatan kondisi, analisis, dan pemikiran, tetapi juga refleksi peneliti terhadap keadaan tersebut. Hasil dari pencatatan tersebut dicek kembali dengan memperhatikan akurasi/ketepatan terjadinya suatu keadaan, detail konteks, *thick description*, usefull/kegunaan informasi, dan refleksif atau keadaan diri peneliti sendiri¹ . Refleksi diri ini perlu dilakukan karena merupakan *collaborative construct* antara diri penelitian sendiri dengan subjek penelitian.

Refleksi diri ini kemudian ditangani dengan melakukan *contrastive analyzes* yaitu menganalisis noema (realitas nyata) dan noesis (realitas transendental) antar protokol satu kondisi dalam suatu fenomena seperti yang dikemukakan Neuwman sebelumnya, terdiri dari tiga aspek yaitu ;

¹ Lihat Mien Hidajat. 2007. Modul kuliah Metodologi Penelitian : *Perbedaan Penelitian Kualitaitaif dan Kuantitatif*. PS Ilmu Komunikasi. Pascasarjana UNPAD

protokol pencatatan pertama (a spatial map) berisikan analisis terhadap konteks situasi dan kondisi lokasi penelitian, protokol kedua (a social map) berisikan catatan proses sosial dan protokol ketiga (a temporal map) mencatat interaksi yang terjadi seperti setting situasi, bagaimana keterlibatan partisipan, tindakan, dan sebagainya. Dengan demikian akan diperoleh esensi dari fenomena yang diteliti yang mempunyai tingkat otensitas interpretasi yang tinggi.²

b) Tahap reduksi data

Peneliti melakukan proses pemilahan untuk menyederhanakan data yang bersifat abstrak dan “kasar”. Babie (2004: 336-381) memberikan panduan untuk melakukan reduksi data dengan cara melakukan, *Coding, memoing, and concept mapping*. Pada tahap ini pemilahan dilakukan dengan memberikan kode dengan mengelompokkan atau menggolong-golongkan data berdasarkan kategori-kategori tertentu. Kemudian untuk setiap unit kode diberikan catatan/memo yang penting untuk kemudian dianalisis lebih lanjut.

Disini peneliti juga mempelajari data-data secara lebih mendalam dan berusaha untuk menemukan makna–makna untuk masing-masing individu dan kemudian mengelompokkannya berdasarkan kategori yang tepat atau sesuai.

c) Tahap interpretasi dan penarikan kesimpulan

Hasil analisis data penelitian tidak hanya dipaparkan saja, selanjutnya peneliti disini berupaya memahami dan menginterpretasinya. Disini peneliti juga berusaha melanjutkan interpretasi tidak hanya sebatas makna suatu

² ibid

fenomena akan tetapi hingga kepada bagaimana konstruksi sosial yang dibangun. Secara aksiologis, ciri khas penelitian kualitatif yang bernafaskan fenomenologi mengakui empat kebenaran yaitu, “Kebenaran empirik sensual, kebenaran empirik logik, kebenaran empirik etik dan kebenaran empirik transendental (Noeng,1996: 13).” Berdasarkan kebenaran empirik tersebut, peneliti berusaha untuk menemukan bagaimana kegiatan eksternalisasi, objektivikasi dan internalisasi yang merupakan konstruksi sosial komunikasi kepemimpinan perempuan pengusaha memberdayakan perempuan pekerjanya sehingga akan diperoleh suatu kesimpulan final yang bersifat ilmiah.

d) Tahap Penyajian

Tahap ini merupakan tahap terakhir proses kegiatan penelitian secara keseluruhan. Data-data penelitian berikut interpretasinya disusun dalam suatu format sehingga dapat dipahami sebagai suatu alur pola atau model. Pola atau model ini disajikan dalam bentuk deskripsi ilmiah yang sederhana dan sistematis sehingga lebih mudah untuk dibaca dan dipahami.

Penelitian ini berupaya untuk mengungkap fenomena bagaimana perempuan pengusaha melakukan tindakan komunikatif kepemimpinannya dalam suatu organisasi perusahaan bisnis untuk memberdayakan perempuan pekerja yang berada pada subordinatnya. Sementara keduanya sama-sama mempunyai latar belakang yang sama yaitu berada pada konstruksi sosial budaya patriarkhi yang cenderung meminggirkan peran perempuan. Fenomena sosial yang seperti ini mengisyaratkan adanya perbedaan sosial dimana ada sebagian orang yang memiliki hak-hak istimewa dan karenanya memiliki kekuasaan atas yang lainnya.

Kondisi konteks fenomena yang demikian itu merupakan indikasi bahwa wilayah penelitian ini dapat berlanjut hingga kepada asumsi-asumsi pandangan dari tradisi kritis. Asumsi ini seperti yang ditegaskan oleh Littlejohn (2005; 47) untuk memahami kajian komunikasi dalam tradisi kritis, *Power, oppression, and privilege are the products of certain forms of communication throughout society*. Kekuasaan, penindasan, dan kepemilikan hak-hak istimewa bukanlah melekat pada diri manusia melainkan merupakan produk sosial, yang diperoleh dari proses komunikasi di dalam masyarakat. Kekuasaan, hak-hak istimewa yang dimiliki perempuan pengusaha, untuk memimpin dan memberdayakan perempuan pekerjanya, tidaklah melekat begitu saja pada dirinya. Kesemuanya itu lebih merupakan produk refleksi atau representasi dari pemaknaannya terhadap konteks konstruksi sosial budaya yang dipahaminya sebagai *taken for granted*.

Pemahaman yang dikemukakan Littlejohn ini menunjukkan bahwa tindakan komunikatif kepemimpinan yang dilakukan perempuan pengusaha ini kepada perempuan pekerjanya merupakan produk atau bentukan manusia yang merupakan akumulasi pengalaman-pengalaman sepanjang hidupnya dalam konteks sosial budaya yang melatarbelakanginya. Atau dengan kata lain komunikasi kepemimpinan merupakan konstruksi sosial dari perempuan pengusaha. Konstruksi ini berkenaan dengan proses mimesis yang merupakan proses representasi simbolik dari dunia yang dipersepsi manusia. Representasi ini dituangkan dalam berbagai bentuk teks yang seringkali menggunakan simbol-simbol, umumnya dalam simbol bahasa.

3.2.5 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data (trustworthiness) data hasil penelitian, maka diperlukan teknik pengecekan. Lexy (2006;324) menjelaskan ada empat kriteria yang digunakan untuk menentukannya yaitu, “Derajat kepercayaan (credibility), keteralihan (transferability), kebergantungan (dependability), dan kepastian (confirmability).” Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah seperti dijelaskan oleh Lexy (2006;326-334);

1) Derajat kepercayaan atau kredibilitas

Kegiatan ini dilakukan dengan *pertama* dengan ketekunan/keajegan pengamatan. Peneliti mencari secara konsisten untuk menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam konteks situasi yang relevan dengan persoalan atau tema permasalahanyang sedang dicari. Kemudian peneliti berusaha untuk selalu memusatkan diri pada aspek-aspek tersebut secara rinci, mengusahakan pencarian data, mengorganisasikannya, dan memikirkan kemungkinan logis dari data-data yang berhasil dikumpulkan tersebut.

Kedua, triangulasi data yang dapat dilakukan seperti dijelaskan Patton (2002:556) bahwa dalam memverifikasi dan mengecek validasi analisis data kualitatif dapat dilakukan dengan empat cara :

1) Methods triangulation: checking out the consistency of findings generated by different data collection methods. 2) Triangulation of sources: checking out the consistency of different data sources within the same methods. 3) Analyst triangulation: using multiple analysts to review findings. 4) Theory/perspective triangulation: using multiple perspective or theories to interpret data

Berdasarkan penjelasan tersebut maka teknik pemeriksaan keabsahan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi

berdasarkan sumber data (*triangulation of sources*). Peneliti akan membandingkan dan melakukan *cross checking* konsistensi data atau informasi dari berbagai sumber yang dikumpulkan misalnya dengan cara membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara, membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian, membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat, serta membandingkan hasil wawancara dengan berbagai dokumen yang berkaitan

Teknik *ketiga* adalah dengan pengecekan data melalui diskusi dengan rekan sejawat. Peneliti mengungkapkan hasil akhir penelitian yang bersifat sementara penelitian melalui diskusi dengan rekan-rekan yang diutamakan memiliki latarbelakang atau disiplin ilmu yang berkaitan. Melalui diskusi ini diharapkan diperoleh koreksi ataupun masukan-masukan untuk menghindari kesalahan dan menyempurnakan kesimpulan hasil penelitian.

2) Keteralihan (*Transferability*)

Penelitian ini tidak mementingkan generalisasi tetapi berusaha melihat berbagai kemiripan atau persamaan dari berbagai situasi berbeda.

3) Kebergantungan

Peneliti bukanlah alat ukur mandiri meskipun dikatakan instrumen penelitian ini adalah peneliti sendiri. Keabsahan data hasil penelitian harus selalu diperiksa ulang dengan melakukan *cross check* relevansinya dengan data lainnya.

4) Kepastian

Objektivitas hasil penelitian perlu untuk selalu dijunjung tinggi. Untuk itu, peneliti melakukan pemeriksaan kepastian data yang diperoleh dari lapangan, baik dari hasil observasi, dokumentasi maupun dari para informan sehingga terhindar dari subjektivitas peneliti dalam hasil penelitian.

3.2.6 Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan tersebar di dalam wilayah Kota Bandung. Perjalanan waktu yang harus ditempuh untuk menyelesaikannya pun tidak singkat. Waktu terpanjang diperlukan ketika peneliti terjun ke lapangan mulai dari melakukan peninjauan dengan para informan yang dilakukan sejak sebelum proposal usulan penelitian disusun hingga penyelesaian data akhir. Total waktu yang diperlukan untuk itu hingga mencapai lebih dari 10 bulan.

Penelitian ini tergolong pada *cross sectional research*. Neuman menjelaskan (2003:31), "Researchers observe at one point in time." Penelitian ini tidak dilakukan terus menerus dalam jangka panjang melainkan ditetapkan berdasarkan suatu kurun waktu tertentu saja.

Pelaksanaan kegiatan penelitian ini dibimbing oleh beberapa dosen dalam satu tim promotor. Ketua dan anggota tim promotor ini ditunjuk sebelumnya oleh pihak administrasi akademis. Pelaksanaan kegiatan ini terbagi dalam 8 tahap :

a. Tahap pertama

Pada 3 bulan pertama, peneliti melakukan studi literatur dan prasurvey untuk mengumpulkan serta mempelajari data awal fenomena yang kemudian disusun dalam bentuk proposal untuk diseminarkan.

b. Tahap kedua

Peneliti melakukan perbaikan atas masukan - masukan yang diperoleh dari seminar usulan penelitian dan mempersiapkan berbagai keperluan yang dibutuhkan untuk terjun ke lapangan.

c. Tahap ketiga

Pada tahap ini peneliti melakukan pengumpulan data di lapangan secara lebih intensif hingga diperoleh data jenuh.

d. Tahap keempat dan kelima

Peneliti melakukan pengolahan dan analisis data untuk kemudian dikonsultasikan kepada tim promotor.

e. Tahap keenam

Selama minimal 1 bulan lamanya hasil penelitian ini ditelaah oleh para ahli.

f. Tahap ketujuh

Setelah melalui serangkaian penelitian lapangan dan proses pembimbingan serta konsultasi, peneliti mempertanggungjawabkan keseluruhan hasil penelitian tersebut dalam sidang tertutup.

g. Tahap kedelapan

Setelah merevisi masukan dari sidang tertutup, peneliti kembali mempertanggungjawabkannya dalam sidang terbuka. Uraian tahap tersebut disederhanakan dalam tabel berikut ini;

Tabel 3.3
Jadwal Penelitian

TAHAP KEGIATAN	KEGIATAN BULAN KE ---															
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16
Tahap Pertama Persiapan Penelitian & Seminar Usulan	*	*	*													
Tahap Kedua Revisi Usulan Penelitian & Persiapan Penelitian			*	*												
Tahap Ketiga Pengumpulan Data di Lapangan		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*					
Tahap Keempat Pengolahan & Analisa Data							*	*	*	*	*					
Tahap Kelima Konsultasi Naskah Disertasi dgn Tim Promotor									*	*	*	*	*			
Tahap Keenam Proses Telaah Naskah Disertasi												*	*			
Tahap Ketujuh Ujian Tertutup & revisi												*	*	*		
Tahap Kedelapan Ujian Terbuka & revisi													*	*	*	

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Menurut tradisi studi fenomenologis, pembahasan hasil penelitian harus diawali dengan gambaran umum, baik mengenai informan itu sendiri maupun konteks situasi dan kondisi lingkungan dimana mereka berada. Sebelumnya, pada uraian hasil penelitian ini, peneliti menggunakan istilah kualitatif untuk menjelaskan gambaran kuantitas yaitu sebagai berikut ;

- a. “Semua” untuk menggambarkan keseluruhan jumlah informan
- b. “Sebagian besar atau umum” untuk menggambarkan kecenderungan lebih dari setengah jumlah kelima belas informan, atau lebih dari 8 orang informan
- c. “Setengah atau separuh” untuk menggambarkan kondisi seimbang, atau antara 7 dan 8 orang informan
- d. “Sebagian kecil, sedikit, dan atau jarang” untuk menggambarkan jumlah kurang dari setengah jumlah keseluruhan informan, atau kurang dari 7 orang informan

4.1.1 Gambaran Umum Kota Bandung Sebagai Lokasi Penelitian

Kota Bandung merupakan ibu kota wilayah propinsi Jawa Barat. Kota Bandung seringkali disebut sebagai Kota Kembang. Kota ini memproklamirkan visinya yaitu “Tewujudnya Kota Bandung sebagai Kota Jasa yang Bermartabat

(Bersih, Makmur, Taat dan Bersahabat). Bermartabat dirujuk pada pemahaman akan harkat atau harga diri yang menunjukkan eksistensi masyarakatnya yang dapat dijadikan teladan karena kebersihannya, bebas dari sampah, bersih dari praktik Korupsi, Kolusi dan Nepotisme (KKN), penyakit masyarakat dan perbuatan tercela lainnya. Kota Bandung juga ingin dapat memberikan kemakmuran bagi warganya, memiliki warga yang taat terhadap agama, hukum, aturan keamanan, tertib, dan menjadi warga yang bersahabat, santun, akrab, dan juga menyenangkan.

Sementara itu, perkembangan kota Bandung diwarnai dengan misi yang diusung di setiap langkah pembangunannya yaitu berkenaan dengan :

1. mengembangkan sumber daya manusia yang handal yang religius, yang mencakup pendidikan, kesehatan, dan moral keagamaan.
2. mengembangkan perekonomian kota yang adil, yang mencakup peningkatan perekonomian yang tangguh, sehat dan berkeadilan dalam rangka meningkatkan pendapatan masyarakat, menciptakan lapangan kerja dan kesempatan berusaha.
3. mengembangkan sosial budaya kota yang ramah dan berkesadaran tinggi, serta berhati nurani, yang mencakup peningkatan partisipasi masyarakat dalam rangka meningkatkan ketenagakerjaan, meningkatkan kesejahteraan sosial, keluarga, pemuda dan olah raga serta kesetaraan jender.
4. meningkatkan penataan kota, yang mencakup pemeliharaan serta peningkatan prasarana kota agar sesuai dengan dinamika peningkatan

kegiatan kota dengan tetap memperhatikan tata ruang kota dan daya dukung lingkungan kota.

5. meningkatkan kinerja pemerintah kota secara professional, efektif, efisien, akuntabel, dan transparan, yang mencakup pemberdayaan aparatur pemerintah dan masyarakat.
6. mengembangkan sistem keuangan kota, mencakup sistem pembiayaan pembangunan yang dilaksanakan pemerintah, swasta dan masyarakat.

Pada awalnya wilayah kota Bandung hanyalah sebuah desa kecil yang didirikan pada tahun 1810. Daya tarik Kota Bandung yang mampu memberikan perbaikan kesejahteraan hidup telah mengakibatkan arus urbanisasi yang tinggi dari daerah-daerah di sekitarnya, bahkan dari daerah di luar Propinsi Jawa Barat. Lama kelamaan, wilayahnya bertambah luas dan penduduknya semakin bertambah padat dari tahun ke tahun. Saat ini luas wilayah Kota Bandung sekitar 16 729,50 hektar atau setara dengan 167,67 Km². Wilayah Kota Bandung ini terbagi dalam dalam 26 kecamatan dengan tingkat rata-rata kepadatan penduduk yang cukup tinggi yaitu 13 505 jiwa/km².

Secara geografis Kota Bandung terletak di antara 107⁰ 32' 38.91" Bujur Timur dan 6⁰ 55' 19.94" Lintang Selatan. Ketinggian dataran Kota Bandung 768 meter di atas permukaan laut (dpl). Titik tertinggi di daerah perbukitan Bandung Utara dengan ketinggian 1 050 meter dan terendah di sebelah Selatan 675 meter di atas permukaan laut (dpl). Iklim Kota Bandung tergolong sejuk dan lembab.

Menurut pantauan, akhir-akhir ini temperatur rata-rata Kota Bandung cenderung meningkat. Pada tahun 2003 kondisi temperatur Kota Bandung masih

sekitar $23,5^{\circ}\text{C}$, sedangkan pada tahun 2005 meningkat tajam hingga pernah mencapai $31,6^{\circ}\text{C}$. Keadaan ini diduga terjadi karena polusi udara yang terjadi di Kota Bandung. Meskipun demikian, curah hujan masih tergolong tinggi, rata-rata 156,4 mm, dan jumlah hari hujan rata-rata 15 hari setiap bulannya.



Sumber : Situs Resmi Pemerintah Kota Bandung (<http://www.bandung.co.id>)

Gambar 4.1 Peta Daerah Kota Bandung

Kota ini cukup strategis terutama dalam bidang komunikasi, perekonomian. Kota Bandung terletak pada poros jalan raya yang menghubungkannya dengan Ibu Kota Negara, DKI Jakarta, dan juga jalan-jalan yang menghubungkan daerah-daerah perkebunan dengan perkotaan. Kota Bandung menjadi sangat strategis sebagai kota yang mempertemukan antara sumber produksi dan masyarakat konsumen.

Kota Bandung dibangun atas prakarsa Bupati Bandung, R. A. Wiranatakusumah II, yang kemudian dikenal sebagai *the founding father*. Sama

seperti kota-kota lainnya, Kota Bandung pun mempunyai lambang yang telah ditetapkan dengan Peraturan Daerah (Perda) tahun 1953 tanggal 8 Juni 1953. Perda ini kemudian diperkuat dengan Keputusan Presiden (Kepres) No. 104 tanggal 28 April 1953, dan kemudian diundangkan dalam Berita Propinsi Jawa Barat tanggal 28 Agustus 1954 No. 4 lampiran No. 6.

Lambang Kota Bandung bertokoh perisai berbentuk seperti jantung. Perisai tersebut terbagi dalam dua bagian oleh sebuah balok – lintang mendatar bertajuk empat buah, yang berwarna hitam dengan pelisir berwarna putih (perak) pada pinggir sebelah atasnya.

Bagian atas latar berwarna kuning (emas) yang dilengkapi dengan lukisan sebuah gunung berwarna hijau yang bertumpu pada balok-lintang. Bagian bawah latar berwarna putih (perak) dengan lukisan empat bidang jalur mendatar berombak yang berwarna biru. Di bawah perisai itu terlukis sehelai pita berwarna kuning (emas) yang melambai pada kedua ujungnya. Pada pita itu tertulis dengan huruf-huruf besar latin berwarna hitam berasal dari bahasa kawi yang berbunyi **GEMAH RIPAHA WIBAWA MUKTI**. Arti dari kalimat tersebut adalah tanah subur rakyat makmur.

Sebagai tokoh lambang itu diambil bentuk perisai atau tameng, yang dikenal kebudayaan dan peradaban sebagai senjata dalam perjuangan untuk mencapai sesuatu tujuan dengan melindungi diri. Perkakas perjuangan yang demikian itu dijadikan lambang yang mempunyai arti menahan segala mara bahaya dan kesukaran. Bentuk lambang Kota Bandung adalah seperti gambar di bawah ini ;



Sumber : Situs Resmi Pemerintah Kota Bandung (<http://www.bandung.co.id>)

Gambar 4.2 Lambang Kota Bandung

Adapun makna warna dalam lambang tersebut adalah ;

- ❖ Kuning (emas) yang berarti ; kesejahteraan, keluhungan
- ❖ Hitam (Sabel) yang berarti kokoh, tegak, kuat
- ❖ Hijau (Sinopel) yang berarti kemakmuran sejuk
- ❖ Putih (Perak) yang berarti kesucian
- ❖ Biru (Azuur) yang berarti kesetiaan

Sementara itu bendera Kota Bandung adalah seperti pada Gambar 4.3 di bawah ini. Bendera tersebut ditetapkan berdasarkan Surat Keputusan DPRD Sementara Kota Besar Bandung tanggal 8 Juni 1953 No. 9938/53.



Sumber : Situs Resmi Pemerintah Kota Bandung (<http://www.bandung.co.id>)

Gambar 4.3 Bendera Kota Bandung

Bendera Kota Bandung ini terdiri dari tiga bidang jalur mendatar, berturut-turut dari atas ke bawah berwarna hijau, kuning, dan biru dengan perbandingan 2:1:2. Perbandingan antara panjang dan lebar bendera adalah 7 : 5.

Kota Bandung yang disimbolkan dengan bendera dan lambang ini merupakan identitas diri yang menggambarkan konsep ideal yang diinginkan terwujud atas dasar keluhuran budi manusia dan suci untuk selalu memberikan perlindungan dan kesejahteraan hidup bagi para penduduknya.

Kota ini terlihat terus berusaha untuk memperbaiki diri. Permasalahan sampah yang pernah sempat mengemuka menjadi isu nasional, menempanya untuk terus memperbaiki diri. Litbang Harian Umum Kompas pernah mengumumkan bahwa situs resmi Kota Bandung, sebagai situs pemerintah terbaik di seluruh Indonesia dari sisi estetika maupun kelengkapan data. Siapa pun yang ingin mengetahui informasi umum tentang Kota ini tinggal mengakses melalui internet yang secara berkala yang selalu mereka di-*up date* atau diperbaharui. Keseluruhan informasi data ini diperoleh dan diadopsi dari situs tersebut dengan alamat <http://www.bandung.go.id>

4.1.2 Kondisi Penduduk Perempuan Kota Bandung dalam Bidang Pendidikan, Ketenagakerjaan dan Status Perkawinan

Mengacu pada hasil Susenas Biro Pusat Statistik Kota Bandung tahun 2005, penduduk Kota Bandung berjumlah 2 270 970 jiwa. Jumlah penduduk perempuan maupun laki-laki sebanding banyaknya yaitu 1 135 485 jiwa. Ini

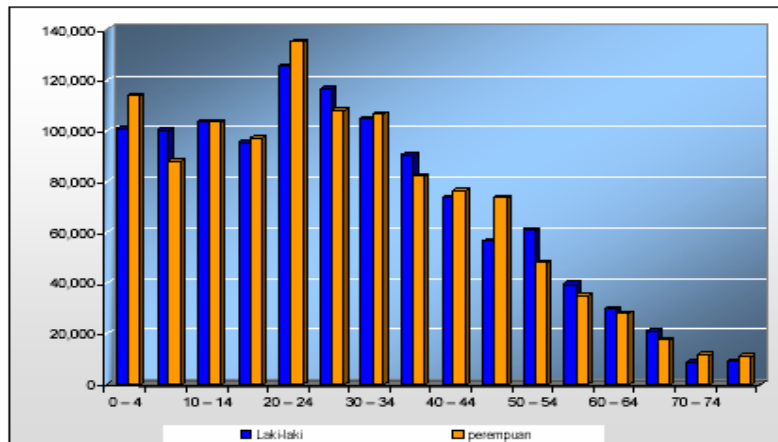
menunjukkan bahwa potensi sumber daya manusia di Kota Bandung tidaklah berbeda antara laki-laki maupun dengan perempuan.

Kota Bandung ternyata juga tidak hanya memberikan daya tarik yang kuat bagi penduduk yang berada dalam negeri, akan tetapi juga para warga negara asing. Jumlah penduduk warga negara asing yang tercatat berjumlah 4 301 jiwa. Menurut Kantor Imigrasi Bandung, warga negara asing yang berdiam dan menetap di Kota Bandung setiap bulannya rata-rata sebesar 2 511 orang, sedangkan jumlah warga negara asing yang berdiam sementara setiap bulannya rata-rata sebesar 5 849 jiwa.

Sementara itu, bila dilihat dari pembagian kelompok umur pada gambar berikut, jumlah penduduk perempuan lebih terkonsentrasi pada rentang usia produktif. Sebagai contoh, penduduk perempuan pada rentang usia antara 20-24 tahun saja cukup signifikan lebih banyak daripada penduduk laki-laki. Gambaran ini menunjukkan bahwa penduduk perempuan di Kota Bandung memiliki potensi yang cukup besar sebagai salah satu sumber daya pembangunan. Penduduk perempuan bila diberdayakan akan turut dapat berpartisipasi aktif dan memberikan sumbangsih yang tidak sedikit di dalam memajukan pembangunan nasional , khususnya di Kota Bandung.

Meskipun demikian bukan berarti bahwa jumlah penduduk laki-laki lebih sedikit. Secara keseluruhan, total jumlah penduduk laki-laki dan perempuan berimbang. Keadaan ini merupakan tantangan bagi penduduk perempuan agar mereka turut aktif dan produktif sehingga tidak menjadi beban bagi pembangunan.

Grafik 4.1
Penduduk Kota Bandung Menurut Kelompok Umur



Sumber : Bandung dalam Statistik pada Situs Resmi Pemerintah Kota Bandung (<http://www.bandung.co.id>)

Detail jumlah penduduk laki-laki dan perempuan tersebut dapat dilihat secara lebih jelas pada tabel 4.1 berikut ;

Tabel 4.1
Penduduk Kota Bandung Menurut Kelompok Umur

	KELOMPOK UMUR AGE GROUP	LAKI-LAKI MALE	PEREMPUAN FEMALE	JUMLAH TOTAL
	(1)	(2)	(3)	(4)
1	0 - 4	100.932	113.872	214.804
2	5 - 9	100.285	87.992	188.277
3	10 - 14	103.520	103.520	207.040
4	15 - 19	95.109	97.050	192.159
5	20 - 24	125.518	135.223	260.741
6	25 - 29	116.460	108.049	224.509
7	30 - 34	104.814	106.755	211.569
8	35 - 39	90.500	82.169	172.749
9	40 - 44	73.750	76.346	150.104
10	45 - 49	56.289	73.750	130.047
11	50 - 54	60.818	47.878	108.696
12	55 - 59	39.467	34.938	74.405
13	60 - 64	29.762	27.821	57.583
14	65 - 69	20.704	17.469	38.173
15	70 - 74	8.411	11.646	20.057
16	75 Keatas	9.058	10.999	20.057
	Jumlah Total	1.135.485	1.135.485	2.270.970

Sumber/Source : BPS Kota Bandung (Hasil Susenas 2005)

Kondisi status pernikahan penduduk perempuan dan laki-laki berdasarkan hasil Susenas BPS tahun 2005 tidak terliput dan tidak tergambarkan, maka sebagai gambaran digunakan data hasil Susenas BPS tahun 2003 seperti yang dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini. Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa baik jumlah penduduk perempuan maupun laki-laki yang sudah menikah sama banyaknya. Jumlah penduduk perempuan yang bercerai, baik itu karena kematian maupun yang lainnya, jumlahnya jauh lebih banyak daripada jumlah penduduk laki-laki. Nampaknya kualitas hidup perempuan pun lebih baik dibandingkan laki-laki karena jumlah penduduk perempuan yang cerai mati atau dimana suaminya telah lebih dahulu meninggal dunia jauh lebih banyak. Sementara itu dari tabel juga diketahui bahwa lebih banyak penduduk laki-laki yang belum menikah dibandingkan penduduk perempuan.

Tabel 4.2
Penduduk Kota Bandung Menurut Jenis Kelamin dan Status Perkawinan

STATUS PERKAWINAN <i>MARRIAGE STATUS</i>		LAKI-LAKI <i>MALE</i>	PEREMPUAN <i>FEMALE</i>	JUMLAH <i>TOTAL</i>
		(1)	(2)	(3)
1	Belum Kawin	388.618	342.510	731.128
2	Kawin	513.444	510.490	1.023.934
3	Cerai Hidup	4.733	17.159	21.892
4	Cerai Mati	11.828	50.272	62.100
Jumlah Total		918.623	920.431	1.839.054

Sumber/Source : BPS Kota Bandung (Hasil Susenas 2003)

Lebih dari separuh penduduk Kota Bandung, baik itu laki-laki maupun perempuan memiliki pendidikan paling tinggi setingkat Sekolah Menengah Umum ke bawah. Secara umum tidak terlalu berbeda antara jumlah laki-laki maupun perempuan. Perbedaan mencolok terlihat pada kelompok pendidikan diploma I/II ke atas, dimana jumlah perempuan lebih sedikit daripada laki-laki.. Terlebih lagi perempuan yang mengenyam jenjang pendidikan pasca sarjana, jumlahnya sedikit sekali. Gambaran ini menunjukkan bahwa sedikit sekali perempuan yang mengenyam pendidikan tinggi. Mengenai kondisi pendidikan penduduk Kota Bandung tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

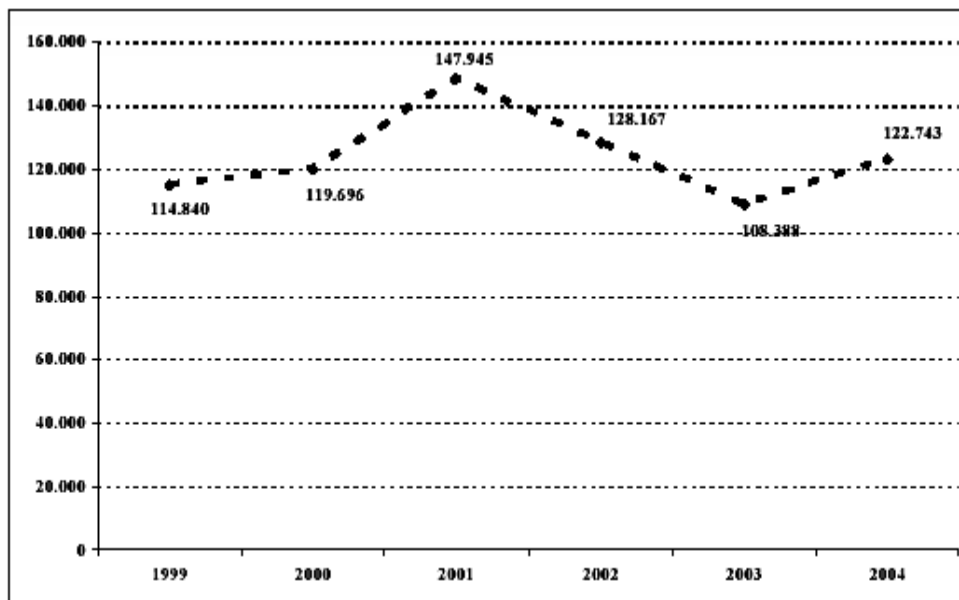
Tabel 4.3
Penduduk Usia 10 Tahun Ke Atas Menurut Jenis Kelamin dan Ijazah Tertinggi Di Kota Bandung

Pendidikan <i>EDUCATION</i>	Laki-laki <i>MALE</i>	Perempuan <i>FEMALE</i>	Jumlah <i>TOTAL</i>
[1]	[2]	[3]	[4]
1. Tidak Punya Ijazah	94.462	122.930	217.392
2. SD / MI / Sederajat	229.685	263.976	493.661
3. SLTP / MTs / Sederajat	174.690	203.805	378.495
4. SMU / MA / Sederajat	256.859	217.392	474.251
5. SMK / Sederajat	71.170	37.526	108.696
6. Diploma I / II	14.881	18.116	32.997
7. Diploma III / Sarjana Muda	32.350	23.292	55.642
8. Diploma IV / S1	57.583	45.290	102.873
9. S2 / S3	2.588	1.294	3.882
Jumlah Total	934.268	933.621	1.867.889

Sumber/Source : BPS Kota Bandung (Hasil Susenas 2005)

Beralih kepada penyerapan tenaga kerja secara umum. Dari tahun ke tahun, grafik penyerapan tenaga kerja di Kota Bandung menunjukkan peningkatan. Setelah tahun 2001, krisis ekonomi melanda Indonesia dimana banyak perusahaan mengalami pailit atau kebangkrutan, bahkan gulung tikar. Akibatnya penyerapan tenaga kerja pun berkurang. Keadaan ini semakin menjadi-jadi pada masa sekarang ini dimana tingkat kemiskinan meningkat sementara tidak ada perluasan lapangan kerja. Badan Pusat Statistik menyajikan hasil Susenasnya tahun 2005 dalam grafik berikut :

Grafik 4.2
Perkembangan Jumlah Tenaga Kerja Industri Besar dan Sedang
Yang Dapat Diserap di Kota Bandung



Sumber : Bandung dalam Statistik pada Situs Resmi Pemerintah Kota Bandung
(<http://www.bandung.co.id>)

Masalah pengangguran menjadi masalah nasional. Begitupun di Kota Bandung. Jumlah tenaga kerja yang belum terserap ini diharapkan dapat memenuhi berbagai lapangan usaha.

Dalam pengolahan data, Badan Pusat Statistik membagi empat jenis industri yang didasarkan pada jumlah tenaga kerja. Industri Besar adalah perusahaan industri yang mempunyai pekerja 100 orang atau lebih. Industri Sedang mempunyai pekerja antara 20 hingga 99 orang. Industri Kecil mempunyai tenaga kerja antara 5 – 19 orang, dan Industri Kerajinan Rumah tangga mempunyai pekerja kurang dari 5 orang.

Sektor usaha kecil dan menengah memiliki potensi yang cukup besar untuk dapat menyerap tenaga kerja. Usaha industri kecil menjadi primadona dengan nilai investasi di bawah 5 juta. Dari 8 664 unit usaha, sebanyak 1 623 tenaga kerja terserap oleh sektor ini.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa industri kecil dan industri rumah tangga paling diminati perempuan karena untuk mendirikan tidak membutuhkan dana yang tidak besar dan seringkali relatif dapat disesuaikan dengan kemampuan ekonomi yang ada. Perempuan lebih merasa nyaman berada pada industri kecil ini karena selain tidak memerlukan prosedur baku yang terlalu kaku, mereka dapat menjalankan bisnis ini di sela-sela waktu mengurus anak-anak dan suaminya. Melalui industri ini pula, perempuan dapat menyalurkan hobi atau ketrampilan yang dimiliki.

Sebagian besar industri ini pun berkenaan dengan pemenuhan kebutuhan perempuan dan rumah tangganya seperti makanan, minuman, hiasan, pakaian,

sepatu aksesoris dan sebagainya. Aspek terpenting dalam industri ini adalah inovasi produk dan kekhasan produk yang lain daripada yang lain. Meskipun tidak terlalu besar memberikan keuntungan, industri ini mampu memberikan dukungan finansial bagi keluarga dan perkembangan Kota Bandung pada umumnya. Bagaimana potensi industri di Kota Bandung dalam penyerapan tenaga kerja dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.4
Potensi Serapan Tenaga Kerja di Kota Bandung

KRITERIA CRITERIA	UNIT USAHA ESTABLISH UNIT	TENAGA KERJA MANPOWER
[1]	[2]	[1]
1. *) INDUSTRI BESAR	15	1.121
2. **) INDUSTRI MENENGAH	15	541
3. ***) INDUSTRI KECIL FORMAL	138	1.588
4. INDUSTRI KECIL ****) NON FORMAL	8.664	35
J U M L A H	8.832	3.285

Catatan : *) Nilai Investasi di atas Rp 1.000.000.000,-
 **) Nilai Investasi Rp 200.000.000,- s/d Rp 1000.000.000,-
 ***) Nilai Investasi Rp 5.000.000,- s/d Rp 200.000.000,-
 ****) ... Nilai Investasi di bawah Rp 5.000.000,-

Sumber/Source : Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Bandung

Adapun tiga penggolongan jenis lapangan usaha yang menjadi sumber utama pendapatan bagi sebagian besar penduduk Kota Bandung adalah bidang perdagangan, disusul oleh industri pengolahan, dan jasa. Bagaimana penggambaran sebaran penduduk pada lapangan usaha tersebut ini dapat dilihat pada tabel berikut ;

Tabel 4.5

Penduduk Usia 10 Tahun Ke Atas Yang Bekerja Menurut Jenis Kelamin dan Lapangan Usaha Utama Di Kota Bandung

Lapangan Usaha Utama <i>Main Industry</i>	LAKI-LAKI <i>MALE</i>	PEREMPUAN <i>FEMALE</i>	JUMLAH <i>TOTAL</i>
[1]	[2]	[3]	[4]
1. Pertanian <i>Agriculture</i>	12.940	9.705	22.645
2. Pertambangan & Galian <i>Mining and Quarrying</i>	-	-	-
3. Industri Pengolahan <i>Manufacturing Industry</i>	148.810	80.228	229.038
4. Listrik, Gas & Air <i>Electricity, Gas and Water</i>	2.588	-	2.588
5. Konstruksi <i>Contructions</i>	49.819	647	50.466
6. Perdagangan <i>Trade</i>	195.394	110.637	306.031
7. Transpor dan Komunikasi <i>Transport and Communications</i>	55.642	2.588	58.230
8. Keuangan <i>Finance</i>	31.703	18.116	49.819
9. Jasa <i>Services</i>	108.696	69.876	178.572
10. Lain-lain <i>Others</i>	5.176	1.294	6.470
Jumlah <i>Total</i>	610.768	293.091	903.859

Sumber/Source : BPS Kota Bandung (Hasil Susenas 2005)

Perbandingan antara penduduk perempuan dan laki-laki yang bekerja berbeda sangat tajam. Jumlah penduduk perempuan yang bekerja mencapai kurang dari 1/3 jumlah penduduk laki-laki. Kesenjangan antara jumlah penduduk perempuan dan laki-laki sangat signifikan terlihat di hampir semua bidang usaha. Penduduk perempuan banyak terserap pada ketiga bidang utama, terutama sekali pada usaha perdagangan.

Kelangkaan jumlah penduduk perempuan ditemui pada lapangan usaha konstruksi. Bahkan terdapat lapangan usaha yang sama sekali tidak terjamah oleh perempuan yaitu lapangan usaha yang berkaitan dengan listrik, gas, air, dan pertambangan, serta galian.

4.1.3 Perempuan Pengusaha Dalam Pandangan Umum Agama

Para informan penelitian ini mayoritas beragama Islam. Sementara itu hanya sebagian kecil saja yang beragama Hindu dan Kristen Katolik. Berdasarkan kondisi lapangan tersebut, maka pandangan agama secara umum mengenai peran dan posisi perempuan yang menjadi pengusaha akan diulas berikut ini sesuai agama-agama yang mereka anut tersebut.

4.1.3.1 Perempuan Pengusaha Dalam Pandangan Agama Kristen

Dalam uraiannya, Murniati¹ menjelaskan secara garis besar pandangan tradisi Gereja Katolik yang mengacu pada kitab suci Perjanjian Lama dan Perjanjian Baru. Tradisi Yahudi sangat kental disini mempengaruhi cara

¹ Nunuk A. Murniati "Tradisi dalam Gereja Katolik", dalam *Gentar Gender*. Buku Kedua. Jakarta: Yayasan IKAPI & The Ford Foundation h 33-40

memandang laki-laki dan perempuan. Menurut tradisi Yahudi tersebut, akan merupakan suatu keberkahan bila menjadi laki-laki, karena perempuan dianggap sebagai penggoda dan pembuat dosa. Menurut pandangan mereka, perempuan-perempuan itu sudah sepantasnya bersifat pasif. Ia berkewajiban hamil, melahirkan anak dan menjadi ibu agar menghasilkan keturunan yang diresmikan oleh gereja. Meskipun diliputi oleh label penggoda dan pembuat dosa, perempuan pun akan mendapatkan berkah Allah bila ia berada di bawah pimpinan laki-laki.

Sementara itu, menurut Anne Carr dan Douglas J. Schuurman dalam bukunya *Religion, Feminism, and The Family* seperti diceritakan kembali oleh Nope (2005:51) menyatakan bahwa “Yesus memperlakukan perempuan sebagai individu yang setara dan bahwa pada awal penyebarannya, pengikut ajaran Kristen baik laki-laki maupun perempuan dipandang sbagai murid yang setara.” Selanjutnya, Nope (2005:52) memaparkan pendapat-pendapat senada yang diungkapkan Denise dan Paulus (Pauline Credo) dengan mengacu pada Alkitab, Galatia 3:28, “Dalam hal ini tidak ada orang Yahudi atau orang Yunani, tidak ada hamba atau orang merdeka, tidak ada laki-laki atau perempuan, karena kamu semua adalah satu di dalam Kristus Yesus.” Berdasarkan ini, maka dapatlah ditarik kesimpulan bahwa sebenarnya dalam ajaran Yesus tidak terdapat diskriminasi antara laki-laki maupun perempuan. Keduanya mendapat diperlakukan sama dalam penebusan. Apabila terjadi perbedaan itu hanyalah berkaitan dengan konstruksi sosial masyarakat. Padahal sebenarnya baik laki-laki maupun perempuan itu memiliki konsekuensi dasar dan tanggung jawab masing-masing berkenaan dengan statusnya.

Para penganut Kristiani tidak dilarang untuk menjadi kaya, sepanjang mereka menggunakan kekayaan mereka itu untuk membantu orang-orang yang tidak mampu. Nope² pun menjelaskan bahwa, “Yesus mengajarkan tentang kehidupan yang sederhana, harta benda seharusnya disimpan di surga bukan di dunia.” Mereka, para penganut agama Kristen, yang berusaha keras mencari kekayaan tidak dianggap sebagai suatu dosa atau kesalahan, namun keadaan itu berlaku sepanjang usahanya itu tidak membuatnya terpaku dan tidak berpaling dari keduniawian.

Reformasi ajaran Kristen yang dipelopori oleh Martin Luther³ membawa pembaharuan dalam kehidupan sosial ekonomi. Menurutnya, pemerintah semestinya menjalankan fungsi-fungsi ekonomi yang penting, mendukung pendapatan nasional daripada pendapatan pribadi. Nope menjelaskan ajaran Lutheran bahwa, “Praktek kerja keras berfungsi sebagai jalan untuk mendisiplinkan manusia dan wujud hukuman bagi manusia karena kejatuhannya (dalam dosa). Manusia memiliki kewajiban untuk bekerja, yang pada gilirannya akan menghasilkan hak milik pribadi.” Jadi menurut pandangan Lutheran, bekerja merupakan suatu “panggilan dari Tuhan.” Bekerja merupakan kewajiban setiap insan manusia. Bekerja merupakan karena bagian dari ibadah kepada Tuhan.

Kaum Calvinis yang dimotori oleh John Clavin⁴ mengacu pada pemahaman pandangan Lutheran ini. Bagi mereka, kesuksesan ekonomi merupakan anugerah yang akan mendatangkan keselamatan. Keadaan itu dapat

² C.Y. M.Nope.2005.*Sekilas Sejarah Pertumbuhan Kapitalisme*.Yogyakarta:Resist Book. h.7-25

³ idem h. 32

⁴ idem h 33

terwujud bila kesuksesan yang diperoleh itu dimaksudkan untuk mendekatkan diri kepadaNya. Manusia wajib hukumnya bekerja keras untuk mendapatkan kapital, namun ia pun wajib menghindari sikap konsumtif, pamer atau berlebih-lebihan, dan selalu senantiasa menjunjung tinggi keadilan.

Berdasarkan uraian tadi, jelaslah bahwa sebenarnya dalam ajaran Kristiani, baik perempuan maupun laki-laki mempunyai kedudukan yang sama. Mereka mempunyai kesempatan yang sama untuk berusaha mendapatkan cinta Tuhan. Keduanya berkewajiban untuk bekerja dengan sungguh-sungguh karena itu merupakan bagian dari ibadah. Bila laki-laki ataupun perempuan menjadi kaya karena usahanya, maka itu akan menjadi anugerah, hanya bila sepanjang dimaksudkan untuk mendapatkan keselamatanNya.

Begitu pun bila perempuan Kristiani menjadi pengusaha. Tidak ada larangan bagi perempuan untuk bekerja, berkarya ataupun berusaha. Tidak juga menjadi suatu kesalahan bila ia menjadi kaya karenanya. Bila dilakukan dengan sungguh-sungguh dengan selalu mengedepankan kasih Tuhan, maka ia akan mendapatkan anugerah atas apa yang diusahakannya itu.

4.1.3.2 Perempuan dalam Pandangan Agama Hindu

Senen (2005:10) dalam bukunya menjelaskan bahwa, “Kebudayaan Bali banyak mendapat pengaruh dari agama dan kebudayaan Hindu.” Pengaruh ini terakulturasi dengan baik antara agama Hindu dan kebudayaan Bali. Hingga saat ini diantara keduanya menjadi satu kesatuan yang sulit dibedakan.

Masih menurut penjelasan Senen (2005:12), pandangan masyarakat Bali pada umumnya memandang perempuan sebagai, “Insan yang lemah, mudah dipengaruhi, mudah menyerah, mudah menangis dan lain sejenisnya.” Oleh karena itu perempuan harus mendapat perlindungan, bantuan, perhatian dan pengawasan sejak kecil dari kaum laki-laki. Pandangan yang seperti ini jelas menyatakan bahwa perempuan inferior sedangkan laki-laki superior, karenanya laki-laki wajib melindungi perempuan.

Pandangan yang demikian ini memberikan peluang terbentuknya interpretasi yang kurang mengena bagi perempuan. Senen (2005:16-17) menjelaskan bagaimana kedudukan laki-laki yang begitu kuatnya dalam masyarakat Bali. Sebagai contoh, ketika menikah sang istri harus meninggalkan rumah dan ikut suaminya. Ia tidak mendapatkan hak waris dan tidak pula diwajibkan untuk menanggung keperluan orang tuanya termasuk melaksanakan *ngaben*. Meskipun demikian perempuan dapat meningkatkan kastanya bila menikah dengan laki-laki yang memiliki kasta lebih tinggi. Sebaliknya, bila laki-laki yang memiliki kasta lebih rendah menikah dengan perempuan yang memiliki kasta lebih tinggi, ia tidak boleh mengikuti kasta istrinya. Meskipun tingkat kasta lebih tinggi, sang istri tidak kemudian mengikuti kasta suaminya, ia justru kehilangan hak atas waris dan hak mengurus orang tuanya.

Perempuan dalam ajaran agama Hindu juga seringkali diinterpretasi lebih rendah daripada laki-laki. Dalam agama Hindu kewajiban suami istri diuraikan dalam Manu Dharmacastra (Weda Smrti) Bab IX pasal 1-103 seperti dikutip oleh

Komnas Perempuan (2002: 186) dalam bukunya “Peta Kekerasan : Pengalaman Perempuan Indonesia” berikut ini ;

“Beberapa kewajiban suami : melindungi istri dan anak, mengawinkan anak pada waktunya, menyerahkan dan menugaskan sepenuhnya kepada istri untuk mengurus harta rumah tangga, urusan dapur, urusan agama dalam rumah tangga, menjamin hidup atau nafkah istrinya jika karena suatu tugas penting ia harus meninggalkan istrinya ke luar daerah, mempergauli istrinya dan mengusahakan agar antara mereka tidak timbul perceraian, dan masing-masing tidak melanggar kesuciannya.

Beberapa kewajiban istri : tidak bertindak sendiri-sendiri dengan meninggalkan ayah atau suami, pandai membawa diri, pandai mengatur dan memelihara rumah tangga, setia kepada suami. (barang siapa melanggar kewajiban sebagai istri terhadap suaminya, maka ia berdosa dan dalam penitisannya yang akan datang ia akan lahir (kembali) dari kandungan serigala)

Dari kutipan di atas, salah interpretasi dapat saja terjadi. Laki-laki dipandang lebih penting daripada perempuan. Yang menjadi “kewajiban” bagi suami adalah menyerahkan sepenuhnya urusan rumah tangga kepada sang istri. Laki-laki sebagai suami menjadi penentu kebijakan keluarga sedangkan sang istri menjadi pelaksana.

Implikasinya lebih lanjut dapat menyebabkan istri terbebani peran ganda bila sang suami tidak mampu menafkahi. Sang istri harus pontang panting mengurus rumah tangga dan mencari penghasilan. Istri pun tidak dapat mewakili dirinya sendiri. Ia tergantung pada keputusan ayah atau suami. Keputusan yang diambil oleh orang lain ini sangat besar kemungkinannya jauh dari konsep adil. Belum tentu keputusan itu tepat untuk dirinya. Disini perempuan seolah tidak mempunyai hak atas dirinya sendiri.

Ada pula pelabelan yang tidak mengenakan kepada perempuan, sebagaimana diatur dalam Manawa Dharmasastra. Hilman Hadikusuma seperti dikutip oleh Komnas Perempuan dalam buku yang sama (2002: 187) menguraikan bahwa ;

laki-laki dilarang untuk menikah dengan perempuan yang mengabaikan upacara *yadna* (upacara korban suci), perempuan dari keluarga yang tidak memiliki keturunan pria, tidak mempunyai saudara pria atau yang ayahnya tidak diketahui, perempuan yang tidak mempelajari Weda, perempuan yang anggota tubuhnya berbulu tebal, terlalu banyak bulu badannya atau tidak ada bulu sama sekali, perempuan yang berpenyakit, perempuan yang cerewet, perempuan yang matanya merah, perempuan yang cacat badannya dan perempuan yang memakai nama binatang, pohon, sungai, golongan rendah, gunung-gunung, ular, budak, yang menimbulkan rasa takut.

Meskipun aturan ini tidak lagi kaku, namun ini membuat perempuan-perempuan, seperti yang disebutkan dalam kitab tersebut, akan dijauhi dan atau dianggap buruk oleh masyarakat, khususnya laki-laki.

Lebih lanjut Senen menjelaskan kemudian bahwa dalam kitab Weda IX, nomor 27 dan 28 (2005:18-19) disebutkan bahwa pada garis besarnya sebenarnya posisi perempuan itu setara dengan laki-laki. Ia merupakan *predana* (elemen feminin) dari kesatuannya dengan laki-laki atau *purusan* (elemen maskulin). Artinya tanpa ada pertemuan antara unsur perempuan dan unsur laki-laki, manusia tidak akan lahir.

Pandangan yang demikian itu dijelaskan Senen (2005:19) sebagai, “Serba dua kontras seperti itu disebut sebagai *rwa bhineda* (dua dimensi berbeda dalam satu kesatuan.” Ini berarti bahwa perempuan dan laki-laki sebenarnya merupakan dua insan yang berbeda fisik dan kewajiban namun memiliki tujuan dan tanggung

jawab yang sama, yaitu ingin membentuk keluarga *dharmika*. Tujuan membentuk keluarga *dharmika* adalah untuk mencapai kebahagiaan lahir dan batin.

Untuk mencapai keluarga *dharmika*, agama Hindu dan adat budaya Bali memberi empat jalan utama yaitu spiritual, ilmu pengetahuan, karya, dan atau pelayanan dan penyerahan diri. Setiap warga Bali yang menganut agama Hindu diwajibkan menempuh salah satu atau beberapa jalan hidup tersebut, sesuai dengan potensi dan kemampuan yang dimilikinya.

Mengenai tugas-tugas perempuan, Senen (2005:30-32) menjabarkan bahwa tugas-tugas perempuan Bali tidak hanya mengurus rumah tangganya, tetapi juga melakukan tugas di luar rumah yaitu, “*Ngayah, nguopin, matulung, manjenukan, madelokan* dan mencari nafkah”. *Ngayah* merupakan pekerjaan yang ditujukan kepada level yang lebih atas misalnya Tuhan, leluhur atau kasta yang lebih tinggi dengan melakukan pekerjaan berkenaan dengan membuat *sajen* (banten).

Nguopin adalah melaksanakan pekerjaan untuk menolong atau membantu sesama yang sedang melakukan pekerjaan yang besar seperti membantu upacara *ngaben*. Sedangkan *Matulung* hampir sama dengan pekerjaan *nguopin*, tetapi hanya ditujukan untuk pekerjaan upacara yang lebih kecil seperti upacara kelahiran bayi.

Majenukan adalah tugas melaksanakan pekerjaan untuk menolong atau membantu sesama dengan memberikan benda yang diantar. Benda ini dimaksudkan seperti hadiah untuk menyenangkan orang yang menyelenggarakan hajat seperti dalam upacara *metatah* (potong gigi), *makalah-kalahan* (perkawinan

dan sebagainya). Sedangkan *Madelokan* adalah tugas menjenguk keluarga yang sedang kena musibah seperti kematian. Satu lagi tugas yang sering dilakukan perempuan Bali yang beragama Hindu adalah mencari nafkah.

Dari sini dapatlah diketahui bahwa perempuan Bali sangatlah giat. Tampaknya mereka memang memiliki tugas yang lebih berat dan lebih banyak daripada laki-laki. Padahal sebenarnya menurut pandangan agama Hindu, kedudukan perempuan dan laki-laki itu sama. Mereka dapat menjadi pemimpin upacara agama (pedanda istri), menjadi pemimpin negara (atau yang lainnya), atau menjadi *balian* (yang mengobati orang sakit). Mereka pun dapat menjadi pemimpin usaha atau pengusaha untuk mencari nafkah.

4.1.3.3 Perempuan Pengusaha dalam Pandangan Agama Islam

Agama Islam diturunkan kepada manusia di dunia melalui perantaraan Nabi Muhammad SAW. Agama ini merupakan agama yang dianggap mendapatkan rahmat dari Allah SWT (rahmatan lil 'alamin). Tanpa membedakan jenis kelamin, ras, ataupun suku bangsa, Agama Islam disebarkan agar manusia mendapatkan kebahagiaan dan keselamatan di dunia dan akhirat (QS Al Hujurat : 13). Prinsip keadilan dalam agama Islam sangat dijunjung tinggi. Oleh karena itu merupakan suatu kemustahilan bila agama Islam mendiskriminasikan antara perempuan dan laki-laki.

Sayangnya, teologi keislaman yang sebenarnya tidak membedakan mahluk Allah SWT ini, masih dipahami para pengikutnya dengan memandang sebelah mata kepada perempuan. Pemahaman yang salah ini sering dipicu oleh interpretasi

dan pencitraan yang dangkal terhadap perempuan seperti disebutkan beberapa diantaranya berikut ini :

1. Perempuan adalah makhluk yang ditakdirkan untuk mendampingi laki-laki karena dia diciptakan dari tulang rusuk laki-laki (Adam), karena itu perempuan tidak lebih baik dari laki-laki dan mempunyai kewajiban memenuhi atau melayani laki-laki suaminya.
2. Karena dilahirkan dari bagian tubuh laki-laki, maka perempuan adalah makhluk tidak sempurna. Oleh sebab itu perempuan tidak boleh menjadi hakim, ataupun menjadi pemimpin. (QS An Nisa :34)
3. Berdasarkan hukum waris, laki-laki mendapatkan bagian lebih banyak daripada perempuan. Implikasinya, perempuan sering dianggap kurang penting karena hanya mendapat setengah bagian laki-laki.(QS An Nisa:7)
4. Perempuan menyimpan racun penggoda bagi laki-laki dan karenanya ruang geraknya perlu dibatasi. Perempuan dianggap lemah dan tidak mandiri karena itu mereka harus didampingi dan dibantu oleh laki-laki. Ketika menikah, perempuan harus didampingi wali, begitupun ketika haji.
5. Tugas perempuan melahirkan, menyusui dan mendidik anak, karena itu berada pada wilayah domestik. Sementara tugas laki-laki adalah kepala keluarga dan berkewajiban mencari nafkah di wilayah publik.

Menurut Amin, seperti diungkapkan dalam Fajar Online⁵, keterbatasan interpretasi manusia memahami Al Qur'an seolah menjadi dinding tembok yang membatasi untuk memandang berimbang terhadap perempuan. Padahal antara

⁵ Fajar Online, 7 April 2007, wawancara dengan Kamaruddin Amin, PR IV UIN Makassar dalam rangka penyelenggaraan Seminar Internasional *Gender*

laki-laki dan perempuan sebenarnya tidak ada bedanya. Teks Islam hadir secara kontekstual, berdasarkan situasional, karena itu perlu ditelaah lebih lanjut untuk memahaminya.

Sebagai contoh permasalahan laki-laki adalah pemimpin bagi kaum perempuan sebagaimana disebutkan dalam QS An Nisa : 34

“Kaum laki-laki itu adalah *qawwam* (pemimpin) bagi kaum wanita, oleh karena Allah telah melebihkan sebahagian mereka (laki-laki) atas sebahagian yang lain (wanita)...”

Teks ini bukan berarti menekankan wilayah perempuan, hanya pada aktivitas domestik dan mengurus suami, sehingga mereka tidak mempunyai kesempatan untuk berkeaktifan dan berapresiasi. Pembagian wilayah domestik dan publik antara laki-laki dan perempuan hanya pada tataran peran dan fungsi, sedangkan tanggung jawab baik laki-laki maupun perempuan, semuanya sama atau setara dihadapan Tuhan. Begitu pun bila menelaah QS Al Ahzab : 35 berikut ini,

“Sesungguhnya laki-laki dan perempuan yang muslim, laki-laki perempuan yang mu'min, laki-laki dan perempuan yang tetp dalam keta'atannya, laki-laki dan perempuan yang benar, laki-laki dan perempuan yang sabar, laki-laki dan perempuan yang bersedekah, laki-laki dan perempuan yang berpuasa, laki-laki dan perempuan yang memelihara kehormatannya, laki-laki dan perempuan yang banyak menyebut (nama) Allah, Allah telah menyediakan untuk mereka ampunan dan pahala yang besar”

Bila membaca dan menelaah ayat tadi, kita juga akan menemukan bahwa sebenarnya tidak ada pembedaan Islam dalam memandang antara laki-laki dan perempuan. Baik perempuan maupun laki-laki akan dinilai masing-masing berdasarkan amal perbuatannya. Keduanya akan mendapatkan ganjaran setimpal atas perbuatan-perbuatan baik yang pernah dilakukannya dan akan mendapat

hukuman setimpal atas perbuatan buruk yang pernah dilakukannya masing-masing.

Pandangan ini dapat menjadi dasar bahwa setiap makhluk adalah sama, tidak dibedakan antara satu dengan yang lainnya. Keduanya bertanggungjawab untuk menjadi *khalifah* atau pemimpin atas dirinya di muka bumi ini dan menegakkan kebenaran ajaran Allah dan bertanggung jawab atas perbuatannya. Setiap manusia, laki-laki atau perempuan akan mendapatkan keselamatan bila selalu berpegang pada buhul tali agama Allah SWT dan menjauhi segala laranganNya. Tidak ada ajaran dalam Al Qur'an yang menghalangi perempuan untuk bekerja dan memperluas wilayah atau ruang kreativitasnya. Tidak ada halangan bagi perempuan untuk keluar rumah dan ikut mencari nafkah, asalkan ia tetap menjaga kesuciannya dan menahan diri dari dorongan seksualnya. Keadaan ini pun dituntut pula dari laki-laki.⁶

Bahkan disebutkan pula bahwa sebenarnya perempuan dan laki-laki itu saling membutuhkan, seperti ditegaskan firman Allah dalam QS At Taubah : 71 berikut ini ;

“Dan orang-orang yang beriman, lelaki dan perempuan, sebahagian mereka (adalah) menjadi penolong bagi sebahagian yang lain. Mereka menyuruh (mengerjakan) yang ma'ruf, mencegah dari yang munkar, mendirikan sebahyang, menunaikan zakat, dan mereka taat kepada Allah dan RasulNya. Mereka itu akan diberi rahmat oleh Allah; sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana”

Berdasarkan ayat ini, perempuan dan laki-laki merupakan suatu kesatuan yang berpasangan. Keduanya mengemban tugas untuk saling tolong menolong

⁶ lihat penjelasan studi penelitian Syarif Hidayatullah dan M. Mukhtasar : Etika Al-Qur'an Bagi Peran Publik Perempuan yang dilakukan . Pusan Studi Wanita UGM <http://www.menegpp.go.id>.

untuk berbuat kebajikan. Oleh karena itu bila mengabaikan perempuan sama dengan mengabaikan setengah dari satu kesatuan yang ada. Bila mengabaikan perempuan dan memperlakukannya tidak berimbang, itu berarti sama saja dengan mengabaikan setengah lainnya, yaitu laki-laki.

Pemahaman keislaman dan interpretasi yang kurang tepat membuat posisi perempuan Islam terkukung untuk beraktivitas termasuk ketika ingin berkiprah di wilayah publik. Padahal sejarah telah membuktikan bahwa perempuan-perempuan Islam pada jaman Nabi Muhammad SAW sangat dihargai. Khadijah, istri Nabi Muhammad SAW, adalah seorang pedagang sukses. Begitupun dengan putrinya, Fatimah Azzahra, aktif membantu ayahnya berdakwah. Dengan semangat karena Allah, berjuang di jalan Allah, perempuan tidaklah melulu di wilayah domestik, perempuan pun diperbolehkan berkiprah di ruang publik, termasuk menjadi seorang pengusaha.

4.1.4 Pandangan Umum Budaya dan Sejarah Perempuan Sunda di Kota Bandung

Istilah “sunda” sendiri hampir selalu dirujuk pada pengertian wilayah yang berada di bagian barat Pulau Jawa. Menurut sejarah, istilah ini muncul pertama kalinya pada abad ke 9 Masehi. Ekadjati (1995:2) menjelaskan bahwa, “Istilah tersebut tercatat dalam prasasti yang ditemukan di Kebon Kopi Bogor, beraksara Jawa Kuna dan berbahasa Melayu Kuna.”

Istilah “sunda” juga digunakan pula dalam konteks kelompok manusia yang sering dikenal sebagai *urang sunda* (orang sunda). Oleh orang-orang yang

berada di daerah pesisir Cirebon, Orang Sunda biasa mereka sebut sebagai *urang gunung, wong gunung, dan tiyang gunung*, artinya orang gunung. (ENI, IV dan Roosidi dalam Ekadjati,1995:8). Selanjutnya dijelaskan dugaan penggunaan sebutan itu yang mungkin saja karena pusat Tanah Sunda dikenal sebagai Priangan yang memang merupakan daerah pegunungan

Warnaen seperti dikutip Ekadjati (1995:7) menyebutkan bahwa yang disebut, “Orang Sunda adalah orang yang mengaku dirinya dan diakui oleh orang lain sebagai orang Sunda.” Dalam memahami pengertian ini, terdapat dua pengertian mendasar mengenai pembatasan orang yang disebut sebagai Orang Sunda.

Definisi *Pertama*, mereka yang memiliki orang tua atau leluhur Orang Sunda, baik dari pihak bapak atau ibunya, atau keduanya. Dalam pengertian pertama ini, kriteria orang Sunda tidaklah mencakup lokasi tempat tinggal atau bermukim. Meskipun di luar negeri sekalipun, selama ia memiliki darah keturunan atau hubungan darah dengan Orang Sunda, maka ia disebut sebagai Orang Sunda. Definisi *kedua* adalah mereka yang dibesarkan dalam lingkungan sosial budaya Sunda. Mereka memahami dan mengimplikasikan nilai dan norma budaya Sunda. Kriteria ini pun tidak terlalu membatasi pengertian berdasarkan lokasi, namun lebih menekankan pada lingkungan sosial budaya yang membentuk dan membuat seseorang itu merasa menjadi Orang Sunda. Bisa saja ia bukan keturunan Orang Sunda, namun menjadi Orang Sunda karena menghayati dan mempergunakan norma-norma budaya Sunda. Sebaliknya, meskipun ia memiliki

darah keturunan Sunda tapi tidak mengenal dan mempergunakan budaya Sunda, maka ia bukanlah termasuk ke dalam kelompok orang Sunda.

4.1.4.1 Bahasa Sunda

Ieke (2000: 94) dalam disertasinya mengutip pernyataan Harsoyo dalam pandangan antropologi-budaya, “Suku Sunda adalah orang-orang yang secara turun temurun menggunakan bahasa ibu bahasa Sunda serta dialeknya dalam kehidupan sehari-hari, dan berasal serta bertempat tinggal di daerah Jawa Barat, daerah yang juga disebut *Tanah Pasundan* atau Tatar Sunda.” Dalam pernyataan ini faktor bahasa yang dipergunakan dari generasi ke generasi, dalam pergaulan atau interaksi sehari-hari dan keadaan ini merupakan salah satu ciri khas budaya suku Sunda.

Bahasa Sunda diakui sebagai bahasa ibu (*basa indung*). Bahasa Sunda digunakan sebagai bahasa keseharian yang digunakan di lingkungan rumah. Bahasa Sunda pun digunakan dalam bahasa pergaulan. Bahasa Sunda mengenal adanya tingkatan bahasa yang terbagi dalam beberapa tingkatan bahasa kasar, sedang, lemes dan ilahar (umum atau biasa). Penggunaan bahasa Sunda ini akan mencerminkan stratifikasi sosial sekaligus mengatur adab pergaulan termasuk berperilaku. Berbicara dengan para orang tua sebaiknya menggunakan bahasa Sunda *lemes* yang menunjukkan penghormatan. Tidak demikian bila berbicara dengan adik, atau teman sepermainan, sebaiknya menggunakan bahasa Sunda *sedeng*.

4.1.4.2 Budaya Sunda

Selain bahasa, orang Sunda dipersatukan dengan satu pemahaman dan penghayatan nilai dan norma kebudayaan Sunda, yaitu. “Kebudayaan yang hidup, tumbuh, dan berkembang di kalangan orang Sunda yang pada umumnya berdomisili di Tanah Sunda.” (Ekadjati, 1995:8) Kebudayaan ini tercatat sebagai salah satu budaya yang menghiasi khasanah keragaman budaya di Indonesia. Budaya Sunda memiliki persamaan dengan kebudayaan-kebudayaan suku bangsa lain di Indonesia, namun tetap memiliki ciri khas tersendiri yang membedakannya dengan yang lain.

Budaya Sunda merupakan hasil cipta, rasa dan karsa manusia. Budaya ini diciptakan berdasarkan konsensus bersama anggota kelompok. Budaya ada untuk menjaga eksistensi kelompok. Budaya tumbuh dan berkembang dan dijadikan acuan berperilaku bagi setiap anggota kelompok. Begitupula dengan Budaya Sunda. Orang-orang Sunda memiliki budaya yang dimaksudkan untuk menjaga keutuhan kelompok.

Budaya Sunda sangat dipengaruhi oleh ajaran agama Islam. Menurut Kahmad⁷, Bratalegawa, salah satu putra Raja Mangkubumi Bunisora Suradipati adalah salah seorang pedagang yang dikenal sebagai tokoh yang pertama kali menunaikan ibadah haji ke Tanah Suci Mekah. Ia sering disebut Haji Purwa. Ia tertarik dan masuk Islam karena perjumpannya dengan pedagang-pedagang Arab yang kemudian menikah dengan wanita asal Gujarat, yang juga beragama Islam.

⁷ Dadang Kahmad. Artikel : Agama Islam dalam Perkembangan Budaya Sunda.
<http://www.dillibrary.net/images/topics/Islam.pdf>

Sekembalinya dari Tanah Suci, ia menyebarkan agama ini di tatar Sunda terutama kepada saudara-saudaranya.

Menurut Aa Tarsono⁸ dalam Lokakarya Dakwah Islam Berbasis Budaya Sunda, menjelaskan bahwa budaya Sunda itu sebenarnya terbentuk seperti apa yang diajarkan oleh agama Islam. Misalnya *someah* (ramah), *tawadhu* (rendah hati), *nyaah ka sererea* (mengasihi sesama). Namun Ekadjati⁹ menjelaskan bahwa orang Sunda kemudian menciptakan ajaran sendiri yang disebut dengan *Sunda Wiwitan dan Jati Sunda*.

Agama Islam ini menyebar dan menjadi pandangan hidup yang terus menerus diobjektivikasi diinternalisasi, dan diekternalisasi hingga akhirnya membentuk kebudayaan Sunda yang berlatar belakang religius. Agama Islam mudah diterima oleh orang Sunda karena tidak jauh berbeda dengan falsafah budaya Sunda, *silih asih, silih asah, silih asuh*. Orang Sunda akan saling mengasihi, saling mengingatkan, dan mengasah kemampuan potensi diri, dan saling memelihara dan melindungi. Kesemuanya itu dilakukan agar orang Sunda mampu mencapai *Gemah Ripah Repeh Rapai*.¹⁰ Artinya orang Sunda adakan selalu mengutamakan kemakmuran dan kesejahteraan untuk kita semua. Orang Sunda akan selalu mengedepankan kesopadan, rendah hati, hormat kepada yang lebih tua, sayang kepada yang lebih lemah, membantu orang yang kesulitan.

Ekadjati (1995:93) dalam bukunya “Kebudayaan Sunda” menyebutkan bahwa, “Sejak tahun 1920-an, Kota Bandung muncul sebagai pusat kebudayaan kota dalam lingkup kebudayaan Sunda. Peranan tersebut terus berkembang,

⁸ Berita HU Republika : PKB Pelajar Islam Indonesia. 27 Januari 2006

⁹ idem

¹⁰ Lihat Profil Daerah Jawa Barat <http://www.depdagri.go.id>

terutama sesudah kota itu menjadi ibu Kota Propinsi Jawa Barat.” Hingga saat ini memang Kota Bandung sangat kental diwarnai budaya Sunda, meskipun pada penduduk yang tinggal di sana bukan melulu *urang Sunda*. Berbagai suku bangsa tinggal di sana seiring dengan perkembangan perekonomian terutama budang industri, sehingga penduduk Kota Bandung cukup heterogen.

Dalam suatu budaya dikenal yang konsep organisasi sosial dan struktur sosial. Organisasi sosial berkenaan dengan sistem pengelompokan sosial yang dilihat dari usia, jenis kelamin dan hubungan kekerabatan. Sedangkan struktur sosial berkenaan dengan pola hubungan antar individu dalam kelompok.

Pengelompokan *urang Sunda* dapat berdasarkan berbagai aspek, seperti berdasarkan tempat seperti orang Sunda Bogor, Priangan, Cirebon dan sebagainya. Bisa juga berdasarkan profesi mata pencaharian, misalnya pegawai, pengusaha, petani, buruh, nelayan dan sebagainya. Atau bahkan berdasarkan materi, lapisan orang kaya (*beunghar*) atau miskin (*sangsara*).

Berdasarkan usia, masyarakat Sunda mengenal 6 kelompok umur (Ekadjati, 1995:168) ;

- 1) *orok* (bayi), yang berumur sejak waktu lahir hingga 12 bulan; 2) *budak* (anak-anak), yang beumur antara 1-15 tahun; (3) bujang atau jajaka bagi laki-laki (pemuda) dan lanjang, mojang atau sawawa (dewasa), yang berumur antara 16-25 tahun; (4) *sawawa* (dewasa) yang berumur antara 26-40 tahun; (5) *tengah tuwuh* (madya), yang berusia antara 41-50 tahun; dan (6) *kolot* (tua), yang berumur 51 tahun ke atas.

Batas kelompok ini tidak kaku, antar daerah yang satu dapat berbeda dengan daerah lainnya. Status seseorang pun dapat mempengaruhi. Perempuan

yang sudah menikah meskipun berada pada kelompok usia mojang, namun karena sudah menikah, maka ia dapat dikategorikan ke dalam kelompok sawawa.

Dalam masyarakat Sunda, pengelompokan umur ini dapat mencerminkan stratifikasi sosial. Semakin tinggi usia seseorang, maka semakin tinggi tingkat sosialnya. Perbedaan ini lebih kepada norma etika atau kepantasan pergaulan. Mereka yang lebih tua hendaknya mendapatkan perlakuan yang lebih baik. Keadaan yang sama juga berlaku bagi mereka yang dihormati karena memiliki pangkat, jabatan atau kedudukan lebih tinggi. Sementara itu mereka yang lebih muda atau berkedudukan lebih rendah hendaknya mengalah untuk memberikan posisi utama kepada yang lebih tua atau yang lebih dihormati tersebut. Kondisi ini bisa terlihat dari susunan tempat duduk dalam pertemuan bersama. Orang yang lebih tua atau dihormati selalu berada di deretan bangku depan.

Menurut pendapat Ekadjati (1995:170), “Norma-norma etika itu menerap secara berlebihan dalam kalangan orang Sunda mendatangkan eksese negatif bagi kepentingan orang Sunda jika harus bergaul dengan etnis-etnis lain.” Menurutnya orang Sunda seringkali mengalah (ngelehan maneh) ketika bersaing dengan etnis lain, sehingga seringkali eksistensi mereka tidak menonjol.

Perbedaan jenis kelamin dalam masyarakat berbudaya Sunda juga mempengaruhi pola hubungan serta pembagian kerja antara laki-laki dan perempuan. Ekadjati (1995:170) menjelaskan bahwa,

Di dalam keluarga, suami berkedudukan sebagai kepala keluarga yang bertanggung jawab atas kesejahteraan hidup seluruh anggota keluarga. Istri (wanita) mengemban kewajiban mengatur kehidupan rumah tangga keluarga dan mengasuh anak. Jika berstatus janda, wanita bisa menjadi kepala keluarga.

Perempuan juga diperkenankan untuk bekerja dalam konteks membantu ekonomi keluarga. Jenis pekerjaan yang diambil biasanya yang tidak memerlukan terlalu banyak tenaga fisik. Namun sepertinya budaya Sunda tidak mengatur bagaimana bila suami berstatus duda untuk bisa menjadi menjadi ibu rumah tangga. Dalam masyarakat Sunda, laki-laki boleh mengambil istri lebih dari satu (poligami), dan perempuan tidak boleh mempunyai suami lebih dari satu (poliandri)

Dalam pembagian waris, budaya Sunda juga menganut hukum waris Islam. Bila orang tua sudah meninggal, anak laki-laki mendapat dua kali lebih banyak dibanding perempuan. Pemahaman ini didasarkan pada konsep *anak lalaki gaganti bapa*, *anak awewe gaganti indung*, anak laki-laki sebagai pengganti ayah dan anak perempuan sebagai pengganti ibu.

Sistim kekerabatan orang Sunda banyak dipengaruhi oleh adat yang diwariskan secara turun temurun dan berdasarkan ajaran agama Islam. Kedua unsur tersebut saling terjalin erat hingga menjadi suatu kebiasaan. Sebagai contoh, suatu perkawinan yang dilakukan dengan menggunakan adat Sunda akan dianggap tidak sah bila tidak memenuhi syariat Islam.

Berkenaan dengan sistim kekerabatan ini, Ekadjati (1995:172) menyebutkan bahwa sebenarnya, “Orang Sunda menganut sistim kekerabatan yang bersifat *parental* atau bilateral, seperti orang Jawa.” Orang Sunda memperhitungkan baik garis keturunan bapak maupun garis keturunan ibu. Dengan demikian, baik laki-laki maupun perempuan mempunyai hak yang sama terhadap anak-anak mereka, laki atau perempuan. Keadaan ini berbeda dengan sistem kekerabatan *patriarchal* suku Batak yang sangat hanya memperhitungkan

garis keturunan bapak atau laki-laki. Atau berbeda pula dengan sistem kekerabatan suku Minang yang *matriarchal* yang hanya memperhitungkan keturunan garis ibu atau perempuan.

Sistim kekerabatan dalam budaya Sunda dapat dilihat dari perbedaan generasi. Semakin jauh perbedaan generasi, semakin berkurang kadar pentingnya membina hubungan kekerabatan. Tidak hanya itu saja, frekuensi berkomunikasi dan jarak lokasi tempat tinggal juga menentukan kualitas hubungan kekerabatan yang terjalin. Biasanya kekerabatan ini akan berlaku dan dipertimbangkan hingga generasi ketujuh.

Ada beberapa istilah yang menunjukkan pengertian jaringan hubungan seperti yang dijelaskan oleh Ekadjati (1995 : 174), “Kulawarga (keluarga), warga, dulur (saudara), baraya (saudara), saderek (saudara), kulawedet, bondoroyot, golongan.” Kulawarga sama dengan keluarga inti atau batih terdiri dari orang tua dan anak-anaknya. Hubungan yang paling intim terjadi di dalam kulawarga.

Warga merujuk pada kekerabatan yang terbentuk karena keturunan atau perkawinan dan tinggal dalam satu lokasi tempat tinggal. Dulur berkenaan dengan saudara kandung dari pihak ayah ataupun ibu. Saderek meliputi kekerabatan yang terjalin karena keturunan ataupun perkawinan meski tidak tinggal dalam satu lokasi tempat tinggal. Sedangkan kulawedet, bondoroyot, golongan mempunyai pengertian hampir sama dengan baraya dan saderek, namun lebih cenderung keluarga besar berpangkal pada satu leluhur atau berdasarkan keturunan tokoh tertentu.

Sementara itu golongan orang tua sering disebut sesepuh atau kolot, golongan saudara atau sedulur, dan golongan anak. Perbedaan antara laki-laki dan perempuan pun dianggap penting. Ini dapat dilihat dari istilah yang digunakan, misalnya untuk memanggil saudara laki-laki digunakan sebutan *akang*, sedangkan saudara perempuan digunakan sebutan *teteu*, *ceuceu*. Sama seperti panggilan untuk adik ibu atau bapak dengan sebutan *paman*, *bibi*, dan panggilan untuk orang tua ibu atau bapak dengan sebutan *aki* atau *nini*.

Jaringan hubungan kekerabatan di dalam budaya Sunda dapat terjadi karena faktor keturunan dan faktor perkawinan. Ketika laki-laki dan perempuan menikah, budaya Sunda tidak hanya memandang hubungan suami istri saja, atau sebatas hubungan mitoha (mertua) dengan monantu (menantu) saja, tetapi juga terjalinnya hubungan kekerabatan dengan seluruh keluarga keduanya.

Stratifikasi sosial orang Sunda juga dapat dibagi dalam dua tingkatan yaitu *menak* dan *cacah/somah*. Stratifikasi ini merupakan peninggalan masa penjajahan Belanda. *Menak* merupakan golongan orang Sunda yang berstatus pegawai negeri atau seringkali dikaitkan dengan keturunan bangsawan, darah biru, sedangkan *cacah* adalah rakyat jelata. Pada masa sekarang ini, dimana bersifat egaliter, perbedaan tersebut sudah hampir tidak dipergunakan lagi.

Penggambaran budaya orang Sunda tidak hanya dapat dilihat dalam kehidupan bermasyarakat sehari-hari yang menandai berbagai siklus kehidupan dalam upacara-upacara adat yang sakral, seperti upacara Panjang Jimat (muludan), upacara adat kehamilan (bulan keempat, ketujuh/tingkeben,sembilan bulan), upacara kelahiran, dan upacara puput puseur dan sebagainya.

Begitupun dalam kesenian, dengan ciri khas seni budaya Sunda yang mudah diketahui dari misalnya dari suara suling bambu, rebab (biola tradisional Sunda), dan hentakan kendang yang dianmis. Beberapa seni musik tradisional budaya Sunda antara lain gamelan degung yang biasanya diikuti oleh rampak sekar, angklung, kacapi dan lain-lain.

4.1.4.3 Perempuan Dalam Pandangan Umum Budaya Sunda

Sebutan *Mojang Priangan* seringkali dikaitkan dengan perempuan keturunan Sunda yang tinggal di Kota Bandung. Perempuan Kota Bandung terkenal dengan stereotipe kecantikan atau kemolekan paras wajah mereka.

Hasil penelesuran sejarah menemukan bahwa pelecehan secara terang-terangan terhadap kaum perempuan Kota Bandung terjadi pada masa pemerintahan Asisten Residen Priangan Pieter Sitjhoff¹¹. Kala itu seorang pemilik perkebunan Kina Willem Schant, menyuguhkan perempuan-perempuan cantik untuk menghibur para peserta Kongres Pengusaha Perkebunan Gula. Perempuan yang menjadi penghibur ini seolah sudah menjadi suatu kebiasaan.

Sejak *culturstelsel* atau kerja paksa (1830-1870) diberlakukan, orang-orang Belanda tidak diijinkan untuk membawa keluarganya. Medan yang berat membuat mereka melampiaskan kerinduan terhadap keluarganya melalui perempuan-perempuan Sunda. Perempuan-perempuan itu tidak diikat dalam suatu perkawinan dan mereka disebut-sebut sebagai *Nyai*. Sejak saat itu sudah

¹¹ Sudarsono K. Kartodiwiro. 2006. "Bandung Kilas Peristiwa di Mata Filatelis : Sebuah Wisata Sejarah". Bandung : PT Kiblat Buku Utama. h 380-381

menjadi pemandangan yang biasa melihat perempuan-perempuan Sunda atau anak-anak yang berwajah Indo.

Pelecehan terhadap perempuan berulang setelah masa kemerdekaan. Pada tahun 1955, Konferensi Asia Afrika di Kota Bandung secara diam-diam menyuguhkan perempuan untuk menghibur para tamu kehormatan negara. Lebih menyedihkan lagi, banyak rumah bordil secara resmi berdiri di Kota Bandung, seperti di daerah Setiabudi atau kawasan Saritem, yang hingga saat ini masih berdiri. Inilah yang semakin menguatkan stereotipe bahwa perempuan Kota Bandung tidak jauh dari tipe perempuan yang menggoda dan dapat digoda sebagai pemuas laki-laki. Hingga saat ini kawasan tersebut masih sulit untuk dihapuskan karena warga yang tinggal di sekitarnya seolah menerimanya sebagai sesuatu yang biasa, sebagai bagian dari hidupnya, dan sudah terlanjur menggantungkan nasibnya bertahun-tahun dengan praktek-praktek seperti itu.

Sementara itu kedudukan perempuan menurut tradisi lisan Sunda begitu diagungkan. Ieke (2000:105) mengutip penjelasan Ayip Rosidi tentang penggambaran sastra perempuan yang diturunkan dari generasi ke generasi ini.

Menurut cerita, terdapat tokoh-tokoh perempuan ;

- 1) penguasa di Kahiyangan yaitu *Sunan Ambu* (*Ambu* berarti ibu, *sunan* berarti orang yang dihormati yang dijunjung di atas kepala) yang memiliki empat orang bawahan laki-laki sakti yang disebut dengan *bujangga* serta empat puluh bawahan perempuan *pohaci* dengan diketuai Wiru Mananggay. Para *pohaci* itu membantu perintah *Sunan Ambu* yang bertalian dengan keperempuanan.
- 2) Tokoh perempuan yang penyabar, tawakal serta adil, sehingga dengan budi perangnya yang baik, ia dapat hidup bahagia dengan memegang tampuk kerajaan *Pasir Batang Anu Girang*. Ia cantik jelita, kecantikannya tidak hanya sebatas kecantikan lahir saja, tetapi juga kecantikan rohani, yaitu tokoh *Nyi Mas Purba Sari Ayu Wangi*

- 3) Dalam tokoh sastra baru juga dikenal tokoh perempuan *Dewi Pramanik* adalah tokoh perempuan yang berilmu tinggi, beragama Islam dan tidak banyak tingkah dengan kemuliaan agama Islam yang dianutnya, ia dapat menjadi raja
- 4) Dalam sejarah terdapat tokoh pahlawan Nasional Dewi Sartika sebagai pelopor pendidikan perempuan yang mengawali emansipasi perempuan di Jawa Barat yang telah berjuang dengan gigih dalam mendirikan sekolah bagi perempuan, agar mandiri.

Dari uraian kutipan tersebut, perempuan Sunda digambarkan sebagai makhluk yang memiliki perempuan spiritualitas tinggi yang mempunyai tugas sebagai dewi pemelihara atau dewi yang menolong kehidupan manusia. Perempuan pun tidak digambarkan hanya sebagai makhluk yang unggul kecantikannya dari luar saja, akan tetapi juga memiliki budi pekerti yang luhur (cantik secara batiniah). Dengan kemampuan yang dimilikinya, perempuan pun mampu menunjukkan keunggulan dan prestasi yang biasanya dilakukan oleh laki-laki. Perempuan kreatif, ulet dan mampu bekerja keras sehingga mampu memimpin negara.

Pada saat ini, refleksi perempuan Sunda yang demikian nyaris terkikis dengan pemahaman patriarki yang cenderung menempatkan laki-laki lebih tinggi daripada kedudukan perempuan. Laki-laki lebih dominan mengambil keputusan, sedangkan perempuan lebih menerima keputusan. Perempuan jarang muncul dalam pertemuan-pertemuan (di depan). Mereka ditempatkan di belakang yang seringkali berasosiasi dengan dapur.

Sejak kanak-kanak perempuan Sunda memang sudah dibedakan dengan laki-laki. Jenis permainan perempuan biasanya tidak membutuhkan energi fisik yang terlalu banyak bila dibandingkan jenis permainan laki-laki, seperti permainan *beklen*, *dadagangan*, *congklak*. Begitu pun dalam hak berpendidikan,

laki-laki mendapatkan kesempatan bersekolah lebih luas daripada perempuan. Ini dilakukan karena laki-lakilah yang akan memimpin keluarga. Sementara itu perempuan cukup mendapat keterampilan rumah tangga saja, dan membantu orang tua di rumah.

Perempuan *menak* juga memiliki kehidupan yang berbeda dengan perempuan biasa. Mereka yang berasal dari kaum bangsawan tidak perlu bekerja keras turun ke ladang atau ke sawah untuk membantu pekerjaan orang tuanya. Mereka juga mendapatkan kesempatan pendidikan yang lebih baik daripada perempuan *cacah*. Mereka diperbolehkan bersekolah di tempat yang sama dengan anak-anak orang Belanda, meskipun kesempatan bersekolah itu tidak sama dengan laki-laki. Anak laki-laki dianggap perlu mendapatkan banyak bekal pengetahuan karena kelak akan bekerja, mendapatkan pekerjaan yang terhormat sebagai pegawai pemerintahan, dan sekaligus menjadi pemimpin keluarga. Meskipun mendapat hak yang lebih baik, perempuan Sunda *menak* tetap masih dibatasi oleh aturan-aturan atau norma yang lebih kaku daripada laki-laki bangsawan. Ruang gerak mereka terbatas sejauh tembok rumah sehingga tidak dapat sembarangan bergaul.

Sementara itu tidak demikian dengan perempuan *cacah* atau *somah*. Mereka tidak dikekang dengan harus menuruti segala aturan adat yang lebih ketat, mereka hanya dapat cukup belajar mengaji di pesantren usai membantu pekerjaan orang tua mereka di rumah dan menggarap ladang/sawah. Kehidupan perempuan dari rakyat biasa lebih bebas, dalam arti mereka mempunyai kesempatan lebih luas

untuk melihat realitas di luar rumah mereka, dan bahkan bermain dengan alam sebebaskan mungkin.

Perempuan-perempuan dari kedua strata ini dibesarkan dalam lingkungan dan norma yang berbeda. Meskipun demikian, bukan berarti harapan terhadap keduanya berbeda. Mereka mempunyai satu kewajiban yang sama, yang sudah ditentukan semenjak kecil, yaitu mempersiapkan dirinya untuk mengurus kehidupan keluarga dan mengabdikan pada suaminya.

Gerakan kemajuan perempuan di tanah Sunda dalam sejarahnya dipelopori oleh Raden Dewi Sartika. Beliau berasal dari strata *menak*. Gelar kebangsawanan tidak membuatnya terlena. Ia memperjuangkan kemajuan kaumnya yang dinilai tertinggalnya jauh dari laki-laki. Ia berusaha memperjuangkan kemajuan perempuan melalui pendidikan.

Atas persetujuan dan dukungan ayahnya, Bupati R.A. Martanegara, Raden Dewi Sartika¹² mewujudkan keinginannya untuk memajukan peran perempuan Sunda. Ia menyalurkan gagasannya melalui sekolah perempuan. Sekolah ini diberi nama *Sakola Istri* di Bandung. Dengan peralatan seadanya dan dibantu oleh dua saudara misannya, Ny Poerwa dan Ny Oewid, ia berusaha memberikan berbagai pengetahuan dan keterampilan, yang biasa berkenaan dengan keperempuanan. Ia mengajarkan masak memasak, jahit menjahit, membaca, menulis dan sebagainya.

Pada awalnya, sekolah yang didirikan Raden Dewi Sartika ini hanya menerima 60 orang dan meminjam halaman depan rumah Bupati. Kemudian

¹² HU Pikiran Rakyat. 4 Desember 2003. Berita : Dewi Sartika, Jasa Besar Terlupakan.

lokasi sekolah ini dipindahkan ke Jalan Ciguriang-Kebon Cau karena tak lagi mampu menampung jumlah murid yang semakin lama semakin bertambah banyak. Pada tahun 1906, ia menikah dengan Raden Kanduruan Agah Suriawinata yang mendukung memajukan sekolah yang didirikannya itu. Pada tahun 1910 diubah namanya menjadi *Sakola Kautamaan Istri* yang menjangkau siswa yang berasal dari lokasi yang lebih luas.

Sampai sekarang, apa yang diperjuangkan oleh perempuan pahlawan nasional ini dapat terlihat dalam realitas kehidupan orang Sunda Kota Bandung khususnya dan masyarakat Indonesia pada umumnya. Baik perempuan maupun laki-laki memiliki kesempatan untuk bersekolah dan mengembangkan potensi. Perempuan tidak lagi terkukung dalam ruang domestik. Perempuan memiliki kesempatan untuk berkiprah dalam ruang publik sehingga perannya semakin diperhitungkan dalam kemajuan dan kesejahteraan bangsa.

4.1.5 Perangkat dan Aturan Perundang-Undangan Berkenaan Dengan Perempuan Pekerja di Kota Bandung

Fenomena penelitian ini berkenaan dengan permasalahan perempuan di Kota Bandung. Oleh karena itu yang hendak dijabarkan berikut ini adalah informasi-informasi yang diperoleh dari Bagian Pemberdayaan Perempuan Kota Bandung, Dinas Koperasi Kota Bandung dan aturan hukum ketenagakerjaan yang berlaku umum.

4.1.5.1 Perangkat Pemberdayaan Perempuan di Kota Bandung

Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2000 berkenaan dengan Pengarusutamaan Gender Dalam Pembangunan Nasional dituangkan dalam Peraturan Daerah Kota Bandung No. 6 tahun 2005 tentang Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM). Perangkat pemerintah Kota Bandung yang menangani masalah perempuan didelegasikan kepada Bagian Pemberdayaan Perempuan yang berada di bawah naungan LPM. Bagian ini menjalankan sebagian tugas Asisten Ekbang dan Kesra di bidang perumusan kebijakan Pemberdayaan Perempuan. Pemberdayaan Perempuan ini terbagi dalam 3 sub bagian yaitu Pemberdayaan Perempuan dan Partisipasi Masyarakat (P3M), Analisis Kebijakan, dan Evaluasi dan Pelaporan.

Visi yang diemban Bagian Pemberdayaan Perempuan ini adalah tersusunnya bahan kebijakan pemerintah Kota Bandung menuju terwujudnya keadilan dan kesetaraan jender, kesejahteraan dan perlindungan anak dalam kehidupan berkeluarga, bermasyarakat, berbangsa dan bernegara demi tercapainya profesionalisme aparatur serta efektivitas dan efisiensi penyelenggara administrator Pemerintah Kota Bandung sebagai kota jasa yang bermartabat.

Sedangkan misi yang diemban Bagian Pemberdayaan Perempuan ini adalah 1) meningkatkan kualitas dan mendayagunakan aparatur di lingkungan Pemerintah Kota Bandung; 2) menata sikap dan prosedur penyelenggaraan pemerintah; 3) meningkatkan kualitas dan kapasitas prasarana dan sarana aparatur dalam mendukung penyelenggaraan pemerintah; 4) meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat.

Bagian Pemberdayaan Perempuan mempunyai fungsi untuk ;

1. merumuskan kebijakan untuk meningkatkan kedudukan peranan perempuan di berbagai bidang kehidupan berkeluarga, bermasyarakat, berbangsa dan bernegara
2. meningkatkan peran perempuan sebagai pengambil keputusan dalam mewujudkan kesetaraan dan keadilan jender,
3. meningkatkan kualitas peran dan kemandirian organisasi perempuan dengan tetap mempertahankan nilai persatuan dan kesatuan,
4. meningkatkan komitmen dan kemampuan semua lembaga yang memperjuangkan kesetaraan dan keadilan jender
5. mengembangkan kesejahteraan keluarga serta masyarakat.

Adapun yang menjadi program kerja mereka adalah *Gender Mainstreaming* pada seluruh sektor pembangunan, sosialisasi dan advokasi peningkatan kualitas hidup perempuan, dan penyusunan data atau informasi pemberdayaan perempuan, serta dan peningkatan kualitas pelayanan P2TP2.

Target yang ingin dicapai oleh Bagian Pemberdayaan Perempuan ini adalah pertama terwujudnya kebijakan terpadu antar sektor untuk meningkatkan kualitas SDM perempuan, kedudukan dan peranan perempuan termasuk dalam perumusan kebijakan dan pengambilan keputusan secara adil dan proposional dalam berbagai bidang. Kedua, tercapainya peningkatan kualitas peranan pengelolaan dan kemandirian organisasi perempuan dan komitmen masyarakat dalam pemberdayaan perempuan.

Ketiga, terwujudnya kesadaran, kepekaan dan kepedulian terhadap kesetaraan jender diseluruh lapisan masyarakat, terutama dalam perumusan

kebijakan, pengambil keputusan, perencanaan dan penegakan hukum disemua tingkat dan segenap objek pembangunan. Keempat, terwujudnya sector pembangunan yang berperspektif jender, dimulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi pada tingkat kota.

Salah satu kegiatan yang cukup menonjol adalah pelayanan penanganan permasalahan kasus-kasus Kekerasan Dalam Rumah Tangga (KDRT) sebagai implementasi dari Undang-Undang No. 23 tahun 2004 tentang Penghapusan Kekerasan dalam Rumah Tangga. Kegiatan ini berpusat di Kiaracondong Bandung yang disebut dengan Bale Karya Wanoja atau Pusat Pelayanan Terpadu Pemberdayaan Perempuan (P2TP2). Tempat ini yang berfungsi sebagai *Women Crisis Center*. Melalui kegiatan ini diharapkan peningkatan kualitas hidup dan ketahanan kaum perempuan Kota Bandung dapat meningkat, baik dalam bidang pendidikan, kesehatan, ekonomi, lingkungan hidup dan sosial budaya. P2TP2 berdiri atas dasar kajian PSW UNPAD dengan mengacu pada rencana Menteri Negara Pemberdayaan Perempuan untuk membentuk *Women Crisis Centre* pada tanggal 29 Oktober 2002.

P2TP2 ditetapkan berdasarkan SKEP WK No. 260/Kp.1449-Huk/2002 ini dibagi dalam 4 divisi yaitu Divisi Data Informasi, Divisi Pelayanan dan Konsultasi, Divisi Iptek dan Litbang serta Divisi pengembangan jaringan kemitraan. Dari kegiatan inilah diharapkan permasalahan perempuan penduduk Kota Bandung dapat digali lebih dalam sehingga membantu menentukan langkah-langkah perbaikan yang diperlukan. P2TP2 menyelenggarakan pula berbagai

pelatihan keterampilan sehingga dapat meningkatkan perlindungan hak perempuan dan anak dari berbagai bentuk kekerasan dan eksploitasi lainnya.

Divisi Data dan Informasi berusaha menggali potensi dan permasalahan perempuan di Kota Bandung serta menyediakan media informasi tentang aktivitas dan potensi perempuan berupa brosur, leaflet dan media lainnya. Divisi ini berkerjasama dengan Koran Metro membuat akses *hotline* langsung dengan masyarakat dan melakukan peliputan dan pendokumentasian setiap kegiatan P2TP2. Divisi ini juga beberapa melakukan kegiatan *TalkShow* di beberapa radio di Kota Bandung seperti RRI Bandung, Radio Sonata, Radio Mara.

Divisi Pelayanan dan Konsultasi bertugas memberikan pendampingan dan konsultasi dalam bidang kekerasan dalam rumah tangga (KDRT), ketenagakerjaan, kesehatan reproduksi remaja, pendidikan non formal dan mental spiritual. Divisi Iptek dan Litbang mengadakan berbagai pelatihan dan keterampilan serta menyelenggarakan seminar, lokakarya, dan penelitian permasalahan perempuan dan anak. Sedangkan Divisi Jaringan Kemitraan melaksanakan koordinasi dan kerjasama dengan lembaga atau instansi pemerintah dan non pemerintah. Divisi ini juga bertanggung jawab menghimpun donatur atau penyandang dana.

Sejak pendiriannya P2TP2 telah menangani 33 kasus pada tahun 2004, 46 kasus pada tahun 2005, dan 14 kasus pada tahun 2006. Kasus yang paling sering muncul di Kota Bandung adalah kekerasan terhadap istri disusul oleh kekerasan terhadap perempuan. Secara garis besar, hingga saat ini P2TP2 telah melakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut ;

1. Penyediaan data dan informasi pemberdayaan perempuan
2. Sosialisasi Rencana Aksi Daerah Perlindungan Anak
3. Sosialisasi dan advokasi peningkatan peran perempuan dalam politik
4. Pembinaan Gerakan Sayang Ibu
5. Pengintergrasian perencanaan bektor berbasis Pengarusutamaan Gender (PUG) Kota Bandung
6. Pembinaan dan peningkatan kesejahteraan pekerja perempuan
7. Pembinaan dan peningkatan kemampuan dan kemandirian organisasi perempuan
8. Pemantapan perencanaan sektor responsif jender bagi pengambilan keputusan
9. Pembentukan forum komunikasi jender tingkat Kota Bandung
10. Pembentukan Pokja atau Satgas jender di 26 kecamatan dan kelurahan di Kota Bandung
11. Pembinaan remaha dalam mendukung RUU APP yang komprehensif dan menjunjung tinggi kearifan budaya atau tradisi
12. Pembentukan komisi perlindungan anak (KPAID) Kota Bandung
13. Sosialisasi terpadu peraturan perundang-undangan ke 26 kecamatan oleh P2TP2
14. Peningkatan keterampilan pemberdayaan perempuan untuk kesejahteraan keluarga
15. Peningkatan ketahanan hidup perempuan dan kemandirian organisasi perempuan

Melalui kegiatan *affirmative action* P2TP2 ini, permasalahan perempuan yang ada di Kota Bandung perlahan-lahan mulai terkuak sehingga dapat dilakukan tindakan-tindakan yang diperlukan. Dukungan aktif masyarakat dan LSM perempuan sangat berarti keberhasilan program ini. Menangani permasalahan perempuan ini bukanlah perkara mudah. Faktor budaya, agama, pendidikan menjadi kendala pemahaman masyarakat menanggapi permasalahan *gender mainstreaming* ini. Pesosialisasian program ini masih tetap harus terus berjalan.

Saat ini salah satu terobosan baru yang hendak digagas adalah Gerakan Pekerja Wanita Sehat dan Produktif (GPWSP). Gerakan ini dilakukan berdasarkan hasil kegiatan pembinaan dan peningkatan kesejahteraan pekerja perempuan.

Tingginya jumlah tenaga kerja perempuan membuat pemerintah memandang perlu untuk memberikan perlindungan kesehatan, keselamatan dan kesejahteraan mereka sehingga tercapai peningkatan produktivitas dan kualitas kerja. (dirangkum dari berbagai sumber dan hasil wawancara dengan Ibu Ardini Roosianti, Kasubag Pemberdayaan Perempuan dan Partisipasi Masyarakat, Kota Bandung. 18 April 2007)

4.1.5.2 Penanganan Usaha Menengah dan Kecil Oleh Dinas Koperasi Pemerintah Kota Bandung

Dinas Koperasi Kota Bandung merupakan salah satu lembaga yang dikhususkan untuk menangani usaha-usaha kecil dan menengah. Ia bertanggung jawab atas terwujudnya pemberdayaan ekonomi kerakyatan melalui Koperasi dan Usaha Kecil. Dinas ini juga dibentuk untuk menciptakan kesempatan kerja sehingga permasalahan pengangguran dapat teratasi.

Lebih lanjut dinas ini juga bertanggung jawab untuk mengarahkan para pedagang atau pengusaha yang semula masih berada pada usaha yang non formal agar beralih menjadi usaha formal. Upaya ini dimaksudkan agar usaha ekonomi rakyat menjadi lebih maju dan lebih baik.

Jumlah usaha kecil dan menengah yang ada di Kota Bandung sangat banyak, kurang lebih sudah mencapai 73 000 unit usaha. Namun yang mampu untuk didata hanya sekitar 14 000 unit. Itu pun tidak dilakukan sendiri oleh dinas tersebut. Ia bekerja sama dengan UNPAD Bandung. Meskipun belum ada data

yang pasti, dari sekian banyak unit tersebut, diketahui bahwa hanya sedikit saja usaha perempuan yang dapat dikatakan berhasil.

Unit-unit usaha kecil tersebut memberikan kontribusi yang sangat besar bagi perekonomian. Sadar akan potensi tersebut, maka usaha yang dilakukan diarahkan pada penyuluhan dan bina teknis suatu usaha serta koperasi. Penyuluhan usaha dan koperasi dimaksudkan agar mereka, khususnya yang mempunyai bidang usaha sejenis, bersatu padu sehingga dapat mengembangkan laju ekonomi usaha mereka masing-masing. Sedangkan bina teknik dimaksudkan untuk memberikan pendidikan dan keterampilan mengelola bisnis agar menjadi sehat, seperti misalnya dalam manajemen keuangan, produksi dan pemasaran.

Kegiatan-kegiatan tersebut dilakukan oleh tenaga-tenaga lapangan yang mereka dengan sebut sebagai “naskop” atau nara sumber koperasi. Naskop-naskop inilah yang menjadi ujung tombak mendampingi para pengusaha dan pedagang. Meskipun demikian, mereka harus mengakui bahwa jumlah naskop yang tersedia tidak sebanding dengan jumlah unit usaha yang demikian luar biasa banyaknya. Sulit bagi mereka untuk memantau, mendatangi dan mendampingi satu per satu unit usaha.

Mereka pun mengakui saat ini tidak ada perbedaan antara unit usaha yang dimiliki perempuan dengan unit usaha yang dimiliki laki-laki. Semua diperlakukan sama. Sebagai jalan keluar dari kekurangan tersebut, mereka mengumpulkan mereka dalam suatu waktu dan tempat atau dalam suatu event. Meskipun demikian usaha ini tidaklah berjalan lancar kaena belum adanya kesadaran masyarakat memahami pentingnya pembinaan ini.

Umumnya masyarakat tidak tertarik bila diundang dalam suatu lokasi hanya dengan maksud untuk mendengarkan ceramah tentang pengembangan atau manajemen usaha. Mereka tertarik untuk datang bila judul atau tema kegiatan diming-imingi oleh informasi tentang permodalan atau perkreditan. Padahal Dinas Koperasi sama sekali tidak mempunyai hubungan langsung ke arah itu. Mereka hanya bisa memberikan pendidikan, penyuluhan, pendampingan, dan membantu membukakan jalan untuk memasarkan hasil usaha. Dinas Koperasi bukanlah pihak penjamin kredit usaha. Rekomendasi yang diberikan tidak menjamin akan membuat lembaga keuangan mengucurkan dana kredit.

Pihak lembaga keuangan memang sulit untuk memutuskan mengucurkan dana kredit kepada koperasi. Koperasi hanyalah semacam perkumpulan usaha yang tidak mempunyai agunan. Dengan kata lain, koperasi tidak bisa menjamin dana yang dipinjam sebagai modal dapat dikembalikan.

Sementara bagi pengusaha dan pedagang kecil, bila mereka berdiri sendiri-sendiri, mereka seolah-olah menjadi lumpuh. Sebagai unit usaha kecil, mereka tidak mempunyai agunan yang ditentukan karena ekonomi mereka yang terbatas. Untuk mendapatkan modal yang tidak seberapa, mereka harus ekstra kerja untuk memenuhi persyaratan yang diperlukan. Namun bila mereka berhasil mendapatkan kucuran dana tersebut, dukungan akan mengalir dan terbuka lebar, seperti pelatihan perpajakan, ekspor impor, seminar, hingga bantuan untuk menyelenggarakan pameran di luar negeri. (dirangkum dari berbagai sumber dan hasil wawancara dengan Bapak Husein, Kabag Lembaga Dinas Koperasi Kota Bandung, 4 Mei 2007)

4.1.5.3 Undang-Undang Ketenagakerjaan Bagi Perempuan

Peraturan perundang-undangan ketenagakerjaan hingga saat ini masih menjadi bahan diskusi. Seiring dengan daya kritisi masyarakat, semakin banyak dan semakin bervariasi aturan hukum yang diberlakukan untuk mengakomodir kebutuhan semua pihak.

Begitu pun dengan perundang-undangan ketenagakerjaan bagi pekerja perempuan. Saat ini sudah ada undang-undang yang khusus diperuntukkan bagi perempuan terkait dengan keunikannya meskipun harus diakui belum sempurna. Meskipun demikian dengan diberlakukannya undang-undang tersebut sudah menunjukkan indikasi bahwa telah ada kesadaran, bahwa sesungguhnya perempuan dan laki-laki itu sama derajat dan martabatnya, karenanya tidak perlu ada lagi diskriminasi dan ketidakadilan dalam relasi kerja.

Undang-undang terkait dengan perempuan ini dijabarkan dalam Undang-Undang Ketenagakerjaan No. 13 Tahun 2003 Bab X. Undang-undang ini menyebutkan hak-hak dasar bagi pekerja yang harus dilindungi antara lain menyangkut perlindungan upah, jam kerja, tunjangan hari raya, jaminan sosial tenaga kerja (jamsostek), kompensasi PHK dan hak istirahat atau cuti. Berikut ini adalah gambaran hak-hak yang dimiliki oleh para pekerja perempuan:

1. Dalam Peraturan Menteri Tenaga Kerja No. Permen 03/Men/189, pengusaha dilarang untuk melakukan PHK terhadap pekerja perempuan yang menikah, sedang hamil atau melahirkan. Ini semua adalah kodrat perempuan. Para pengusaha wajib merencanakan pengalihan tugas dengan tanpa mengurangi hak perempuan.

2. Perlindungan bagi pekerja perempuan yang bekerja pada malam hari disebutkan dalam Pasal 76. Bagi perempuan yang bekerja malam hari antara pukul 23.00 s/d 07.00, pengusaha tidak hanya wajib menyediakan fasilitas yang mendukung saja tetapi juga termasuk menyediakan konsumsi, makanan minuman yang layak dan bergizi, hingga angkutan antar jemput karena waktu tersebut dianggap rawan bagi keselamatan perempuan.
3. Cuti haid. Pada pasal 81 disebutkan bahwa “pekerja/buruh perempuan yang dalam masa haid merasakan sakit dan memberitahukan kepada pengusaha, tidak wajib bekerja pada hari pertam dan kedua pada waktu haid”. Cuti haid ini seringkali menjadi masalah karena ada sebagian orang yang memandang haid adalah kodrat bukan halangan untuk beraktivitas kecuali atas keterangan dokter dan sebagian lainnya menganggapnya itu hak. Hak memberikan dua pilihan yaitu diambil atau tidak diambil.
4. Cuti hamil/keguguran. Pada pasal 82 ayat 1 disebutkan bahwa “pekerja wanita berhak memperoleh istirahat selama 1,5 bulan sebelum saatnya melahirkan dan 1,5 bulan sesudah melahirkan anak, menurut perhitungan dokter kandungan atau bidan.” Sedangkan pada ayat 2 disebutkan bahwa “pekerja perempuan yang mengalami keguguran kandungan berhak memperoleh istirahat 1,5 bulan atau sesuai dengan surat keterangan dokter atau bidan.” Pada prakteknya, implementasi dari cuti ini tergantung kesepakatan

5. Pada pasal 83 disebutkan bahwa “pekerja perempuan yang anaknya masih menyusui, harus diberikan kesempatan sepatutnya untuk menyusui anaknya jika hal itu harus dilakukan selama waktu kerja.”

Bagi para pengusaha yang ditemui melakukan diskriminasi terhadap perempuan akan dikenai sanksi administratif seperti disebutkan dalam pasal 190 berupa teguran, peringatan tertulis, pembatasan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha, pembatalan persetujuan, penghentian sementara sebagian atau seluruh alat produksi dan pencabutan ijin usaha.

Sementara itu sanksi perdata akan berlaku bila pekerjaan yang dijanjikan kepada pekerja perempuan itu bertentangan dengan kesusilaan dan norma-norma umum yang berlaku. Sedangkan sanksi pidana penjara atau denda berlaku bila terjadi pelanggaran hak-hak pekerja perempuan seperti termuat pada pasal Undang-Undang Ketenagakerjaan. Hukuman penjara paling singkat satu bulan dan paling lama hingga empat tahun dan atau denda paling sedikit Rp. 100 000 000,- dan paling banyak Rp. 400 000 000,-

Sayangnya, perangkat hukum yang seperti ini nampaknya masih *kedodoran* bila diberlakukan pada semua sektor usaha. Perangkat hukum seperti ini nampaknya hanya berlaku bagi organisasi usaha pada sektor formal. Hukum perundang-undangan yang berlaku belum mengena pada kondisi yang ada pada organisasi-organisasi sektor informal seperti usaha menengah, kecil dan rumah tangga. (dirangkum dari situs resmi Departemen Tenaga Kerja dan berbagai sumber lainnya)

4.1.6 Gambaran Umum Informan

4.1.6.1 Profil Informan

Penelitian ini melibatkan beberapa orang perempuan pengusaha yang dianggap telah memenuhi kriteria-kriteria seperti yang telah ditetapkan sebelumnya yaitu :

- a. mengembangkan bisnis usahanya di Kota Bandung
- b. seluruh atau sebagian besar modal bisnis adalah milik sendiri
- c. memimpin atau mengelola sendiri secara langsung usaha tersebut
- d. usaha tersebut telah berjalan minimal 1 tahun
- e. berada pada kategori usaha menengah dan kecil dengan mengacu pada Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 289/MPP/Kep/10/2001 mengenai ketentuan pendirian usaha. Usaha kecil memiliki modal maksimal 200 juta rupiah di luar tanah dan bangunan tempat usaha. Usaha tersebut memiliki omzet dalam setahun maksimal 1 milyar rupiah. Sementara itu modal yang dimiliki usaha menengah berkisar antara 200 hingga 500 juta rupiah dengan omzet dalam setahun antara 1 hingga 5 milyar rupiah. Selain itu, usaha kecil maupun menengah ini juga haruslah milik WNI, dan bukan termasuk cabang atau anak perusahaan besar.
- f. memiliki jumlah tenaga kerja yang mengacu pada pengkategorian Biro Pusat Statistik. Industri sedang atau menengah mempunyai jumlah pekerja antara 20 sampai 99 orang. Industri kecil mempunyai jumlah

pekerja antara 5 hingga 19 orang, sedangkan industri kerajinan rumah tangga mempunyai pekerja kurang dari 5 orang.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, informan penelitian ini secara keseluruhan berjumlah 15 orang, namun yang bersedia untuk melalui proses *depth interview* atau wawancara mendalam, hanya sebelas orang diantaranya. Jumlah ini sudah melebihi dari kisaran jumlah maksimal sepuluh orang seperti yang diusulkan oleh Creswell (1988:113). Jumlah ini pun peneliti anggap sudah cukup layak dan memenuhi kebutuhan berdasarkan pertimbangan bahwa data yang diperoleh sudah berulang (data jenuh). Keempat informan yang tidak bersedia diwawancarai dan diteliti lebih lanjut.

Pada intinya, para informan berkeberatan untuk diungkap identitas pribadi dan bisnisnya secara terbuka, kecuali dalam batas-batas tertentu yang menurut mereka masih bisa ditolerir. Adapun gambaran umum mengenai kondisi kelima belas informan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6
Data Informan dan Jenis Usaha Penelitian

No	Kategori Bisnis	Jenis Usaha	Jumlah
1	Usaha Menengah	1. Keramik 2. Restoran/Café 3. Salon 4. Cleaning Service	5
2	Usaha Kecil	1. Restoran/Café 2. Keramik 3. Perhiasan/Barang seni 4. Design Interior	4
3	Usaha Kerajinan Rumah Tangga	1. Kue 2. Catering 3. Penjahit 4. Perhiasan/Barang seni 5. Salon	6
J U M L A H			15

Sumber : Pengolahan Hasil Penelitian, 2007

Informan pokok pada kategori usaha bisnis menengah berjumlah 3 orang dengan informan pendukung atau tambahan 2 orang, sementara itu untuk kategori usaha kecil berjumlah 3 orang informan pokok dan seorang informan pendukung, Sedangkan informan pokok pada kategori usaha bisnis kerajinan rumah tangga berjumlah 5 orang dengan 1 orang informan pendukung.

Latar belakang kehidupan para informan penelitian unik sifatnya. Antara satu dengan yang lain tidaklah sama persis. Meskipun demikian apa yang pernah mereka alami diakui banyak memberikan kontribusi dalam pendewasaan diri sehingga menjadi seperti sekarang ini.

Meskipun demikian, bila dilihat dari latar belakang pengalaman para informan, orang yang dianggap sangat berarti dalam kehidupan mereka adalah tokoh ibu. Penokohan ini menunjukkan bahwa perempuan ideal baginya adalah ibu. Ukuran keberhasilan dirinya sebagai perempuan adalah bila ia mampu menjadi manusia minimal seperti ibunya sendiri. Tokoh ibu adalah orang yang mengayomi, melindungi, mengarahkan dan meneduhkan bagi dirinya.

Tokoh ayah nampaknya tidak terlalu menonjol. Keadaan ini tergambar dari penjelasan para informan. Ayah adalah model orang berjasa dalam kehidupan mereka tetapi terasa memiliki “jarak”, karena ia dianggap tidak terlalu memahami diri para informan secara utuh. Mereka banyak mendapat tantangan dari sang ayah. Ayah mereka seringkali menyangsikan atau meragukan kemampuan dirinya menangani keputusan-keputusan penting dalam hidup seperti ketika menikah dan memilih sekolah.

Tidak hanya ayah dan ibu, para informan juga bercerita tentang saudara-saudara mereka, baik perempuan maupun laki-laki. Mereka sedikit banyak mendapat “tantangan” berupa kesangsian terhadap kemampuan diri baik yang terlihat nyata maupun yang bersifat laten dari saudara-saudaranya. Keadaan ini terjadi karena posisinya yang dilahirkan sebagai anak tertua, atau yang dituakan, dan atau anak perempuan tertua. Ada peraturan tidak tertulis yang dibebankan kepada mereka yaitu harus memberikan contoh baik, bagi adik-adiknya.

Teman pergaulan juga menentukan bentukan dirinya. Pada umumnya para informan senang bergaul dengan orang-orang yang minimal setara dengannya, baik dalam pemikiran, kebiasaan, juga ekonomi. Sebagian besar teman informan adalah perempuan. Bergaul dengan perempuan lebih menyenangkan karena lebih banyak terdapat kesamaan sehingga mereka mudah berjalan bersama. Meskipun begitu, tidak semua perempuan dapat mereka percaya. Mereka mencurahkan perasaan hati hanya pada teman-teman perempuan tertentu saja.

Ada sebagian kecil informan yang mengaku justru merasa lebih nyaman berteman dengan laki-laki yang dikatakannya tidak mudah tersinggung. Bahkan tidak hanya berteman, ada juga yang menyukai kegiatan laki-laki, dan memilih bidang yang pada umumnya diminati laki-laki, seperti bela diri dan bidang studi yang cenderung bersifat teknik atau sains. Meski demikian, itu tidak membuatnya kehilangan identitas sebagai perempuan atau menjadi cenderung bersifat seperti laki-laki (tomboi). Selain itu, berteman dengan laki-laki lebih membanggakan karena itu jarang dilakukan oleh perempuan pada umumnya.

Keluarga, anak-anak dan suami juga berperan dalam membentuk dirinya. Keluarga adalah teman hidup mereka dan tampaknya adalah energi terbesar yang menentukan kualitas kehidupannya. Mereka mengaku setelah menikah lebih mencurahkan perasaan hati kepada keluarganya, suami dan anak-anaknya. Mereka adalah orang-orang yang saat ini sangat mereka percayai. Umumnya, para informan mempunyai keluarga yang harmonis, menyenangkan. Ada juga informan yang justru menemukan energi untuk membangun usaha ketika belahan hidupnya berpisah, dan hanya tinggal anak-anaknya yang mengerti dan menguatkan kehidupannya.

4.1.6.2 Kondisi Sosial Ekonomi dan Budaya Informan

Tingkat sosial dan ekonomi para informan penelitian ini boleh dikatakan hampir sama. Mereka berada pada kategori menengah ke atas. Mereka memiliki modal dalam bentuk uang meskipun besarannya bervariasi. Mereka pun memiliki ketrampilan (skill) yang berbeda-beda untuk membangun usaha uniknya.

Meskipun para informan mempunyai modal yang dapat diputar dalam usaha, tapi mereka tidak mau mengakui putaran itu sebagai bagian dari kekayaan yang dimilikinya. Keuntungan yang mereka dapatkan itulah yang disebut sebagai kekayaannya.

Mereka hidup sederhana, hemat, malah ada beberapa yang cenderung prihatin, jauh dari foya-foya meskipun sebetulnya berkecukupan. Kalaupun memiliki uang lebih, mereka memanfaatkannya untuk diputar dalam bisnis mereka atau dipergunakan untuk membantu pembiayaan kebutuhan hidup dan

keperluan anak-anak, suami atau keluarga lainnya, seperti untuk membayar asuransi pendidikan anak, dirinya sendiri atau keluarganya.

Umumnya para informan memiliki minimal satu kendaraan roda empat untuk digunakan sebagai sarana mobilitas pribadi. Jarang dari mereka yang hanya menggunakan motor. Selain itu, meskipun kecil, para informan juga mempunyai rumah sendiri atau dalam arti tidak mengontrak. Sebagian besar dari mereka memiliki rumah dan kendaraan itu sebagai bagian warisan dari orang tuanya. Ada juga yang memiliki rumah dan kendaraan dari pembagian harta gono-goni perceraian dengan suaminya.

Penampilan mereka secara fisik pun tidak mencolok dan menunjukkan bahwa mereka berasal dari kalangan masyarakat biasa. Model pakaian yang sering mereka gunakan feminin namun cenderung maskulin. Mereka mengikuti tren mode yang sedang *in*, tapi masih sebatas biasa atau tidak berlebihan. Ornamen-ornamen yang digunakan bersama pakaiannya pun hampir tidak ada.

Warna yang menjadi pilihan pun bukan warna-warna mencolok, rata-rata berorientasi *soft* seperti warna-warna pastel atau malah cenderung warna gelap, yang menunjukkan citra kewibawaan, seperti warna hitam, biru tua, coklat tua dan warna-warna gelap lainnya. Sedikit dari mereka yang memadukannya dengan memakai sepatu tinggi atau *tren* sepatu lainnya. Umumnya mereka menggunakan sepatu-sepatu *casual* atau sandal yang memudahkannya bergerak dan beraktivitas kesana dan kemari.

Tidak banyak aksesoris yang mereka gunakan dalam keseharian. Kalaupun mereka memakai aksesoris - seperti kalung, gelang, bros, anting-anting - masih

dalam batas kewajaran, dipadu padan dengan pakaian yang digunakan. Tidak ada mereka yang menggunakan pakaian dan aksesories berlebihan seperti “etalase berjalan.”

Begitu pun dalam mendekor ruang usaha mereka. Tidak ada tampilan berlebihan. Mereka lebih ingin menunjukkan identitas aktivitas kegiatan bisnis kepada siapa pun yang datang. Mereka tidak menunjukkan tempat khusus pribadi pada wilayah ini. Seluruh wilayah usaha mereka dapat digunakan atau dilihat oleh orang lain. Satu-satunya wilayah pribadi adalah rumah tempat mereka tinggal.

Semua informan memiliki orang tua, yang berasal dari keluarga yang cukup mampu (menengah ke atas). Kedua orangtua mereka berpendidikan minimal SMA. Hampir semua informan berasal dari keluarga yang memiliki nama baik di masyarakat. Ada yang karena terpandang karena prestasi atau jabatan ada pula yang karena keturunan ningrat atau menak.

Ayah mereka bukan pedagang atau pengusaha. Sebagian besar ayah bekerja sebagai pegawai baik itu pegawai negeri atau swasta. Bahkan ada sedikit diantaranya yang menjadi seniman, guru atau dosen, atau pernah menduduki jabatan, seperti wedana atau bupati yang memiliki daerah kekuasaan.

Sementara itu, ibu mereka ada yang bekerja sebagai pegawai, guru, dan adapula yang hanya menjadi ibu rumah tangga biasa. Pekerjaan sebagai ibu rumah tangga ini pun tidaklah dalam arti sebenarnya. Justru para ibu inilah yang ternyata menjadi sumber inspirasi utama para informan untuk menjadi pengusaha.

Selain pekerjaan rumah tangga, ibu para informan memiliki pekerjaan sambilan. Mereka melakukan pekerjaan apa saja yang dapat menghasilkan uang

seperti menerima pesanan *catering*, menjahit, dan ada pula yang meneruskan usaha yang telah diwariskan secara turun temurun. Itu semua dilakukan dalam skala kecil, tidak diseriisi, hanya menambah penghasilan keluarga seadanya.

Semua informan penelitian sudah menikah dan mempunyai anak. Satu informan bercerai mati dan ada dua informan lainnya yang mengalami perceraian karena kasus tindakan “suami” yang menurut mereka tidak pantas. Kekecewaan dengan perilaku pasangan hidup yang tidak sesuai harapan ini mendorong mereka untuk mengambil langkah untuk bercerai.

Hak pengasuhan atas anak-anaknya dipegang oleh pihak istri. Salah seorang dari janda ini mengaku masih berhubungan baik dengan suaminya. Ia tidak sungkan untuk meminta bantuan mantan suaminya bila memerlukan modal, kendaraan tambahan atau lainnya. Sementara yang lainnya benar-benar menutup diri dari suaminya dan tidak ingin membahas lebih lanjut berkenaan dengan perkara suaminya itu.

Para informan penelitian berasal dari etnis yang beragam. Ini dapat menjadi bukti bahwa Kota Bandung mampu menarik para pendatang dari berbagai daerah untuk bermukim di sana. Kota Bandung tidak lagi melulu etnis Sunda dan karenanya lebih cocok disebut sebagai kota multietnis.

Kondisi ini membawa konsekuensi, dimana budaya yang ada pun tidak lagi didominasi oleh budaya Sunda, atau bahkan mungkin sudah terwarnai oleh budaya multikultural berbagai etnis yang bermukim di Kota Bandung. Adapun gambaran asal etnis para informan dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.7
Asal Etnis Informan

No	Etnis	Jumlah
1	Sunda	7
2	Jawa	5
	Jawa - Tionghoa	1
	Jawa - Madura	1
3	Bali	1
Jumlah		15

Sumber : Pengolahan Hasil Penelitian, 2007

Setengah jumlah informan berasal dari keturunan etnis Sunda, sedangkan yang lainnya berasal dari etnis Jawa campuran dan etnis Bali. Sebagian besar dari para informan beragama Islam. Dua orang diantaranya beragama Kristen Katolik dan Hindu.

Berdasarkan hasil pengamatan, para informan cenderung taat menganut agamanya masing-masing, dalam arti di sini bukan hanya agama yang tertera di Kartu Tanda Penduduk saja. Di setiap ucapan dan tindakannya, mereka terlihat mengakui dan menyandarkan seluruh langkah kehidupan dengan berlandaskan pada agama yang dianut. Meskipun demikian, dalam membangun dan menjalankan usaha bisnisnya, sebagian dari mereka masih tetap memegang budaya dan kepercayaan yang diwariskan oleh para leluhurnya secara turun temurun.

Bila dilihat dari segi pendidikan, sebagian besar informan penelitian lulusan sarjana strata 1. Jenjang pendidikan minimal yang dimiliki sebagian kecil

informan adalah SMU Kejuruan bukan Sekolah Menengah Umum biasa. Bila ditelusuri, ternyata sebagian besar jenis usaha bisnis yang dilakoninya sejalan dengan bekal pendidikan yang diperoleh. Pendidikan sarjana ekonomi, baik itu manajemen atau akuntansi, dapat dimanfaatkan untuk mengelola usaha. Sementara mereka yang lulusan desain, memanfaatkan bekal pendidikannya ini untuk menghasilkan ide-ide kreatif yang dapat dijual.

Ada pula yang menjalankan bisnis yang tidak ada kaitan dengan latar belakang pendidikannya, namun keadaan ini tidak membuat mereka menjadi kehilangan arah. Peneliti melihat proses pendidikan yang dilalui tersebut justru meluaskan wawasan cakrawala berpikirnya.

Dua orang informan menempuh jenjang pendidikan selanjutnya. Seorang diantaranya menempuh pendidikan non gelar untuk mengasah kemampuan teknis yang memang dibutuhkan untuk pengembangan bisnisnya. Sedangkan yang seorang lagi menempuh pendidikan lanjut, karena berkenaan dengan profesinya sebagai pengajar, namun pada akhirnya bekal pendidikan tersebut sangat mempengaruhi gagasan-gagasannya yang kreatif dan unik.

Kesemua informan tidak serta merta langsung membuka usaha bisnis. Mereka menjalani beberapa proses kehidupan sebelum kemudian membawanya kepada situasi memaksa, dimana ia harus memilih diantara beberapa alternatif pemecahan masalah. Salah satu alternatif tersebut adalah menjalani kegiatan berbisnis seperti sekarang ini.

Ada informan yang memulai usaha bisnisnya setelah perusahaan tempatnya bekerja memberhentikannya karena pailit terkena dampak krisis

ekonomi yang melanda Indonesia. Bahkan ada yang sudah mencapai posisi cukup tinggi sebagai kepala bagian, namun rela ditinggalkannya demi mengurus keluarganya. Ada sebagian informan yang sempat menjadi ibu rumah tangga penuh sebelum berpikir untuk memulai usaha. Ada pula yang sebelum menikah bekerja menjadi guru, atau karyawan perusahaan. Yang jelas kesemuanya itu dimaksudkan untuk membantu ekonomi keluarga.

4.1.6.3 Proses Menjadi Pengusaha

Berdasarkan hasil penelitian, para informan tidak langsung begitu saja mengambil keputusan menjadi pengusaha. Terdapat proses “menjadi” yang bersifat sosio histories, seiring dengan perjalanan kehidupan yang dilalui.

4.1.6.3.1 Aspek Pendorong

Aspek pendorong yang dimaksud disini adalah suatu keadaan yang memicu mereka sehingga seolah memiliki daya atau tenaga tambahan. Aspek ini memberikan kesempatan kepada mereka untuk menjadi pengusaha dan bersemangat untuk sekuat tenaga mengejar mimpi atau harapan yang diangan-angankannya.

Aspek-aspek pendorong yang telah peneliti identifikasi berdasarkan hasil penelitian adalah kebutuhan ekonomi, pengalaman, dan peran kerabat. Dalam diri setiap informan, aspek-aspek ini tidak saling menghilangkan satu sama lain. Ada informan yang memiliki ketiga aspek pendorong tersebut tapi ada pula yang hanya memiliki satu aspek saja.

Pemenuhan kebutuhan ekonomi merupakan aspek pendorong yang utama. Sebagian besar informan melihat kebutuhan ekonomi ini sebagai faktor yang “memaksa” mereka untuk melakukan sesuatu yaitu berusaha menjadi pengusaha. Sebagai contoh, mereka yang bercerai sempat mengalami kegamangan. Kesangsian orang-orang sekitar dengan keputusannya bercerai menderanya. Pertanyaan-pertanyaan pun muncul seperti apakah ia mampu hidup sendiri mengingat selama ini ia bersandar pada suaminya, dan bagaimana pula ia membiayai hidupnya sendiri beserta anak-anak.

Anak-anak dan ketidakpercayaan orang lain itu membangkitkan kesadarannya untuk bangkit menolong dirinya dan bertanggung jawab atas keputusan yang diambalnya sendiri serta tidak terus menerus meratapi nasib. Tengoklah cuplikan di bawah ini, hasil bincang-bincang peneliti dengan salah satu informan ;

Saya memulai usaha ini karena *bakat ku butuh*. Saya ga punya kemampuan apa-apa. Saya sarjana, tapi hanya menjadi ibu rumah tangga biasa. Saya jalan “sendiri”bagaimana anak-anak ? Biar saya ini satu alumni dengan (sama-sama jurusan) dengan suami rini, tapi saya menjalani usaha yang ga sebidang dan sama sekali baru. Saya belajar sendiri, coba-coba.

Mereka ini memberanikan diri, bahkan menurut peneliti lebih terkesan nekad, untuk melakukan sesuatu yang sebelumnya tidak pernah terbersit dalam pikirannya.

Selain status sebagai *single parent*, ada juga pemicu yang disebabkan karena ketidakmampuan suami memberikan nafkah yang cukup untuk membiayai keluarga. Bukan karena suami pengangguran, tetapi karena memiliki gaji kecil atau tidak rutin. Atau ketika suami pensiun dini, atau ketika proyek tidak berjalan

karena krisis ekonomi sehingga keuangan keluarga berada pada kondisi berbahaya, terlebih lagi anak-anak masih membutuhkan biaya. Kesemuanya itu tentu membuat informan terdesak untuk melakukan sesuatu untuk menstabilkan perekonomian keluarga. Mereka berusaha untuk memperjuangkan usahanya secara serius agar dapat menghasilkan uang yang cukup untuk membiayai kehidupannya beserta anak-anaknya, termasuk seperti biaya sekolah.

Perlu dicatat disini bahwa berdasarkan hasil penelitian, standar atau ukuran kebutuhan ekonomi keluarga yang dimaksud mereka agak berbeda dengan pandangan umum. Mereka mempunyai standar ekonomi tertentu berdasarkan timbangan masing-masing. Peneliti terkagum-kagum dengan kebijakan mereka yang rela mengeluarkan uang banyak untuk pendidikan terbaik anak-anaknya.

Mereka menyekolahkan anak-anaknya di sekolah swasta yang biayanya tergolong cukup mahal. Tidak sembarang orang dapat bersekolah di sana. Begitu pun dalam merancang masa depan. Mereka pun berusaha menata ekonominya dengan baik untuk masa depan anak-anaknya, seperti tabungan khusus dan asuransi untuk anak-anaknya. Nampaknya apa yang dianggap penting dalam pertimbangan para informan tidaklah sama dengan pandangan umum. Umumnya orang memandang kebutuhan yang seperti itu tidak termasuk kebutuhan penting yang sifatnya harus segera dipenuhi (urgent).

Meskipun demikian, dibalik itu semua usaha pemenuhan kebutuhan mereka, peneliti menangkap adanya tendensi untuk sedikit memaksakan diri. Mereka rela untuk melakukannya demi untuk mempertahankan prestise atau gengsi yang dianggap akan mempengaruhi penilaian orang lain terhadap usaha

bisnis yang mereka jalankan. Para informan rela untuk tidak pergi ke salon atau memanjakan diri secara berlebihan. Urusan yang berkenaan dengan hanya pemenuhan kebutuhan dirinya sendiri cukup sekedarnya saja.

Bila berkenaan dengan bagaimana penilaian orang lain terhadap diri dan usahanya, para informan tidak akan segan-segan untuk merogoh kantong lebih dalam. Kesangsian orang lain terhadap dirinya membuatnya harus menentukan prioritas sedemikian rupa agar tidak ada satupun yang melecehkannya. Keadaan lingkungan serta keluarga agaknya membuat mereka resah bila terlihat kurang berhasil. Kebendaan bukan faktor utama, tapi prestise itu jauh lebih utama.

Aspek pendorong kedua adalah pengalaman mereka ketika berinteraksi dengan orang lain. Sebagian besar informan mempersepsi berbagai segi kehidupan yang dirasakan meragukan kemampuannya atau keputusannya. Sebagai contoh, ada salah satu informan yang ketika lulus SMA ingin melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi, namun ayahnya meragukan keputusannya untuk memilih jurusan seni. Ayahnya meragukan keputusan tersebut karena karir sebagai seniman dianggap tidak cerah. Informan ini sempat menuruti keinginan ayahnya untuk kuliah di jurusan ekonomi, tetapi hanya bertahan hingga tahun kedua. Ia tidak bisa melepaskan keinginannya yang sudah bulat itu untuk menjadi seorang seniman. Keberhasilannya saat ini menjadi pengusaha membuktikan keseriusannya memilih jurusan tersebut dan ia menyayangkan ayahnya tidak sempat melihatnya berhasil.

Selain itu ada pula yang mempersepsi banyak ketidakadilan dilahirkan sebagai perempuan. Pengalaman ini membuat mereka tidak nyaman dan ingin

berbuat sesuatu minimal untuk dirinya sendiri. Terdapat sebagian kecil dari mereka yang mengungkapkan keprihatinannya terhadap keterpurukan perempuan.

Ada informan yang tidak suka melihat ibunya dilecehkan laki-laki ketika bekerja. Semasa kecil hingga ia beranjak dewasa, ia melihat ibunya hanya pasrah ketika sering diusap-usap dan disentuh oleh rekan kerja laki-laki. Ia tidak mampu berbuat apa-apa mengingat ibunya yang berprofesi sebagai sekretaris itu memang menjadi tulang punggung keluarga. Bila ibunya tidak bekerja bagaimana dengan biaya kehidupan anak-anaknya? Sementara ayahnya juga hanya pegawai swasta biasa yang penghasilannya tidak seberapa.

Pelampiasan kekecewaannya itu ditunjukkan dengan berusaha menjadi seorang perempuan populer tapi tidak mudah untuk bisa didekati laki-laki. Ia aktif menjadi model dan peragawati, yang amat dekat dengan pelecehan terhadap perempuan. Selain itu ia aktif berorganisasi, bahkan seringkali menjadi pemimpin organisasi atau pemrakarsa suatu kegiatan. Prestasinya tersebut menurutnya tidak diikuti oleh perlakuan tidak mengenakkan dari laki-laki seperti yang pernah dialami ibunya. Meskipun demikian, ia tidak mengelak pernah mengalami tidak mengenakkan dianggap sebagai perempuan yang “bisa diajak tidur” oleh rekan bisnisnya.

Setelah dewasa ia menjajal kemampuannya itu meneruskan usaha kakeknya yang nyaris pailit. Ia pun menunjukkan kemampuannya berbisnis menjadi pengusaha perempuan yang sukses tetapi “bersih”. Artinya ia berhasil mengusung usahanya menjadi salah satu komoditi ekspor yang berarti tidak

dengan menyogok atau bermodal rayuan laki-laki atau bukan pula karena dikasihani.

Ada pula informan yang mengalami pengalaman tidak mengenakan lain sebagai perempuan. Semenjak ia dilahirkan, norma adat Jawa yang keras, dimana menempatkan perempuan sebagai makhluk kedua, harus ditaatinya tanpa banyak bicara. Untuk memutuskan apa pun ia harus mendapat persetujuan ayahnya. Tersirat ia kecewa ketika mengetahui ayahnya berpoligami dan itu terbawa dalam pikirannya hingga saat ini.

Ketika menikah dengan laki-laki yang satu adat dengannya, ia mengalami kondisi yang sama ketika ia masih kecil. Ia tidak boleh membantah laki-laki, suaminya. Ia hanya bisa menerima. Uang pun diatur suami. Ia melihat ukuran keberhasilan rumah tangga bagi dirinya hanya diukur dari keberhasilan suami di tempat kerja, uang, dan anak-anak yang sukses. Akan tetapi tidak ada sangkutan terhadap dirinya. Ia sempat merasa depresi berat ketika segalanya sudah tidak tertahankan lagi. Untuk keluar kamar melihat matahari pun terasa sangat berat.

Aspek pendorong yang ketiga adalah kerabat. Aspirasi dan harapan keluarga, saudara dan teman atau sahabat terdekat mengarahkan informan untuk membuka usaha. Ada pula sebagian kecil informan lainnya yang memang sudah “diprogram” oleh ibunya sejak dini untuk tidak menjadi perempuan yang tangannya berada di bawah suami. Terlihat jelas sekali peranan ibu bagi diri mereka lebih besar daripada ayahnya.

Petikan percakapan salah satu informan di bawah ini dapat sedikit menjelaskan pengalaman bagaimana ibunya mengarahkannya untuk menjadi

perempuan yang tidak hanya berpangku tangan di bawah tangan orang lain, apalagi laki-laki;

“Saya memang berniat untuk tidak menjadi ibu rumah tangga yang diam di rumah. Saya melihat ibu saya yang diam di rumah tapi kerja. Ibu saya translator, sarjana sastra Inggris, dosen, juga wiraswasta bikin kue. Ibu saya memang pinginnya saya kerja. Kalo perempuan ga kerja itu bodo kata ibu saya. itu berpengaruh buat saya.”

Ada pula yang dibekali pendidikan tinggi oleh orang tuanya. Ibunya berpesan untuk selalu berusaha mempunyai “nilai” di depan laki-laki agar kelak tidak direndahkan, bahkan oleh suaminya sekalipun. Mengurus rumah tangga, semisal antara jemput anak sekolah. Menurutnya, itu bukanlah pekerjaan mudah. Pekerjaan terbut memerlukan manajemen tertentu, bila perempuan tidak mampu maka ia akan sulit pula mengatur rumah tanggahnya dengan baik. Nasihat-nasihat orang tua yang seperti ini terpatri dalam kehidupan mereka.

Mereka pun diberi nasihat, “sedia payung sebelum hujan.” Bila terjadi sesuatu dengan rumah tangganya, apakah suami tidak senang lagi, sehingga main perempuan lain, kemudian bercerai atau karena takdir berpisah (mati), tentu sebagai istri sekaligus ibu dari anak-anaknya, perempuan harus mempunyai peran yang penting pula. Jangan sampai perempuan itu dilecehkan oleh laki-laki, meskipun oleh orang yang mencintainya sekalipun.

Bukan hanya orang tua yang mengarahkan informan, ada pula yang mendapatkan keahlian khusus secara turun temurun. Selama ini, keahlian itu ia

anggap sebagai hobi dan dipraktekkan hanya untuk kalangan sendiri atau keluarga saja. Ia tidak menyangka ternyata banyak orang yang berminat terhadap keahliannya meminatinya sehingga mendorongnya untuk membuka praktek khusus untuk menyalurkannya.

Adapula yang bukan faktor orang tua, tetapi justru saudara, teman/sahabat atau suaminya sendiri yang mendorong untuk menjadi pebisnis. Awalnya mereka menjadi hanya membantu suami dan atau saudaranya. Cuplikan berikut memberikan sedikit gambarannya ;

“Ah,..bukan pengusaha, saya hanya bantu suami. Suami saya bikin rumah saya yang mendekor. Itu juga kalo saya mau. Kalau lagi repot ngurus anak-anak...weeh, lieur, jemput ka die ka ditu...nggak deh !”

atau

“Jangan disebut pengusaha. Saya cuman usaha warungan, bantu suami.” (sambil tertawa)

Para informan ini berbisnis secara tidak sengaja atau tidak direncanakan sebelumnya. Ada yang awalnya hanya sekedar membantu usaha suami. Ada pula yang bermula dari hanya sekedar membantu tetangganya memasak kue.

Ada informan yang memang hobi membuat kue. Mertuanya yang pengusaha kue mewariskan resep-resep andalan. Suaminya pun sering membantunya. Sang suami sendiri semenjak kecil terbiasanya membantu ibunya membuat kue. Pengalamannya ini kemudian ditularkan kepada istrinya dengan

mengajarkan teknik-teknik yang pernah diketahuinya. Sang suami pun menyediakan atau bahkan membuat sendiri alat-alat yang dibutuhkannya.

Melihat antusias tetangga dan kenalan mereka terhadap produksi usaha, suaminya memberikan usulan untuk berbisnis, tapi gagasan itu tidak segera diterimanya. Anaknya yang masih kecil menjadi pertimbangannya. Siapa yang akan mengurusnya ? Ia tidak mau menyerahkan urusan yang satu ini kepada orang lain.

Setelah sekitar setahun suaminya membujuknya, akhirnya ia yakin untuk berbisnis dan mensekusi usahanya. Suaminya juga memahami konsekuensi dari keputusan tersebut. Suaminya tidak berkeberatan untuk turut mengurus anak-anak dan membantu memenuhi pesanan kue yang datang, meskipun dilakukannya hanya bila pesanan banyak.

Begitu pun dengan informan lainnya. Pada awalnya ia hanya mendukung suami dalam pekerjaannya. Itu pun sebatas membuat kue-kue resep pribadinya sebagai hantaran bagi para relasi atau mitra suaminya. Tak disangka hobinya ini malah berlanjut dan didukung oleh suaminya. Sementara itu Anak-anak sudah besar, tidak harus didampingi terus menerus, sehingga ia dapat terjun penuh mengelola usaha bisnisnya.

Para informan dengan daya dorong kerabat cenderung tidak merasa mengalami ketimpangan sosial seperti yang umumnya dialami perempuan. Mereka menganggapnya apa yang dialaminya selama ini, semisal laki-laki bekerja, istri di rumah mengasuh anak-anak sebagai sesuatu yang memang

seharusnya demikian. Istri mengikuti laki-laki, suaminya. Meskipun pendidikannya tinggi sekalipun, baginya suami tetap harus diutamakan.

4.1.6.3.2 Aspek Penarik

Sementara itu aspek kemenarikan yang memicu para informan untuk mereka menjadi pengusaha adalah uang atau kekayaan, aktualisasi diri, dan penyaluran rasa sosial. Sama seperti aspek pendorong, aspek-aspek penarik ini juga tidak berdiri sendiri. Ada informan yang memiliki satu aspek saja, tapi ada juga informan yang memiliki dua atau bahkan tiga aspek sekaligus.

Keinginan untuk memiliki uang atau kekayaan merupakan aspek kemenarikan utama bagi informan untuk membangun usaha. Sebagian besar informan memberikan penghargaan tinggi atas kepemilikan uang ini. Memiliki uang sendiri membuat mereka jauh lebih merasa berharga daripada hanya berpangku tangan menunggu jatah pemberian uang dari suami.

Bila memiliki uang sendiri, para informan merasa mampu melakukan banyak kegiatan. Mereka merasa mampu memenuhi keinginan-keinginan mereka tanpa harus tergantung pada pertimbangan suami atau orang lain. Tampaknya bakat berbelanja (konsumerisme) yang biasanya melekat pada diri perempuan, dapat tersalurkan bila mereka memiliki uang sendiri dan tentu saja dengan tanpa harus ada pihak yang merasa keberatan dengan kebiasaan tersebut.

Meskipun demikian, keinginan mereka ini tidaklah membabi buta. Mereka juga berhemat, tapi hemat disini dimaknai agak berbeda. Hemat bukanlah berarti mencari barang yang murah tetapi bagus saja. Mereka memiliki kesadaran

untuk menjaga prestise dan popularitas. Mereka ingin dilihat orang lain, baik itu laki-laki atau perempuan, sebagai perempuan yang berhasil mampu menembus batas tradisi dan budaya sosial yang umumnya meminggirkan peranan perempuan. Bagi mereka kepemilikan atas uang merupakan salah satu ukuran keberhasilan untuk upaya tersebut.

Implikasi dari makna hemat itu, para informan akan selektif dalam mengeluarkan uang, bukan hanya mencari barang yang murah tetapi bagus, tetapi juga mempertimbangkan berdasarkan prioritas bagaimana penilaian orang lain nanti terhadap barang atau jasa yang dibelinya. Ia akan berusaha agar dapat mengumpulkan uang untuk diarahkan pada sektor yang menurutnya akan memberinya nilai tambah. Kepemilikan barang-barang yang tidak umum atau tidak mudah untuk dimiliki orang, tentu saja akan secara tidak langsung akan mempengaruhi penilaian orang lain terhadap barang atau jasa yang dijualnya. Calon pembeli akan melihat mereka sebagai orang yang memiliki cita rasa tinggi dan berprestise.

Memilih sekolah dapat menjadi salah satu contohnya. Mereka akan berusaha untuk menyekolahkan anak-anaknya di sekolah favorit, biasanya dikelola oleh yayasan pendidikan swasta, yang memakan biaya sangat mahal untuk ukuran ekonomi menengah. Begitu pula dalam penyaluran hobi, mereka senang menggunakan benda-benda yang menurut orang lain tidak umum karena biaya yang harus dikeluarkan cukup besar atau setidaknya perlu merogoh kantong lebih dalam.

Setiap benda yang dimiliki atau digunakan informan seolah memiliki arti dan kegunaan. Jarang dari mereka yang menghabiskannya untuk kegiatan khas perempuan seperti ke salon, berjalan-jalan tak tentu arah, membeli baju, tas, berganti-ganti *handphone* atau yang lainnya. Agaknya kegiatan yang demikian itu justru dapat menghabiskan uangnya tanpa memberikan kontribusi balik pada usaha yang dibangunnya.

Kemudian aspek menarik kedua adalah peluang untuk aktualisasi diri. Para informan merasa menemukan kesempatan untuk membuktikan kemampuan diri dan menunjukkan prestasi yang dimilikinya bila menjadi pengusaha. Keinginan kuat untuk berprestasi terlihat pada mereka yang pernah bekerja sebelum menikah atau pada mereka yang merasa belum mengaplikasi bekal pendidikan atau bakat yang dimilikinya. Menjadi pengusaha memungkinkan mereka untuk mewujudkannya. Selama ini keinginannya tersebut terpendam karena sudah terlebih dahulu terlibat dengan urusan rumah tangga yang tidak memungkinkan bagi dirinya untuk bekerja kantoran terus menerus atau ikut bekerja pada orang lain.

Aspek ini pun dominan sekali bagi para informan yang pernah memiliki pengalaman ketidakadilan jender. Menjadi pengusaha memberikan jalan bagi dirinya untuk mengejar ketinggalan yang selama ini tertahan karena seringkali dinomorduakan. Mereka mendapat kesempatan untuk membuktikan bahwa mereka juga bisa berhasil sama seperti laki-laki.

Nuansa bersaing terasa sekali disini, terutama dengan orang-orang lawan bisnisnya. Sebagian besar informan bersaing baik dengan laki-laki maupun

perempuan. Persaingan ini dilakukan dengan sehat dan selalu menghindari gejolak atau konfrontasi secara langsung.

Perempuan pengusaha tidak anti laki-laki. Hanya saja, bila mereka harus bekerja bersama-sama, mereka cenderung tidak percaya bahwa laki-laki akan melakukan tugas yang dibebankan kepadanya dengan baik. Ini tersirat dalam narasi para informan ketika bergabung dalam kegiatan berorganisasi yang berkenaan dengan bisnis masing-masing.

Mereka mengeluhkan perilaku laki-laki yang kurang bisa diajak bekerja sama dan lebih cenderung suka mengambil keuntungan sendiri. Oleh karena itu, bila harus bekerja sama dengan laki-laki, mereka tidak mau terlalu mengandalkan kerjasama laki-laki dan akan selalu berusaha untuk menunjukkan bahwa mereka mampu berprestasi dengan atau tanpa peran bantuan laki-laki.

Sementara itu, semua informan kurang mengidolakan ayahnya. Jarang sekali wilayah ayah ini diutarakan sebagai sesuatu yang berarti. Sambil lalu saja atau boleh dikatakan hanya sedikit sekali kata “ayah” disebut-sebut dalam perjalanan kehidupan mereka. Keadaan ini berbeda ketika membicarakan perihal ibunda. Mereka terlihat bangga;

“Kalau orang lain suami meninggal, jual rumah, tapi ibu saya, suami meninggal, beli rumah !”

atau

“Ibu saya yang mengajarkan berbisnis. Kemana-mana saya ditemani oleh beliau. Relasi ibu banyak.. Lama-lama saya banyak kenal jadi punya banyak relasi dan berani menjalankan bisnis sendiri.”

Peran ayah tidak secara spontan mereka ceritakan. Seringkali peneliti harus melontarkan pertanyaan menyelidik. Meskipun demikian, bukan berarti mereka

benci dengan tokoh ayah, mereka menyayangi dan menghormatinya, namun peranan ayah sebagai figur laki-laki ini dianggap kurang begitu berarti. Bahkan ada pula salah satu informan yang bingung ketika ditanya ayah, seperti cuplikan berikut ini;

“Saya tidak begitu tahu Romo (ayah). Sudah meninggal sejak saya kecil. Saya dibesarkan oleh Bapak Sambung (ayah tiri). Galak, suka marah-marah, tapi ibu saya sangat sabar. Setelah menikah saya tahu suami saya seperti apa, rasanya pingin pulang ke rumah Ibu, tapi ada Bapak Sambung. Jadi disabar-sabarin aja...”

Kekecewaan terhadap laki-laki tidak hanya dirasakan ketika mereka masih dalam keluarga inti, dikemudian hari, ketika sudah menikah, mereka kembali merasa kecewa dengan suaminya. Kekecewaan ini umumnya tidak mereka nyatakan secara jelas, seperti contoh ;

“Perkawinan saya seperti *Romeo and Juliet*, sampe gendong-gendongan segala, tapi sekarang ini kita memang sudah berbeda arah. Kita berpisah bak-baik, sampai sekarang dia juga sudah menikah lagi, hubungan kita seperti layaknya teman. Kalau butuh uang atau kendaraan saya masih suka menelepon dia.”

Ketika informan menceritakan hubungannya dengan mantan suaminya, peneliti tidak yakin ia memang menghubungi suaminya. Informan ini tergolong sukses, dan pioner di kelasnya. Ia berkecukupan, tidak perlu meminta uang atau pinjam kendaraan. Mungkin merupakan sesuatu yang tidak mengenakan bagi informan untuk menceritakan keburukan hubungan antara dia dan suaminya kepada peneliti.

Masalah hubungan dengan laki-laki yang termasuk ke dalam kategori orang-orang terdekat ini, baik itu ayah, suami, atau saudara kandung/dekat, memang tidak pernah dijelaskan secara lugas. Nampaknya tabu bagi perempuan untuk menceritakan kekecewaannya secara terang-terangan. Suka atau tidak suka mereka harus menghadapinya. Ini tidaklah mengherankan mengingat norma yang ada mengajarkan perempuan untuk tidak berkonfrontasi secara langsung dengan laki-laki.

Para informan menikah bukan dengan paksaan. Mereka sendiri yang memilih laki-laki yang akan menjadi suaminya. Bila dikemudian hari menemukan sesuatu yang tidak menyenangkan dengan suaminya, mereka lebih suka bersabar sebagai bentuk tanggung jawab atas pilihannya sendiri, dan atau mengambil konsekuensi bercerai secara baik-baik.

Menjadi pengusaha seolah membuka jalan bagi mereka untuk mengalihkan kerumitan persoalan rumah tangga. Untung atau rugi menjadi urusan nomor dua, yang penting mereka senang. Sehari-hari mereka sibukkan dengan kegiatan rumah tangga plus urusan usaha. Kadangkala mereka harus bekerja hingga larut malam. Mereka jarang meluangkan waktu untuk menonton televisi, membaca buku atau majalah. Menjadi pengusaha membuat mereka menghargai diri mereka sendiri meskipun badan dan pikiran terasa lelah, tapi kepuasan ada di tangan mereka.

Aspek ketiga adalah kasih dan sayang. Secara naluri sepertinya memang perempuan senang menunjukkan perhatian dan selalu berusaha menciptakan

kedamaian di antara semua pihak, terutama sekali dicurahkan kepada keinginannya untuk mengurus keluarga sepenuhnya.

Keinginannya ini membawa konsekuensi peran ganda. Ia harus bisa membagi waktunya untuk tetap mengurus keluarga. Para informan sibuk dengan urusan rumah tangganya. Namun ketika kesibukannya mulai berkurang, tidak terlalu padat, ketika anak-anak sudah cukup besar (bukan balita), dimana sebagian besar waktu anak di siang hari adalah pergi ke sekolah, mereka melihat ada waktu luang untuk melakukan kegiatan lain. Mereka memutuskan untuk menjadi usahawan yang waktunya masih bisa dianggap fleksibel.

Usaha yang dijalani boleh dikatakan sambil lalu, atau dengan kata lain masih sangat menomorsatukan keluarga. Alasan yang muncul adalah senada dengan petikan wawancara berikut ;

“Saya lebih memilih wiraswasta. Anak-anak masih kecil, banyak pekerja (pekerjaan rumah) yang harus didampingi. Ga mau belajar kalau ga ditemenin. Apalagi anak saya yang nomor dua sering sakit.”

Ketidakkonsistensian mereka untuk terjun berkonsentrasi penuh dalam bisnis ini membuat mereka tidak ingin disebut sebagai pengusaha, meskipun sebenarnya mereka memiliki potensi untuk itu. Para informan yang seperti ini keadaan ekonominya sudah mapan. Mereka justru merasa eksistensinya sebagai perempuan, ibu dari anak-anaknya lebih dipertaruhkan. Ia akan mendapat “cap” sebagai ibu yang tidak becus bila tidak mampu mengurus anak-anak dengan baik sementara segala kebutuhannya sudah terpenuhi.

Selain itu keputusan untuk mengutamakan anak-anak seperti juga sudah merupakan komitmen mereka sejak awal ketika memutuskan untuk

berumah tangga. Mereka ini ingin ideal. Mereka ingin membesarkan anak-anaknya tanpa campur tangan orang lain seperti kakek, nenek, saudara ataupun pembantu, meskipun pada prakteknya tetap saja ada.

Sebenarnya mereka kewalahan dan mengeluh dengan komitmen yang mereka buat sendiri, namun itu dianggapnya tidak penting untuk didengarkan. Menurut cerita mereka, suaminya di rumah dapat beristirahat sepulang bekerja, sementara tidak demikian dengan dirinya. Ia bekerja mengurus rumah, mengantar jemput anak-anaknya sekolah, berbelanja, memasak dan lain sebagainya sejak sebelum suaminya bangun pagi hingga malam hari.

Para perempuan ini berdalih dengan menyatakan bahwa semua itu dilakukan karena kasih dan sayanginya kepada dengan suami serta anak-anak. Mereka tidak merasa perlu mempermasalahkannya karena mengaku tidak merasa terganggu dengan peran yang demikian itu. Itu semua merupakan bagian dari perjuangannya sebagai ibu, sama seperti ibu-ibu lainnya.

4.1.7 Gambaran Umum Usaha Informan

Energik. Itulah kesan yang peneliti ketika menemui para informan, begitu pun ketika datang ke tempat-tempat mereka beraktivitas. Mereka tidak ada yang lamban bergerak. Mereka menyukai kedinamisan, kesederhanaan dan simplisitas, jauh dari kesan *glamour*, tapi tetap bergaya unik bernuansa ciri khas kepribadian mereka masing-masing.

4.1.7.1 Lokasi Dan Tempat Usaha

Sesuai dengan klasifikasi usaha kecil menengah, informan-informan penelitian ini tidak memiliki lokasi usaha yang luas dan besar, bahkan cenderung seadanya. Banyak dari mereka yang geli sendiri ketika ditanya meja kerja, atau lokasi berkarya. Mereka tidak memiliki tempat spesifik.

“Kantor saya ya di mobil itu. Lihat saja dalamnya. Nyubuh dari rumah, antar jemput anak-anak, muter-muter ngontrol pekerjaan, sampai maghrib menjelang malam hari baru pulang ke rumah.”

Kala itu memang peneliti lihat mobilnya penuh dengan berkas-berkas. Rupanya ia mengerjakan administrasi usahanya di mobil itu. Segala tetek bengek perkakas usahanya masuk ke dalam mobil itu. Termasuk buku-buku dan barang-barang milik anak-anaknya. Ia biasa mengantar jemput anak-anaknya sekolah, dan mengajak mereka berkeliling mengontrol pekerjaannya hingga sore hari. Anak-anak mengerjakan pekerjaan rumah sekolahnya di dalam mobil itu sambil menunggu ibunya beraktivitas dari satu lokasi ke lokasi lain. Mereka terbiasa melakukannya. Mobil itu seolah menjadi perpanjangan tangan dan kakinya.

Meskipun demikian, sebagian besar informan meletakkan lokasi usaha di rumahnya sendiri. Rumah ini ada yang memang milik sendiri, ada yang masih milik orang tuanya, dan ada pula yang diperoleh sebagai warisan dari orang tuanya. Ada yang merelakan sebagian ruang depan rumahnya untuk menjadi seperti *gallery* mungil. Ada pula yang merelakan halamannya menjadi *café* taman sederhana, dan ada pula yang mengambil kamar atau halaman belakang sebagai bengkel kerjanya.

Bila ruangan itu dimaksudkan sebagai ruang publik, dimana siapa saja dapat memasukinya, para informan memajang berbagai jenis hasil karyanya

sedemikian rupa. Yang jelas nuansa rumah yang nyaman begitu terasa di ruangan itu. Seperangkat meja kursi *old fashion* untuk 2 hingga 3 orang menghiasi ruangan itu. Di atas meja mereka letakkan brosur eksklusif rancangan mereka sendiri.

Mereka menata barang-barang sedemikian rupa. Mereka memasukkan unsur-unsur penataan seni sehingga menarik perhatian orang yang melihatnya. Barang-barang yang dipanjang hanyalah contoh sehingga tidak terlalu banyak dan tertata rapi. Biasanya terdapat meja kecil di sudut tersendiri dimana mereka meletakkan telepon, faksimil, buku-buku, dan catatan lainnya termasuk untuk menyimpan kas keuangan mereka.

Sesekali peneliti dapat melihat harga yang tercantum pada barang yang dipanjang, tapi lebih sering tidak tertera. Begitu pun hak karya yang telah dipatenkan, tidak semua barang menunjukkan identitas itu. Lucunya nuansa ini tidak terlihat bila hanya melihatnya sambil lalu dari jalan. Mereka tidak menggunakan etalase. Anda bisa merasakannya bila anda mengetuk pintu rumahnya dan masuk ke dalam ruangan. Anda akan mengira itu rumah biasa. Penanda di halaman rumah juga tidak terlalu besar, hanya sekedarnya. Padahal penanda tersebut bukan asal-asalan atau dibuat asal jadi.

Informan yang memiliki *café* atau salon, memanfaatkan teras, ruang tamu, dan halamannya sebagai lahan untuk para tamu. Nuansa rumah sedapat mungkin masih mereka pertahankan. Kenyamanan yang dipadu dengan teduhnya pepohonan dan kesemarakkan berbagai jenis tanaman, yang ditanam di pinggir-pinggir halaman atau yang diletakkan di atas meja, menunjukkan kesan asri dan menjadi keunikan tersendiri. Warna hijau daun sepertinya sangat ditonjolkan oleh mereka yang melakukan usaha berkenaan dengan alam ini.

Bersih, asri, penuh nuansa warna-warna lembut dengan penataan apik menunjukkan pribadi halus sang pemilik. Begitu pun dengan kamar mandi, bagian yang paling pribadi. Meskipun tidak bagus, tetapi bersih. Sifat feminin perempuan yang senang dengan segala sesuatu yang bersih dan apik serta teratur sangat terlihat disini.

4.1.7.2 Peran Keluarga Dan Handai Taulan Dalam Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya 2 orang informan saja yang meneruskan usaha orang tua/leluhur mereka atau tidak atas inisiatif sendiri. Seorang informan meneruskan usaha kakeknya yang bergerak di bidang produksi barang-barang keramik dan seorang lainnya meneruskan usaha ayah mertuanya yang memiliki mini *restaurant*.

Meskipun demikian, bukan berarti sebagian besar informan memulai usahanya tanpa bantuan orang lain. Banyak orang yang sebenarnya terlibat dan berperan penting di dalam memberikan dukungan dibalik terwujudnya usaha tersebut.

Para informan penelitian terlihat tidak mudah mempercayai orang lain begitu saja. Bagi mereka hubungan baik yang terbina atas dasar kepercayaan itu sangat penting. Mereka cukup selektif menentukan orang-orang yang terlibat dalam usahanya. Keluargalah orang yang pertama kali dapat dipercayainya selain sanak saudara dan teman-teman dekatnya.

Sebagian besar informan cenderung memperlakukan usahanya ini seperti usaha keluarga. Sebagian besar informan melibatkan suami, anak-anak dan sanak saudara dalam usaha yang dijalankannya. Hanya sebagian kecil saja yang memperlakukannya terpisah, tidak serta merta usaha itu menjadi usaha keluarga.

Suami merupakan tangan kanannya. Orang yang sangat dipercayainya. Suami adalah orang pertama yang dimintai pertolongan ketika mereka kerepotan dengan usahanya, tapi tidak demikian untuk urusan domestik. Rupanya ketentuan

pembagian peran dipegang kuat oleh mereka. Istri mengurus urusan domestik termasuk anak-anak, sementara sang suami bekerja di luar rumah.

Bila para informan harus keluar rumah, semisal keluar kota atau berpergian hingga malam hari, ia harus mendapat ijin suaminya terlebih dahulu. Kadangkala suaminya yang akan mengantar jemput, meskipun itu mereka mampu pulang ke rumah sendiri. Berikut cuplikan hasil wawancara dengan salah satu informan;

Kalo kita perempuan, maghrib kan masuk ke rumah. Rapat malam, harus dijalani dengan seijin suami, kadang-kadang dijemput suami. Kalo harus pergi dengan laki-laki lain, kan ga boleh, tapi dalam pekerjaan bagaimana, modalnya kepercayaan. Kalo niatnya ga bener, ga usah pergi-pergi juga bisa. Beruntung saya punya suami yang ngerti.

Jikalau harus pergi beberapa hari pun, mereka melimpahkan urusan usaha sementara kepada suami. Mereka sengaja melibatkan suami sesekali dalam urusan usahanya agar sang suami memahami dan mengetahui pekerjaan sang istri. Bahkan ada pula informan yang langsung memberikan pembukuan keuangan beserta keuntungan hasil usaha kepada suaminya sebagai bentuk tanggung jawabnya, mengabdikan pada suami.

Ada sedikit informan yang justru memulai usahanya atas inisiatif sang suami. Sang suaminya yang pertama kali mengenali kemampuan istrinya. Ada yang memerlukan waktu lama untuk meyakinkan istrinya. Sang suami pula yang memodali dan menyediakan kebutuhan yang diperlukan untuk membuka usaha tersebut. Boleh dikatakan yang memiliki mimpi adalah suaminya. Sementara itu ada pula yang awalnya hanya membantu pekerjaan suami. Ia sering mengirimkan

penganaan untuk relasi suaminya. Namun lambat laun orang menyukainya dan akhirnya ia membuka usahanya

Sementara itu anak-anak adalah sumber inspirasi kesabaran dan ketabahan. Anak-anak merupakan prioritas mereka. Ketika anak-anak sudah tidak perlu harus selalu didampingi, mereka membuka usaha. Anak-anak mereka membantu usaha tersebut sedapatnya, itupun sangat dibatasi agar jangan sampai mengganggu aktivitas sekolahnya. Mereka sangat ingin anak-anaknya maju, sukses dan berhasil. Mereka merasa bahagia mampu menyekolahkan anaknya hingga mencapai jenjang pendidikan tinggi atau bahkan keluar negeri sekalipun. Kesuksesan anak merupakan kesuksesan ibunya.

Keadaan ini terkait dengan peran ibu yang diyakini menentukan keberhasilan pendidikan anak-anak. Ada segelintir dari anak-anak mereka yang sudah menunjukkan minat yang sama dengan ibunya dan bersiap-siap meneruskan tongkat estafet usaha tersebut.

Sanak saudara dan teman pun memegang peranan penting. Merekalah yang pertama kali menjadi konsumen atau pembeli produk mereka. Dari merekalah usaha ini dikenal melalui proses publikasi mulut ke mulut. Mereka jugalah yang banyak memberikan masukan sehingga usaha mereka menjadi tambah maju dan berkreasi. Dari mereka pula order seringkali datang. Oleh karena itu pertemanan bagi para informan sangatlah penting. Adalah tabu memandang sebelah mata kepada mereka. Sekecil apa pun, bagi para informan, peran saudara dan teman sangat berarti.

4.1.7.3 Prinsip-Prinsip Dalam Menjalankan Usaha

Para informan penelitian menjalankan usahanya berdasarkan nilai-nilai tertentu. Nilai-nilai tersebut bersumber pada agama, budaya, dan pengalaman hidup yang pernah dialaminya. Nilai-nilai ini sangat mewarnai bagaimana ia mengambil langkah-langkah kebijakan ketika menjalankan usahanya.

Prinsip nilai pertama adalah nilai-nilai agama. Para informan bukanlah penganut agama garis keras, namun mereka berusaha untuk berpegang teguh pada apa yang diyakininya itu. Mereka yakin bahwa Tuhan itu ada. Mereka menyandarkan kehidupan dunia ini kepadaNya, termasuk ketika menjalankan usahanya. Usaha yang dilakukannya ini bukannya tanpa resiko. Banyak ketidakpastian yang ditemui. Misalnya, hari ini bisa saja banyak konsumen yang datang membeli barang dan jasanya, sehingga mendatangkan keuntungan yang tidak sedikit, namun belum tentu esok harinya kelarisan itu datang lagi.

Bagi informan yang menganut agama Kristen, peneliti bisa melihat keteguhannya ini tidak hanya dari simbol-simbol religius yang dipasangnya di tempat usahanya saja. Lebih dari itu, peneliti juga melihat mereka aktif menjadi jemaat dan sering membuka pintu lokasi tempat usahanya ini untuk membantu kegiatan agamanya. Yang paling sering peneliti lihat adalah rapat-rapat kecil kegiatan agama mereka. Selain itu peneliti pun melihat tempat usaha mereka menjadi jalan publikasi untuk kegiatan agama mereka dengan memberikan selebaran gratis atau brosur lainnya.

Keadaan yang kurang lebih sama pun dilakukan oleh para informan yang beragama Islam. Tidak banyak informan yang berkerudung atau berjilbab.

Meskipun demikian, mereka shaleh dan tidak menonjolkan diri bahwa ia adalah penganut yang taat. Jarang informan penelitian yang banyak menunjukkan simbol-simbol religius di tempat usahanya, namun nilai-nilai tersebut muncul menjadi inspirasi berharga dalam berkarya. Bahkan ada salah seorang diantaranya yang membuka pintu rumahnya lebar-lebar untuk kegiatan pengajian rutin atau majelis taklim umum yang diikuti oleh khusus ibu-ibu (perempuan). Ini dilakukannya agar selalu membuat hatinya tenteram dan tenang. Ada pula yang menyisihkan sebagian hasil usahanya untuk membangun masjid yang di dalamnya selalu ia penuhi dengan kegiatan keagamaan orang-orang sekitarnya. Secara rutin mereka selalu melakukan pendalaman pengetahuan agama dan penyegaran rohani bersama perempuan-perempuan muslim lainnya.

Bagi informan yang beragama Hindu pun demikian adanya. Bagi mereka merupakan keharusan melakukan ritual rasa syukur nikmat yang diberikan Yang Maha Kuasa setiap hari. Bangun pagi juga merupakan ritual mereka. Mereka meyakini keberhanan bangun pagi-pagi. Bila mereka bangun ketika matahari terbit, rejeki yang Tuhan berikan untuknya akan berkurang atau diambil oleh orang lain. Oleh karena itu ia akan selalu rutin dan giat mengejar rejeki yang Tuhan peruntukkan untuknya. Dalam pandangan peneliti, ritual agama yang dilakukannya ini sangat menyatu dengan budaya daerah Bali sehingga berbaaur antara agama dan budaya.

Agama bagi para informan merupakan pilar penting yang harus dipegang teguh. Mereka memandang simbol-simbol agama hanyalah sebatas identifikasi

saja. Keimanan atas keyakinannya itu lebih utama di dalam hati dan terwujud dalam kehidupan sehari-hari.

Prinsip nilai kedua bersumber dari budaya. Budaya ini sangat bergantung dari etnis dimana para informan berasal. Informan yang berasal dari Jawa akan sangat kuat memegang adat istiadat budaya Jawa. Begitu pun dengan mereka yang berasal dari daerah lainnya. Meskipun demikian, ini bukan berarti harga mati. Mereka membuka usaha di Kota Bandung yang seringkali diidentikkan dengan budaya Sunda. Budaya yang mereka pahami pun akhirnya berbaur dengan budaya daerah Sunda setempat.

Informan yang berasal dari daerah Jawa memahami nilai kerja keras namun pasrah atau *nrimo*. Para informan yang berasal dari daerah Jawa atau keturunan Jawa memahami bahwa peran perempuan adalah di rumah mendampingi suami. Mereka terbiasa untuk tidak menonjolkan diri, karena sudah sepantasnya perempuan mendahulukan atau memprioritaskan laki-laki. Keputusan-keputusan penting keluarga itu ditentukan oleh laki-laki. Keadaan ini juga terimbas dalam kegiatan usaha. Bila informan perlu berpergian keluar kota atau ketika harus bekerja ekstra karena banjir order sehingga harus meninggalkan tugasnya di rumah, maka ia harus mendapatkan ijin dari suaminya.

Selain itu ada sedikit informan yang juga masih memegang pemahaman kejawaan budaya khas Jawani ketika menjalankan usaha. Informan yang seperti ini masih kuat memegang darah keturunan ningrat sehingga merasa wajib untuk melestarikan budaya leluhurnya. Keadaan ini misalnya dapat terlihat dari bagaimana ini menentukan waktu untuk memulai dan menutup usahanya.

Dalam keseharian pun mereka menggunakan bahasa Jawa yang halus meskipun bukan *Kromo Inggil* (bahasa keraton yang digunakan oleh mereka yang berdarah biru). Namun itu berlaku relatif. Mereka tidak menggunakan bahasa Jawa ketika berbicara dengan mereka yang bukan berasal dari daerah yang sama.

Para informan yang bukan berasal dari tanah Sunda atau bukan *Urang Sunda*, berusaha untuk sedapat mungkin menyesuaikan dengan budaya setempat, tetapi tidak meninggalkan budaya leluhur sendiri. Mereka sadar dan paham tempatnya berdomisili mempunyai budaya yang berbeda. Mereka belajar berbahasa Sunda dan berusaha memahami budaya Sunda, tapi itu masih terlalu dini untuk membuat mereka disebut sebagai *urang Sunda*.

Ketika bertemu dan berbicara dengan teman, pelanggan atau pekerja yang berasal dari suku Sunda, mereka berusaha menggunakan bahasa Sunda. Kegiatan ini dilakukannya agar menjadi lebih akrab. Keadaan yang sama terjadi pula ketika mereka bertemu dengan orang-orang yang berasal dari suku Jawa. Berbicara dengan menggunakan bahasa daerah yang sama dianggap dapat membangun keakraban. Usaha yang mereka lakukan ini membuat kata-kata yang keluar dari mulutnya terdengar aneh. Mereka menggunakan kata-kata sandang atau bahasa sehari-hari atau bahasa pergaulan orang Sunda. Atau bahkan ada yang terasa dipaksakan dengan hanya menggunakan logat Sunda dan menambah kata kata seperti, *eta teh, mah, kieu, kitu*, dan selebihnya menggunakan bahasa Indonesia.

Keadaan yang kurang lebih sama juga dilakukan oleh mereka yang mengaku *urang Sunda*. Sama dengan informan yang berasal dari keturunan Jawa, mereka pun sedapat mungkin memegang budaya yang diwariskan secara turun

temurun. Namun mereka lebih fleksibel. Tidak seperti orang Jawa. Mereka tidak terlalu kaku menerapkan budayanya dalam kegiatan usaha. Bila berhadapan dengan orang Jawa, mereka tidak serta merta berbahasa Jawa, mereka menggunakan bahasa Indonesia yang lebih netral meskipun berlogat khas *Sunda*.

Ketiga adalah prinsip nilai yang bersumber dari pengalaman. Pengalaman-pengalamannya ini berkenaan dengan bagaimana para informan mengelola usaha. Pengalaman ini ada yang diperoleh secara formal melalui pendidikan di bangku sekolah, dan ada pula yang diperoleh secara informal. Pengalaman ini diperoleh semenjak ia lahir, menjadi kanak-kanak, remaja hingga dewasa.

Sebagian kecil informan memiliki pendidikan formal setara dengan sekolah menengah umum. Sementara itu sebagian besar lainnya memiliki pendidikan minimal strata satu. Pendidikan formal ini sangat menentukan cara pandang mereka terhadap sesuatu. Keadaan ini dapat terlihat dari keluasan berpikir mereka menyikapi sesuatu.

Apa yang para informan peroleh dari bangku jenjang pendidikan atau sekolah sangat bermanfaat untuk membekali mereka dikemudian hari sehingga memiliki ketrampilan atau *skill* yang dibutuhkan untuk membangun usaha. Sebagian besar dari mereka dapat memanfaatkan bekal ilmunya ini untuk diaplikasikan dalam usaha. Sedangkan perjalanan kehidupan mereka memberikan arti dan makna lain bagi mereka. Pendidikan informal inilah yang lebih banyak memberikan inspirasi bagi mereka untuk berkarya atau bahkan dikombinasikan dengan ketrampilan yang mereka miliki.

Para informan tidak serta merta langsung membangun usaha. Mereka melalui perjalanan atau lika liku kehidupan yang cukup rumit. Masing-masing mempunyai pengalamannya sendiri. Pengalamannya menghadapi pasang surut kehidupan memberikan arti dan merupakan sumber acuan yang paling banyak digunakan mereka untuk menentukan kebijakan menjalankan usaha.

Semua informan pernah bekerja di bawah bendera perusahaan orang lain atau menjadi pegawai negeri. Sebagian kecil diantaranya pernah berada pada posisi setingkat manajer. Pengalamannya mengelola unitnya ini mewarnai bagaimana ia memajemen usahanya sendiri.

Begitu pun dengan keputusannya untuk menikah. Keputusan ini pun atas keinginan sendiri, maka dari itu segala konsekuensi yang terjadi setelahnya dianggapnya merupakan bagian dari tanggung jawabnya. Ketika dihadapkan pada peran domestik dan peran ganda yang disandangnya, mereka menganggap sebagai sesuatu yang memang semestinya demikian.

Sumber nilai yang sangat dominan bagi para informan adalah agama, disusul oleh pengalaman dan nilai budaya pada pertimbangan terakhir. Mereka memandang budaya sebagai sesuatu yang dapat dikompromikan. Artinya masih lebih fleksibel ketimbang ketentuan nilai agama. Sementara pengalaman adalah guru yang paling baik. Melalui pengalaman-pengalaman yang telah mereka alami inilah, para informan mempelajari bagaimana caranya memandang, menimbang dan menentukan sikap dan perilaku atas sesuatu dan menjadikannya sebagai bentuk jati dirinya secara utuh.

4.1.7.4 Jenis Usaha Dan Jumlah Pekerja

Bila pemimpin usaha atau pengusaha berjenis kelamin perempuan, tidak berarti otomatis pekerja yang direkrut untuk membantu usaha juga berjenis kelamin perempuan. Para informan tidak melulu memperkerjakan perempuan. Mereka pun memperkerjakan laki-laki.

Jumlah pekerja yang membantu usahanya pun berbeda-beda. Selain itu tidak selalu pasti jumlahnya. Banyaknya jumlah pekerja yang direkrutnya sangat ditentukan oleh jenis usaha yang dikelola, keadaan keuangan dan kebutuhan usaha.

Untuk jenis usaha yang sangat erat dengan kegiatan perempuan pada umumnya seperti kue, *catering*, restoran atau *café*, pekerja perempuan diperlukan lebih banyak daripada laki-laki. Perempuan ditempatkan sebagai pelayan, kasir, dan sedikit sekali di bagian dapur. Sementara laki-laki ditempatkan sebagai penjaga keamanan, kebersihan, dan bagian dapur. Begitupun dengan jenis usaha salon, perempuan lebih banyak dipekerjakan daripada laki-laki.

Tidak demikian keadaannya dengan usaha yang bergerak di bidang *cleaning service*, kerajinan dan penjahit. Para informan lebih banyak memperkerjakan laki-laki untuk pekerjaan kasar. Mereka memperkerjakan perempuan terutama untuk urusan yang memerlukan kehalusan tangan atau pekerjaan seni. Mereka lebih memperkerjakan perempuan atas dasar pertimbangan kebutuhan, keahlian dan permintaan konsumen yang menggunakan jasanya.

Gambaran uraian tersebut dapat diringkas dalam tabel halaman berikut ;

Tabel 4.8
Sebaran Kategori, Jenis Usaha dan Jumlah Pekerja Perempuan

No	Kategori Usaha	Jenis Usaha	Jumlah pekerja
1	Usaha Menengah	1. Keramik 2. Restoran/Café 3. Salon 4. Cleaning Service	<30 <20 <12 <5
2	Usaha Kecil	1. Restoran/Café 2. Keramik 3. Perhiasan/Barang seni 4. Design Interior	<20 2 1 -
3	Usaha Kerajinan Rumah Tangga	1. Kue 2. Catering 3. Penjahit 4. Perhiasan/Barang seni 5. Salon	1 2 - 2 2

Sumber : Pengolahan Hasil Penelitian, 2007

Jenis dan jumlah pekerja perempuan di sini bervariasi. Ada informan yang banyak memperkerjakan perempuan, namun ada pula informan yang hanya sedikit saja memperkerjakan perempuan.

Dalam penelitian ini, persoalan jenis usaha dan jumlah pekerja perempuan tidak penting. Banyak atau sedikit jumlah perempuan yang bekerja dalam usaha informan bukan utama. Kondisi masing-masing informan dan usahanya berbeda-beda. Perbedaan yang bersifat unik inilah yang ingin diungkapkan dalam penelitian ini, bukan berdasarkan generalisasi jenis dan jumlah pekerja. Jadi yang digarisbawahi disini adalah bagaimana tindakan komunikasi kepemimpinan para informan, sebagai seorang perempuan pengusaha, memberdayakan perempuan pekerjanya bukan laki-laki.

4.1.8 Makna Memberdayakan Perempuan Pekerja

Seperti telah dijelaskan sebelumnya, bahwa meskipun para informan penelitian berjenis kelamin perempuan, mereka tidak serta merta mempekerjakan perempuan saja. Mereka juga mempekerjakan laki-laki. Dengan caranya masing-masing yang bersifat unik, para informan memberdayakan keduanya, baik pekerja laki-laki maupun perempuan.

Para informan jarang atau bahkan boleh dikatakan hampir tidak pernah menyebut orang-orang yang bekerja padanya ini dengan sebutan “pekerja”, “buruh”, ataupun “pegawai”. Mereka lebih sering menyebut orang-orang yang bekerja padanya itu dengan sebutan “orang yang kerja dengan saya” atau “orang yang membantu saya”, serta ada juga yang menyebutnya pendek dan sederhana saja seperti sebagai “pembantu.”

Bila para informan menyebut demikian, peneliti lebih cenderung menyebutnya sebagai para pekerja. Bila mengacu pada undang-undang ketenagakerjaan No. 13/2003, yang menyebutkan bahwa setiap orang yang bekerja untuk menghasilkan sesuatu barang atau jasa, dan mendapat upah, imbalan atau gaji, disebut sebagai tenaga kerja. Oleh karena itu, apakah seseorang bekerja pada sektor formal ataupun informal, di rumah, di kantor atau dimanapun, bila ia menghasilkan sesuatu dan mendapatkan upah, gaji atau imbalan, maka ia disebut sebagai pekerja.

Di lapangan peneliti pun melihat bahwa para pekerja ini tidak memiliki deskripsi tugas yang jelas, tertulis ataupun baku. Semua tugas dan tanggung jawab

diberikan berdasarkan pertimbangan pribadi masing-masing pengusaha. Ada yang sudah memiliki tugas rutin dan ada pula yang hanya bersifat insidental. Mereka juga tidak dibayar seperti layaknya pegawai kantoran atau seorang buruh yang memiliki ketentuan standar upah tertentu. Mereka bekerja lebih berdasarkan pada asas kekeluargaan.

Memberdayakan perempuan pekerja oleh perempuan pengusaha sebenarnya bukanlah suatu keharusan. Fenomena ini lebih merupakan suatu pengelolaan etika berperilaku. Tindakan ini membutuhkan rasa sensitifitas atau kedermawanan sosial untuk melakukannya. Semua orang memilikinya hanya kadarnya saja yang berbeda-beda. Benar atau salah suatu tindakan pemberdayaan perempuan pekerja yang dilakukan tidaklah menjadi penting. Yang menjadi utama disini adalah baik atau tidak, pantas atau tidak pantas suatu tindakan pemberdayaan dilakukan bagi manusia lain.

Persoalan etika memberdayakan perempuan ini dimulai dengan suatu dilema, dimana hampir semua informan tidak menyadarinya. Meskipun tidak disadari, dilema ini sangat menentukan bagaimana ia memutuskan suatu tindakan komunikasi selanjutnya. Kesadaran para informan terhadap nilai-nilai yang berlaku di lingkungan sekitarnya mengarahkannya pada pertimbangan-pertimbangannya menilai dan memaknai perempuan. Pemahaman subjektif para informan inilah yang memberikan alasan mengapa suatu komunikasi kepemimpinan itu menjadi demikian adanya ketika memberdayakan perempuan pekerja yang berada dalam lingkup organisasi usahanya

4.1.8.1 Perempuan Pekerja Dalam Pandangan Informan

Bagaimana para informan mengarahkan lingkup kendali perhatian mereka sendiri terhadap dunia sosial sekitarnya sangat menentukan bagaimana mereka memandang perempuan lain dalam hidupnya. Pengalaman hidup yang dialami masing-masing informan memang berbeda-beda. Mereka mengalami perjalanan hidup yang tidak sama, termasuk pengalaman hidupnya bersama laki-laki maupun perempuan, apakah itu bersama saudara-saudaranya, teman-teman, suami, anak-anak, keluarga suami dan sebagainya.

Masalah ketimpangan gender yang umumnya dialami oleh perempuan ternyata sedikit banyak berdampak pada bagaimana seorang perempuan memandang perempuan lainnya. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti mampu membedakan lingkup pusat perhatian para informan berdasarkan kecenderungan yang peneliti identifikasi dari pembicaraan-pembicaraan mereka. Peneliti membagi lingkup perhatian tersebut dalam tiga area utama, yaitu

1. area kecenderungan perhatian pada dirinya sendiri,
2. area kecenderungan perhatian pada perempuan lain , dan
3. area kecenderungan netral.

Kecenderungan-kecenderungan area lingkup perhatian ini akan menentukan bagaimana para informan menilai keberadaan perempuan lain yang turut mengambil bagian dalam memajukan usahanya.

Rangkuman bagaimana gambaran identifikasi kecenderungan para informan pada pembagian area tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut ;

Tabel 4.9
Lingkup Perhatian Perempuan Pengusaha Terhadap
Keberadaan Perempuan Pekerja

No	Kategori Bisnis	Jenis Usaha	Area Lingkup Perhatian	Jumlah
1	Usaha Menengah	1. Keramik 2. Restoran/Café (2) 3. Salon 4. Cleaning Service	Netral Diri /Diri Diri Netral	Diri = 3 Netral = 2
2	Usaha Kecil	1. Restoran/Café 2. Keramik 3. Perhiasan/Barang seni 4. Design Interior	Sosial Netral Diri Diri	Diri = 1 Sosial = 2 Netral = 1
3	Usaha Kerajinan Rumah Tangga	1. Kue (2) 2. Catering 3. Penjahit 4. Perhiasan/Barang seni 5. Salon	Diri/Diri Diri Sosial Sosial Diri	Diri = 4 Sosial = 2
J U M L A H				Diri = 8 Sosial = 4 Netral = 3

Sumber : Pengolahan Hasil Penelitian, 2007

Sebagian besar informan penelitian memiliki kecenderungan area lingkup perhatian pada diri sendiri. Sebagian kecil informan lainnya memiliki kecenderungan area lingkup perhatian sosial dan netral.

Para informan penelitian itu terlihat tidak mudah percaya begitu saja kepada orang lain. Mereka bersifat sangat selektif, dan itu diberlakukannya tidak saja bagi perempuan tetapi juga bagi laki-laki. Pengalaman demi pengalaman yang pernah dialaminya ini berimbas pada bagaimana mereka memandang perempuan sebagai orang-orang yang dianggap dapat membantu usahanya.

Para informan yang cenderung berada pada kategori lingkup perhatian pada dirinya sendiri bersifat egosentris. Yang menjadi utama adalah suara hati dirinya sendiri. Mereka percaya bahwa nasib ditentukan oleh diri mereka sendiri.

Faktor luar yang berada pada dirinya hanyalah sebagai pendukung. Bila ingin maju, maka hanya dirinyalah yang mampu membuatnya menjadi maju, bukan orang lain.

Sejak kecil ia sudah diajarkan untuk memacu potensi diri. Mereka yang berada pada kategori ini terbiasa berkompetisi tidak hanya dengan laki-laki tetapi juga perempuan. Mereka tahu menghargai dirinya sendiri. Kondisi sosial budaya yang seringkali lebih mengutamakan laki-laki tidak membuatnya layu atau patah arang. Mereka justru terpacu untuk berprestasi mencapai keberhasilan seperti yang diperoleh laki-laki.

Bidang studi yang menarik bagi dirinya pun lebih condong ke dunia yang umum digeluti oleh laki-laki seperti bidang teknik atau sains yang memerlukan logika matematis. Ia banyak berguru kepada laki-laki ketimbang perempuan. Satu-satunya perempuan yang berpengaruh pada dirinya adalah ibunya sendiri.

Implikasi kategori ini adalah mereka ini tidak terlalu mempersoalkan mengapa ia mengambil pekerja laki-laki dan atau perempuan. Yang menjadi ukuran adalah apakah pekerjaannya itu dapat dipercaya terutama dalam menangani tugas dan tanggung jawab yang dibebankan. Para informan dalam kategori pertama ini cenderung memandang perempuan bukanlah sebagai perempuan yang senasib dengannya. Ia melihat perempuan lain adalah orang lain, sama keadaannya dengan ketika ia menilai laki-laki. Mereka adalah “orang lain” dalam kehidupannya.

Perempuan lain dapat saja menjadi teman, namun dapat juga suatu waktu menjadi lawan yang justru dapat menghalangi kemajuan usahanya. Oleh karena

itu mereka lebih bersikap waspada menghadapi perempuan tetapi bukan berarti memusuhi. Kondisi ini dapat terlihat dari kenyamanannya yang lebih senang berada diantara laki-laki daripada perempuan. Ia lebih senang berkawan dengan laki-laki ketimbang dengan perempuan.

Sementara itu para informan yang cenderung berada pada kategori lingkup kecenderungan kedua lebih memperhatikan orang-orang yang berada di sekitarnya, tidak hanya laki-laki tetapi juga perempuan. Mereka lebih berjiwa sosial. Meskipun tidak langsung terjadi pada dirinya, sejak kecil mereka telah melihat banyak contoh keprihatinan yang dialami orang lain. Ketika menikah pun, keanggotaannya dalam dharma wanita di tempat suaminya bekerja, lebih banyak menangani persoalan sosial. Oleh karena itu mereka dapat melihat dampak sosial yang mungkin menyertai dan akan terjadi lebih lanjut bila memandang suatu masalah sosial.

Informan yang demikian ini memiliki pergaulan sosial yang lebih luas dan lebih mudah bergaul dalam berbagai situasi. Mereka lebih cepat dan mampu menyesuaikan diri atau beradaptasi dengan lingkungan yang berbeda-beda. Meskipun demikian bukan berarti mereka secara otomatis mempekerjakan perempuan. Mereka juga mengambil pekerja perempuan dan laki-laki berdasarkan pertimbangan kebutuhan usaha, tapi masih lebih bersifat relatif. Artinya tidak betul-betul kaku.

Ada sebagian informan yang mempekerjakan perempuan bukan karena keahlian tetapi karena melihatnya sebagai orang yang sudah lama dikenalnya, seperti saudara, teman dekat, dan karena referensi orang lain, atau bisa juga

karena tidak tega, terenyuh dengan “teriakan minta tolong” dari orang-orang yang sudah lama ikut bekerja dengannya. Ada pula yang merekrut perempuan karena alasan-alasan yang sulit dijelaskan dengan logika. Ia mengandalkan *feeling*, perasaan atau intuisi. Tentu saja keadaan ini sulit untuk diselami atau dijelaskan dengan kata-kata. Hanya mereka sendiri yang merasakan, tapi intuisi ini sangat berarti baginya ketika menentukan keputusan.

Kemudian, informan yang berada pada area kecenderungan perhatian netral, lebih konsisten memilih pekerja laki-laki atau perempuan berdasarkan kebutuhan usahanya. Bila pekerjaan itu dirasakannya kasar, maka ia akan menempatkan laki-laki untuk posisi tersebut. Sebaliknya, bila pekerjaan itu dirasakannya memerlukan kehalusan, maka posisi tersebut akan banyak diberikan kepada perempuan. Meskipun demikian bisa saja posisi itu berbalik. Penempatan laki-laki maupun perempuan lebih pada pertimbangan keahlian dan keterampilan masing-masing.

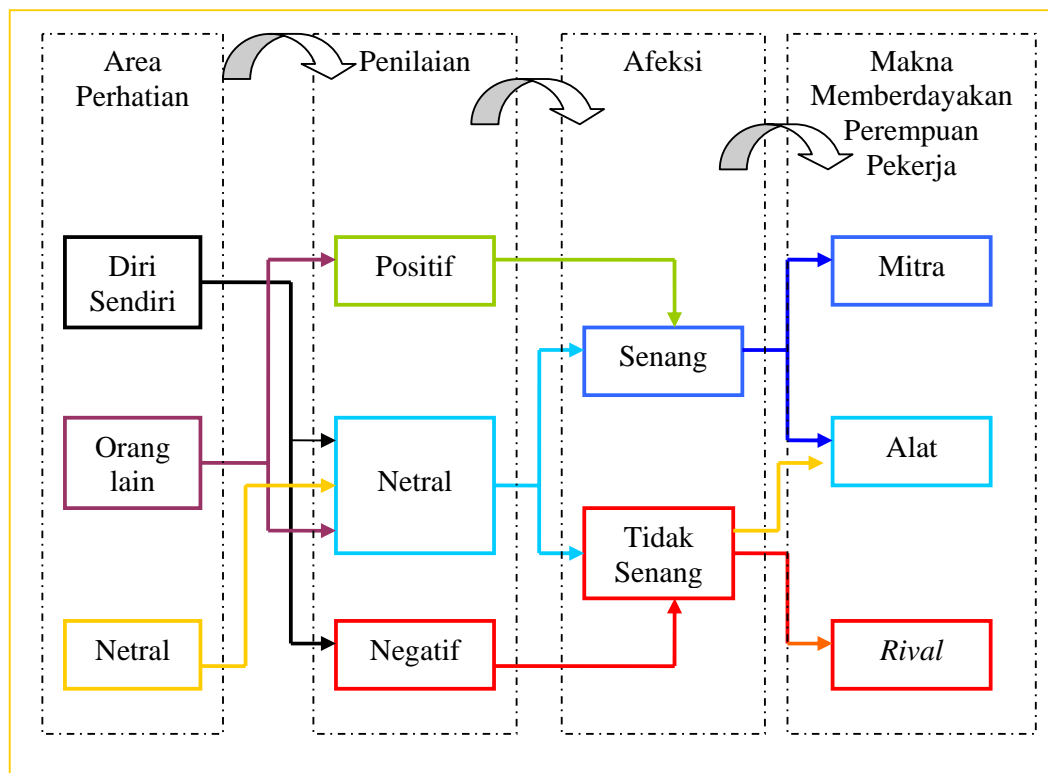
Ada juga informan dalam kategori ini yang mengambil atau mempekerjakan perempuan karena permintaan konsumen. Mereka tidak terlalu mengutamakan mengambil pekerja perempuan karena menurutnya usahanya ini bukan pekerjaan perempuan, tapi bila itu permintaan konsumen, ia akan menyediakannya. Jadi sangat kondisional sekali.

Mereka ini sangat mempertimbangkan konsekuensi bila ia mengambil pekerja. Mereka ini tahu apa kekurangan dan kelebihan merekrut perempuan dan laki-laki untuk bekerja dengannya. Oleh sebab itu mereka senantiasa berusaha mengantisipasi agar jangan sampai negatif efeknya menghambat usahanya.

4.1.8.2 Penilaian, Emosi Dan Makna Memberdayakan Perempuan

Berdasarkan area lingkup perhatian bagaimana para informan menimbang pekerjajanya, maka peneliti dapat melihat alur bagaimana kesadaran subjektif mereka memaknai perempuan-perempuan pekerjajanya. Pemaknaan ini akan membawa konsekuensi sikap dan tindakan para informan terhadap perempuan pekerjajanya sebagaimana terlihat.

Bagaimana alur kesadaran subjektif para informan tersebut dapat dilihat pada gambar pada halaman berikut ;



Gambar 4.3
Alur Kesadaran Subjektif Perempuan Pengusaha Memaknai
Pemberdayaan Perempuan Pekerja

Bila penilaian para informan terhadap perempuan pekerja itu positif, maka ia akan memaknai perempuan sebagai mitra kerja. Ia akan suka atau senang mempunyai pekerja perempuan dan menempatkannya sebagai orang yang “membantu” mengantarnya kepada kesuksesan. Pemahaman ini seperti diungkap oleh salah satu informan;

“Perempuan itu lebih fleksibel, lebih bisa menawarkan, laki-laki kaku, kalo perempuan kan ada daya tariknya. Mereka dilatih sama saya. Kalo untuk produksi lebih banyak laki-laki. Perempuan kasih yang ringan aja.”

Ia mengerti dan memahami bagaimana perempuan itu dan karenanya ia akan menempatkan pekerja perempuan pada posisi yang menurutnya sesuai dengan sifat dan pembawaan seorang perempuan.

Meskipun menurut pemaknaan para informan ini, perempuan pekerjanya dapat disebut sebagai mitra kerja, namun sebenarnya bukan berarti mereka berada pada tataran yang setara. Keduanya seperti menyadari bahwa mereka tidak sama-sama senasib atau sepenanggungan. Para informan tetap melihat perempuan pekerjanya itu sebagai orang lain yang berada di bawah kendali dirinya, sementara perempuan pekerja hanyalah sebagai orang bawahan.

Sementara itu, informan penelitian yang menilai perempuan secara negatif, maka ia akan memaknainya sebagai lawan atau *rival*. Ia akan hampir selalu memberikan reaksi gejala kurang menyenangkan terhadap perempuan atau lebih cenderung bersikap waspada. Jurang pemisah diantara informan dan pekerjanya lebih lebar. Ke”aku”an informan sebagai pemegang kendali terlihat lebih jelas

dan nyata. Para informan memberikan pengawasan yang sangat tinggi terhadap pekerjanya.

Para informan ini memahami perempuan pekerja sebagai orang yang mudah tersinggung dan lebih sulit untuk diajak bekerjasama dibandingkan laki-laki. Kalau boleh memilih, mereka lebih suka mempekerjakan laki-laki. Menurut mereka, laki-laki lebih mudah diarahkan dan tidak suka memendam rasa. Meskipun memiliki sifat dasar yang demikian itu, para informan membutuhkan tenaga dan kemampuan perempuan untuk membantu usahanya.

Lain lagi dengan informan penelitian yang memandang perempuan dalam kadar pemaknaan yang netral-netral saja. Reaksi emosi yang timbul tidak terlalu ekstrim. Mereka tidak menunjukkan perasaan senang dengan perempuan pekerja, Mereka juga bukannya tidak suka sehingga membuat jarak yang terlalu kentara dengan perempuan pekerja. Informan seperti melakukan kegiatan tarik ulur. Ada saatnya ia dekat dan ada saatnya pula ia membuat jarak dengan perempuan pekerjanya.

Pemaknaan ini tidak konsisten selalu muncul dalam keseharian para informan. Pemaknaan terlihat berganti-ganti tergantung situasi dan kondisi. Pemaknaan perempuan pekerja sebagai mitra seringkali muncul dalam hal pekerjaan. Makna neral seringkali muncul dalam hal urusan yang tidak berkaitan dengan pekerjaan atau bisnis. Makna rival seringkali muncul bila para informan mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang lebih cenderung mengutamakan usaha bisnisnya daripada kepentingan perempuan pekerja.

4.1.9 Orientasi Kepemimpinan Pemberdayaan Perempuan

Memberdayakan perempuan pekerja berkenaan dengan etika tindakan atau etika perilaku. Memberdayakan perempuan bukanlah persoalan benar atau salah, akan tetapi lebih merupakan persoalan baik dan buruk yang sangat tergantung pada konteks dimana fenomena tindakan ini berlaku.

Tindakan manusia itu tidaklah terjadi begitu saja. Terdapat proses “menjadi” yang menyangkut beberapa aspek-aspek sehingga tindakan itu terbentuk. Tindakan itu terjadi karena dipicu oleh kesadaran intersubjektif manusia ketika berinteraksi dengan lingkungan. Jadi dapat dikatakan bahwa tindakan manusia itu dapat terwujud sebagai bentuk apresiasinya terhadap pandangan pribadi atau personal manusia itu sendiri dan pandangan subjektif moral atau nilai-nilai yang dipahaminya sebagai aturan bersama (common sense) dengan orang-orang dimana ia tinggal dan hidup bersama.

Etika memberdayakan perempuan ini, sebagaimana tindakan manusia lainnya, dilakukan berdasarkan motif-motif tertentu. Peneliti menggarisbawahi pada motif-motif yang terlihat dominan melandasinya yaitu motif ekonomi dan motif moral. Motif ekonomi merupakan bentuk kesadaran subjektif terhadap pemaknaannya atas asas usaha yang dilakukannya untuk mendapatkan uang. Sedangkan motif moral merupakan bentuk kesadaran subjektif terhadap pemaknaannya atas aturan dan norma sosial. Kedua motif ini hidup dan berlayar di atas pengalaman-pengalaman subjektif setiap informan yang bersifat sosio historis. Seiring dengan perjalanan hidupnya, motif ini bukanlah harga mati. Motif

ini bisa saja sewaktu-waktu berubah tergantung dari bagaimana pemaknaannya terhadap pengalaman kehidupan yang diarunginya.

Para informan menyadari bahwa mereka berada pada konteks usaha yang sangat dekat dengan masalah untung atau rugi. Keberadaannya ditentukan oleh mampu atau tidaknya mereka mampu bertahan membangun usaha yang memberikan laba. Bila usaha bisa tetap eksis, mereka akan hidup dan dihargai. Bila tidak demikian, mereka akan dicap tidak mampu, dilecehkan dan akan dilibas oleh para kompetitor, baik pengusaha perempuan atau laki-laki lainnya.

Para informan pun menyadari bahwa ia perlu mengelola orang-orang yang bekerja padanya agar dapat bekerjasama mencapai keuntungan. Dalam pandangan para informan penelitian, keuntungan ini dapat dimaknai berbeda. Bila perempuan-perempuan pekerjanya bekerja dengan baik, tentunya usaha juga akan berjalan dengan baik dan dengan sendirinya mendatangkan keuntungan yang tidak sedikit. Sudah barang tentu keuntungan demi keuntungan akan mengalir untuk sang pemilik usaha. Namun keuntungan yang diperoleh tersebut juga tidak melulu untuk dirinya sendiri, akan tetapi diarahkan juga pada upaya untuk mensejahterakan para pekerjanya.

Para informan tidak berkenan menyebutkan berapa mereka menggaji atau mengupah pekerjanya. Meskipun demikian, mereka mengakui belum mampu untuk memberikan gaji atau upah yang memadai atau minimal sesuai standar gaji buruh yang ditetapkan pemerintah. Nampaknya sebagai gantinya dai kekurangannya itu, mereka melakukan usaha-usaha untuk membuat para pekerjanya merasakan keuntungan-keuntungan non material yang menyertainya.

Para informan berusaha untuk membuat para pekerjanya merasa berdaya dalam arti menemukan sesuatu yang lain, yang tidak dirasakan bila bekerja di tempat lain sehingga pada akhirnya merasa “betah” atau “nyaman” bekerja padanya. Upaya-upaya untuk menyalurkan keuntungan non material inilah yang unik sehingga memerlukan kepemimpinan tersendiri karena sangat tergantung pada subjektivitas masing-masing individu pemilik usaha.

Tindakan-tindakan yang seperti ini sebenarnya sudah termasuk kepada tindakan pemberdayaan, namun berada pada level yang paling rendah. Mereka memberdayakan perempuan pekerja berdasarkan pada kapasitas dan potensi diri yang dimiliki oleh masing-masing pekerja. Upaya ini bukanlah pekerjaan yang mudah. Tidak ada yang pernah tahu secara persis bagaimana manusia itu. Manusia hanya bisa menduga saja.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa para informan tidak menerapkan pengelolaan sumber daya manusia ini secara kaku seperti pada perusahaan-perusahaan pada umumnya. Para informan, baik yang berada pada kategori usaha kecil maupun usaha menengah, melakukannya dengan berlandaskan pada aturan yang bersifat relatif dan kondisional.

Suatu waktu bisa saja berubah. Aturan-aturan tersebut jarang ditetapkan dalam suatu aturan tertulis yang baku. Seringkali mereka menyebutnya sebagai organisasi informal atau usaha informal. Faktor pribadi pemilik usaha disini sangat menentukan dan mempengaruhi organisasi atau budaya yang berlaku. Organisasi usaha yang dibangun seperti layaknya cermin dari kepribadiannya.

Peneliti menarik dua perbedaan orientasi kepemimpinan pemberdayaan perempuan pekerja yaitu pertama pengorganisasian sosial dan kedua berdasarkan pekerjaan. Orientasi-orientasi kepemimpinan ini tidaklah diimplementasikan secara kaku. Ada kalanya diberlakukan silih berganti, atau dapat saja bersamaan tergantung pada pertimbangan situasi dan kondisi yang terjadi di tempat usaha masing-masing.

Kedua orientasi ini diidentifikasi berdasarkan garis merah yang dapat ditarik dari pengalaman-pengalaman masa lalu yang pernah dialami para informan sehingga membentuk motif-motif yang membentuk mereka menjadi pengusaha. Kemudian garis merah yang ditarik tersebut juga melintasi proses bagaimana para informan menentukan lingkup perhatian dan penilaian, serta pemaknaan mereka terhadap perempuan pekerjanya masing-masing.

Perempuan pengusaha berupaya untuk membangun konsep miniatur kepemimpinan dalam organisasi usahanya. Para informan bukan hanya bertindak sebagai manajer atau pengelola usaha saja, akan tetapi bertindak sebagai pemimpin yang menguasai apa saja yang berada dalam usahanya termasuk para pekerjanya. Mereka bertugas menentukan segala sesuatu yang berkenaan dengan keberlangsungan usaha dan berupaya untuk memastikan bahwa orang-orang yang berada di bawah kuasanya, yaitu perempuan pekerjanya agar tunduk dan menaati apa yang telah ia tentukan. Dengan demikian laju perahu perusahaan dapat terkendali dengan baik.

Pada orientasi kepemimpinan yang pertama, yaitu pengorganisasian sosial, para informan memberdayakan perempuan pekerjanya dengan membangun rasa

kebersamaan yang dipacu untuk menguatkan dan mengeratkan ikatan emosional. Rasa kebersamaan ini tidak dilandaskan atas dasar senasib dan sepenanggungan sebagai manusia yang dimarjinalkan di masyarakat. Rasa kebersamaan ini berlandaskan pada semangat ekonomi dengan memanfaatkan sisi-sisi kebiasaan perempuan.

Dalam rangka usaha ini, para informan berusaha membangun kesamaan pandangan atau wawasan terhadap diri perempuan pekerjanya. Para informan mengarahkan perempuan pekerjanya agar mampu menghargai diri mereka sendiri untuk menjadi perempuan yang memiliki moral dan martabat serta dapat diandalkan untuk memajukan usahanya dan bukan untuk menjadi permasalahan dalam usaha.

Bagi para pengusaha, memiliki pekerja perempuan cenderung lebih beresiko daripada memperkerjakan laki-laki. Pekerja perempuan lebih mendatangkan permasalahan daripada pekerja laki-laki. Misalnya salah satu contoh kasus, sebagian informan hampir selalu diamanatkan oleh orang tua perempuan pekerjanya untuk mengajari anak-anaknya itu menjadi perempuan yang tahu bagaimana harus bekerja, bersikap dan bertingkah laku.

Ada sebagian informan yang memberikan tempat tinggal bagi perempuan pekerjanya dan seolah menjadi pengganti orang tua. Mereka mengurus dan mendidik baik-baik perempuan pekerja. Mereka melihatnya sebagai suatu tanggung jawab tersendiri. Bilamana terjadi “sesuatu” terhadap perempuan pekerja yang ikut dengan mereka, seperti memiliki pergaulan yang salah hingga menjadi hamil diluar nikah, sudah barang tentu menjadi aib dan mencoreng

keberadaan mereka dan berimbas pada citra usahanya. Padahal perempuan pekerjanya itu bukanlah anggota keluarga inti atau saudara dekat.

Sementara itu, pada orientasi kepemimpinan yang kedua yaitu berdasarkan pekerjaan, para informan memberdayakan perempuan dengan mengembangkan kemampuan diri mereka masing-masing. Para informan berbagi ilmu dengan para pekerjanya dan memberikan tugas dan tanggung jawab usaha atau produksi sesuai minat dan kemampuan mereka masing-masing.

Pada orientasi ini, pemberdayaan perempuan dilakukan melalui pewarisan ketrampilan atau melalui *transferring* ilmu. Para informan memberikan semua atau sebagian tugas atau pekerjaan usahanya dengan memperhatikan kemampuan yang dimiliki oleh setiap pekerja perempuannya. Mereka dapat menentukannya dengan mempertimbangkan kemampuan pekerja, latar belakang pendidikan yang dimiliki, pengalaman bekerja atau dengan berdasarkan pada kebiasaan-kebiasaan perempuan yang bekerja padanya.

Perempuan pengusaha yang memaknai perempuan pekerjanya sebagai mitra atau menjadi sekedar alat tidak menunjukkan suatu kecenderungan orientasi kepemimpinan tertentu. Mereka hampir seimbang mengorientasikan kepemimpinan baik itu melalui pengorganisasian sosial maupun pekerjaan. Sementara perempuan pengusaha yang memaknai perempuan pekerja sebagai rival cenderung lebih memimpin berdasarkan pengorganisasian pekerjaan daripada pengorganisasian sosial. Orientasi-orientasi kepemimpinan ini tidak berjalan sendiri-sendiri tetapi selalu berjalan bersamaan.

4.1.10 Tindakan Komunikasi Kepemimpinan Pemberdayaan Perempuan

Tindakan komunikasi dalam konteks kepemimpinan perempuan pengusaha memberdayakan perempuan pekerja tidaklah terjadi begitu saja. Banyak aspek yang melatarbelakanginya. Terdapat dua aspek yang terlihat dominan, yaitu aspek moral individu dan aspek kesadaran ekonomi.

Kesadaran-kesadaran tersebut bersifat subjektif. Masing-masing informan mempunyai pemahaman dan pemaknaannya sendiri-sendiri yang terkait dengan masa lalu atau pengalaman-pengalaman yang pernah dilalui. Pengalaman masing-masing manusia itu tidak ada yang sama sehingga sangatlah unik. Perwujudan tindakan-tindakan yang dilakukannya pun dapat saja berbeda-beda. Apabila tindakan itu terlihat sama ataupun memiliki kemiripan, titik berangkat atau pandangan alasan mengapa mereka melakukan tindakan tersebut berbeda-beda. Keadaan ini terjadi karena pengalaman sosio historis kehidupan mereka masing-masing berbeda.

Untuk mengetahui bagaimana seorang perempuan pengusaha memimpin, tidak akan cukup hanya dengan meneliti tindakan-tindakan komunikasi yang dilakukan berdasarkan apa yang dapat diobservasi dengan indera atau yang dapat diidentifikasi secara nyata. Gambaran kepemimpinan yang menyeluruh akan diperoleh bila dilengkapi dengan pemahaman dan interpretasi pandangan kesadaran subjektif perempuan tersebut.

Para informan pun menyadari bahwa bila hanya dengan menyandarkan pada asas untung rugi, dan menempatkan pekerjanya sebagai pelaku ekonomi tanpa melihatnya secara utuh, tidak akan membuahkan hasil maksimal bagi

kemajuan usahanya. Agama, pengalaman hidup dan norma masyarakat telah mengajarkan mereka bagaimana seharusnya menjadi dan memperlakukan perempuan.

Alasan ekonomi, agama, pengalaman hidup dan norma yang berlaku itu mendasari para informan untuk menilai dan menimbang pengalaman demi pengalaman yang dilaluinya. Pengalamannya bermasyarakat, terutama berkenaan dengan perannya sebagai perempuan, dimana ia harus mematuhi aturan dan norma di masyarakat, baik itu yang menyenangkan maupun yang tidak mengenakan, terakumulasi dalam kesadarannya. Akumulasi inilah yang membentuk pemaknaan sendiri ketika menyikapi perempuan lain.

Peneliti mengidentifikasi dua kecenderungan orientasi kepemimpinan yang dikonstruksi oleh para informan ketika memberdayakan perempuan pekerjanya, yaitu pengorganisasian sosial dan pekerjaan. Orientasi kepemimpinan ini terimplementasikan dalam berbagai tindakan komunikasi yang berulang.

4.1.10.1 Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Pengusaha Memberdayakan Perempuan Pekerja Melalui Pengorganisasian Sosial

Dalam orientasi kepemimpinan pemberdayaan perempuan yang pertama, yaitu pengorganisasian sosial, para informan menggalangnya dengan berusaha memenuhi kebutuhan dasar perempuan pekerja terlebih dahulu. Mereka sedapatnya atau semampunya menyediakan kebutuhan utama atau primer perempuan, seperti kebutuhan sandang, pangan dan papan. Bila semua itu telah

terpenuhi, mereka kemudian akan berusaha memberikan dukungan sosial kepada perempuan-perempuan pekerjanya.

Ada sebagian kecil informan yang mampu hingga memberikan tempat tinggal yang cukup layak bagi para perempuan pekerja. Mereka membangun semacam asrama dan berusaha memenuhi kebutuhan yang diperlukan sehari-hari seperti layaknya keluarga sendiri. Bahkan ada seorang informan yang mempersilahkan pekerjanya yang sudah menikah untuk mengajak pasangannya tinggal bersama-sama disana agar mereka dapat bekerja dengan tenang. Bahkan ada beberapa yang sudah memiliki anak balita. Bila itu tidak dilakukannya, maka sudah barang tentu pekerjanya itu akan sering minta ijin pulang. Keadaan itu tentu akan menyulitkannya dan menghambat kemajuan usaha.

Selain itu, menurut pertimbangan informan tersebut, pasangannya itu tentu lambat laun juga akan merasa tidak enak tinggal di sana bila tidak ikut bekerja. Setiap hari ia akan melihat orang-orang yang berada di kanan kirinya bekerja, sementara ia hanya berdiam diri saja. Tentu saja ini merupakan keuntungan kedua. Ia akan mendapatkan pekerja baru yang dapat dipercaya. Pekerjanya pun akan berusaha bekerja dengan lebih baik karena kehidupan mereka bergantung pada usaha informan, bahkan mungkin lebih daripada hutang budi.

Para informan pun mempersilahkan para pekerja perempuannya untuk makan minum sepuasnya di dalam asrama tersebut. Pengalaman mengajarkan para informan, pekerja yang masih baru masuk pada awalnya memang memanfaatkan betul kesempatan itu, namun lambat laun juga mereka akan bosan sendiri dengan makanan dan minuman yang tersedia. Jadi mereka tidak perlu

mengkhawatirkan permasalahan jumlah makanan dan minuman yang dimakan para pekerjanya. Nanti juga mereka akan mengukur sendiri. Selain itu informan pun menyediakan obat-obatan dan dokter bila ada pekerjanya yang sakit.

Dukungan sosial yang digalang para informan untuk membina rasa kebersamaan dilakukan juga dengan memberikan aturan-aturan yang menjadi rambu atau acuan bagi para pekerjanya berperilaku ketika berada di lingkungan usaha. Aturan-aturan ini tidak tertulis, lebih mirip norma. Statusnya bisa saja berubah sewaktu-waktu, tergantung situasi dan kondisi.

Sebagai contoh, para informan yang memiliki usaha café, restaurant, atau salon, memberikan aturan agar ketika menghadapi tamu atau konsumen laki-laki, para pekerjanya tidak berlama-lama melayani mereka. Secukupnya saja, tidak perlu merayu atau berlebih-lebihan. Selesai melayani tamu, mereka harus langsung masuk ke ruangan dalam. Mereka keluar bila dipanggil atau diperlukan, setelah itu kembali tak perlu berlama-lama melayani konsumen.

Para perempuan pekerjanya ini dididik dan diajari untuk menjadi perempuan yang tahu adab sopan santun. Mereka diharuskan berpakaian rapi, bahkan disediakan seragam. Berdandan memang disarankan karena perempuan pada dasarnya cantik, namun hasilnya tidak boleh mencolok. Intinya mereka harus terlihat bersih dan tahu menjaga sikap dan perilaku. Bersikap tegas tapi tetap memberikan pelayanan terbaik.

Bila sedang tidak bekerja, atau mendapatkan jatah libur atau waktu luang untuk pergi pelesir keluar rumah, para pekerja diharuskan sudah kembali ke

rumah pada saat maghrib atau sekurang-kurangnya sekitar pukul delapan malam. Lebih dari jam itu, mereka akan mendapatkan sanksi.

Untuk menjaga rasa kebersamaan, para informan berusaha untuk meluangkan waktunya di sela-sela melakukan pekerjaan sehari-hari dengan membuka pintu kesempatan bagi para pekerjanya untuk mencurahkan hati apapun permasalahannya. Semua informan mengakui bahwa umumnya curahan hati yang disampaikan kepadanya berkenaan dengan diri dan keluarga masing-masing.

Bila para pekerjanya tidak bercerita pun, para informan sendiri yang membuka diri atau menanyakan langsung perihal keluarga. Kegiatan itu dilakukan karena itu adalah pembicaraan yang paling disenangi. Solusi demi solusi ditawarkan sebagai jalan keluar, namun dibalik itu sebenarnya mereka sendiri mengaku merasa ragu. Mereka tidak yakin apakah sudah memberikan yang terbaik.

Meskipun tidak dibatasi persoalan apa saja yang menjadi curahan hati, para informan membangun sendiri dinding pembatas untuk persoalan-persoalan yang berkenaan dengan keuangan. Jika persoalan itu menyangkut kebutuhan dana atau uang, sedapat mungkin mereka tidak mengabulkannya. Mereka tidak ingin ini menjadi suatu kebiasaan. Mereka menilai keadaan ini bisa membuat kondisi keuangan usaha morat marit.

Ada informan juga yang merasa was was, bila permintaan ini tidak dikabulkan, bukan tidak mungkin justru akan menimbulkan konflik lanjutan dengan suami atau pasangan perempuan pekerjanya. Sebagai contoh dapat dilihat dalam kutipan berikut ;

“Si bibi kerja ama saya. Mereka butuh uang, suaminya ga bisa memenuhi, larinya ke saya. Saya ga punya tapi akan saya usahakan. Namun tindakan saya ini menimbulkan tanda Tanya di benak saya. Apakah saya berbuat kesalahan? Setelah selesai saya pingin cepet-cepet ketemu bibi lagi.”

Informan merasa bersalah karena tindakannya itu dianggapnya dapat memicu masalah lanjutan. Ia teringat dengan pengalaman yang pernah dialami sebelumnya. Ia pernah membantu permasalahan perempuan pekerjajanya dengan memberikan wejangan-wejangan yang mengobarkan semangat kemandirian perempuan. Akan tetapi ditanggapi salah sehingga rumah tangga perempuan pekerjajanya itu malah berantakan. Ia merasa, seharusnya bila ingin memberikan solusi harus selalu mempertimbangkan pasangan, agar tidak ada salah paham. Ia khawatir sang suami akan tersinggung. Harga diri suami akan terinjak-injak. Padahal itu semua adalah solusi darinya bukan dari sang istri.

Ada pula informan yang berusaha menghindari timbulnya persoalan pinjam meminjam uang yang diawali dengan deraian tangis air mata karena kesulitan dan kebutuhan uang dengan berusaha mengatur uang gaji.

“Walaupun gaji ga besar, saya berusaha ajak ngobrol ,supaya ga ada gap, nanya-nanya keluarganyalah, anak-anak, kan orang seneng ditanya tentang keluarganya, jadi merasa diperhatikan

Orang yang kerja disini awet, kecuali karena pindah, rata-rata ga ada masalah. Ga pernah ke saya pinjem uang. Biasanya karyawan kas bon. Makan dikasih, sistem pembayaran, tiap minggu, harian, awal bulan juga ada. Sabtu minggu libur, kalau pun kerja, lembur. Misalnya ada pesanan meskipun kecil, 10% dari pesanan pasti dibagi. Mo kecil atu mo besar, jadi merasakan semua hasilnya, bukan akhir tahun seperti perusahaan besar. Orang perlunya sekarang untuk beli susu atau apa, bukan gaji ke 13. Untuk sedikit mensejahterakan, (kalau mensejahterakan ga sanggup, usaha seperti ini riskan punya temen aja bangkrut.) Pokoknya manajemen berdasarkan kebutuhan.”

Ia menyadari kemampuan dirinya yang tidak mungkin memberikan gaji yang besar. Ia juga paham kebiasaan pekerjanya yang seringkali bersifat konsumtif dengan menghabiskan uang begitu melihat jumlah yang besar sekaligus. Sebagai jalan keluarnya, ia mengatur pemberian gaji itu berdasarkan waktu-waktu tertentu sehingga para pekerjanya pun mengatur sendiri kondisi keuangannya. Tak pernah sekalipun pekerjanya meminjam uang darinya.

Berkenaan dengan pemberian sanksi bila melanggar aturan, sebagian besar informan selalu berusaha menghindari konflik. Bila tidak perlu sekali, ia tidak akan menegur. Bilamana perlu teguran itu akan disampaikan dan sanksi diberlakukan secara langsung, namun itu dilakukannya secara terpisah dan terjaga agar jangan ada orang lain yang melihat atau mendengar sehingga tidak merusak harga diri pekerjanya.

Ada pula informan yang sengaja memasang CCTV, kamera pengawas untuk melihat kondisi kegiatan usaha sehari-hari. Langkah ini dilakukan agar pengawasan dapat terus dilakukan tanpa harus membuat para pekerjanya merasa jengah atau tidak enak karena terus menerus diawasi langsung oleh supervisor atau orang kepercayaan informan. Namun bagi pekerja yang mengetahui bahwa ada keberadaan alat itu justru membuat para perempuan pekerja merasa diawasi terus gerak langkah mereka oleh beberapa pasang mata yang tidak kelihatan.

Selain dengan bantuan alat, ada pula informan yang menempatkan orang kepercayaan, yang biasanya sudah bertahun-tahun ikut bekerja dengannya, untuk mengawasi jalannya kegiatan usaha. Orang kepercayaan inilah yang seolah menjadi perpanjangan mata dan telinga informan. Ia juga akan menegur atau

memberikan sanksi dengan terlebih dahulu memperoleh pertimbangan dan restu dari informan.

Sedikit sekali informan yang bersedia dan rela menghadapi konflik langsung dengan perempuan pekerjanya. Ia menempatkan orang kepercayaan ini hanya sebagai pengawas saja dan tidak boleh sekalipun menegur, memarahi apalagi memberikan sanksi. Tugas menegur dan memberikan sanksi itu dianggapnya sebagai tugasnya sebagai pemimpin.

Mengingat para perempuan pekerjanya bukanlah orang yang berasal kampung atau pelosok dan bukan dari kalangan orang berpendidikan, para informan pun selalu berusaha memberikan wejangan atau nasihat. Misalnya dalam masalah gaji atau upah. Mereka tidak pernah menahan gaji karyawannya. Namun mereka tidak lupa selalu mengingatkan perempuan pekerjanya yang dianggap cenderung konsumtif untuk mempergunakan uang tersebut dengan sebaik-baiknya. Orang tua di kampung menitipkan anaknya bekerja kepada informan untuk membantu keuangan keluarga dengan mendapatkan uang. Bila perempuan pekerjanya pulang kampung dengan tangan hampa, tentu akan mengecewakan.

4.1.10.2 Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Pengusaha Memberdayakan Perempuan Pengusaha Melalui Pekerjaan

Sementara itu kepemimpinan pemberdayaan perempuan yang cenderung berorientasi pada pekerjaan dilakukan dengan melalui pembagian tugas. Para informan menentukan tugas dan tanggung jawab yang dibebankan kepada perempuan pekerja sesuai harapan hasil kerja yang diinginkannya.

Umumnya perempuan ditempatkan pada pekerjaan yang membutuhkan kehalusan, namun sebenarnya tidak semua perempuan mampu melakukan pekerjaan halus. Ada juga perempuan yang terbiasa bekerja kasar. Di kampung mereka biasa bekerja di sawah atau ladang.

Umumnya perempuan yang bekerja pada para informan berasal dari keluarga tak mampu yang tinggal di kampung, di luar daerah Kota Bandung, seperti dari daerah pelosok Jawa Tengah dan Jawa Timur. Mereka datang atas rekomendasi atau ajakan orang yang sudah lebih dahulu bekerja dengan informan. Mereka pun bukan berasal dari kalangan berpendidikan. Kebanyakan dari mereka berpendidikan sekolah dasar. Jarang dari mereka berijazah setara SMU.

Bila tidak memiliki dasar atau latar belakang pendidikan, mereka mengajarkan dan mendidik perempuan pekerja hingga mampu melakukan tugas tersebut secara mandiri atau bahkan dengan pengawasan yang sangat minim. Hampir semua informan mempunyai perempuan-perempuan pekerja yang dapat menjadi kepercayaannya atau seperti tangan kanannya bila mereka tidak ada di tempat usaha. Biasanya perempuan-perempuan itu adalah mereka yang telah ikut bekerja dengan para informan dan merasakan pasang surut usaha bersama selama lebih dari 5 tahun ke atas.

Untuk menghindari konflik dan menyelaraskan pekerjaan, para informan melakukan ritual kegiatan pertemuan rutin minimal sebulan sekali. Pada saat itulah mereka menggunakan kesempatan untuk mengoreksi hasil pekerjaan, meluruskan sesuatu permasalahan, dan memberikan atau melakukan pembagian

tugas-tugas dan tanggung jawab termasuk memberitahukan evaluasi perkembangan usaha yang telah dicapai.

Tidak seperti bila berkenaan persoalan pengorganisasian social, para informan seringkali terjun langsung tanpa perantara melatih, mengoreksi dan memperbaiki hasil pekerjaan para pekerjanya. Sudah menjadi keharusan bagi dirinya untuk menguasai seluruh pekerjaan yang ada sehingga tidak ada kesangsian dari para pekerja terhadap dirinya. Meskipun demikian tidak semua pekerjaan dipercayakan kepada para pekerjanya. Biasanya hanya pekerjaan lanjutan, bukan pekerjaan inti atau sekedar *finishing* saja.

Para informan boleh dikatakan sangat teliti dan mengutamakan kualitas, Mereka jeli melihat segala sesuatu yang kurang tepat karena harus selalu menjaga kualitas. Bila perlu menegur, mereka tidak segan-segan melakukannya. Sebagai contoh, berikut sekelumit percakapan antara informan dengan pekerjanya;

“Mau sekali kek mau dua kali kek, tiga kali, dua puluh kali...kalo saya bilang bersihin lagi, ya...bersihin lagi !”

Dalam kegiatan ini, informan memberikan contoh pekerjaan secara langsung cara membersihkan tanpa ragu-ragu atau gengsi. Atau dapat juga seperti berikut ini bila ada kesalahan ;

”Jangan salah-salah dong, situ kan capek, pake tenaga, ilang waktu, ini ancurin aja.” (diulang lagi). Kesemuanya itu tercetus dari mulut mereka dengan nada datar, nyaris tanpa tekanan atau ekspresi dari kata maupun raut wajah mereka. Teguran ini biasanya dilakukan secara terpisah dan disampaikan dengan bahasa daerah dengan maksud memperpendek jarak agar tidak menimbulkan sakit hati.

Hampir semua informan terlihat khawatir gagasan atau idenya ini dicontoh dan dikembangkan menjadi lebih baik oleh orang lain. Mereka menentukan dengan sangat hati-hati kepada siapa pekerjaan inti usahanya ini dipercayakan.

Biasanya mereka melakukan tes sederhana atau bisa pula dengan mengandalkan *feeling* saja.

Sebagian informan yang tidak terlalu merasa khawatir bila ilmu yang diturunkannya ini akan dimanfaatkan oleh pekerjanya, misalnya dengan membuka usaha tandingan. Mereka ini berpendapat bahwa setiap orang memiliki rejeki masing-masing. Ada pula yang justru melihatnya sebagai pemicu untuk berbuat lebih baik lagi, lebih kreatif lagi. Salah satunya diuraikan seperti berikut ini;

“Kalo ide, insya Allah, ga pernah kurang, banyak lihat banyak baca. Saya sudah daftarkan karya saya. Kalau ide itu dibajak, itu tantangan buat saya, biar aja, jadi ibadah, adu kreativitas, kita mesti lebih. dengan kembali ke identitas khasnya.”

Mereka ini tidak mau ambil pusing. Ada sebagian informan yang mendaftarkan hak atas idenya ini, ada yang mengusahakan royalti. Mereka percaya pada kemampuan dirinya dan kekhasan karyanya itu sehingga tidak mudah orang begitu saja menjiplaknya, meskipun itu pekerjanya sendiri.

Ia justru sibuk membagikan ketrampilan yang dimilikinya ini kepada siapa saja yang berminat. Namun bukan berarti gratis. Ia mempertimbangkan waktu dan tenaga yang harus dikeluarkan. Oleh karena itu ada timbal balik yang menurutnya layak didapatkannya, baik dalam bentuk materi atau non materi. Besarnya pun bervariasi, tergantung pertimbangan masing-masing individu.

Ada pula informan yang menceritakan bahwa sedapatnya ia tidak menempatkan atau memberikan tugas kepada pekerja perempuannya secara *instant*. Setiap pekerja harus melalui jenjang pekerjaan tertentu agar memahami

setiap langkah proses pekerjaan. Jadi setiap orang harus memulainya dari proses awal terlebih dahulu.

Ia tidak mau menimbulkan konflik diantara perempuan yang dianggapnya rentan dengan kecemburuan atau iri hati. Meskipun pekerja perempuan yang baru masuk bergabung menjadi pegawainya itu lebih pintar, gesit dan terlihat lebih mampu bekerja dengan baik dari pada pekerja yang sudah ada sebelumnya, ditambah lagi orang tuanya pun sudah ikut lama bekerja pada usahanya, informan tersebut akan tetap menahannya untuk mengikuti jenjang atau tahapan proses tugas dan kerja yang berlaku. Langkah itu diambil agar tidak terjadi konflik antara sesama perempuan pekerjanya.

Meskipun memahami bahwa perasaan pekerja perempuan lebih sensitif, para informan justru merasa lebih nyaman memerintah atau memberi tugas kepada mereka. Hampir semua informan pernah mengalami kepemimpinannya mendapat tantangan keraguan dari pekerja laki-laki bukan dari pekerja perempuan.

“Kalo mengarahkan saya lebih suka laki-laki, mereka bisa langsung nangkep, kalo perempuan nanti suka cepet tersinggung.

Kalo bawahan laki-laki mungkin ada juga pikiran dasar perempuan, tapi saya selalu nanya dulu, apa masalahnya, apa maunya, menampung dulu ga harus begini atau begitu, kalau saya main suruh, wah pasti mental.”

Pekerja perempuan memang lebih lambat menerima perintah. Menurut para informan, pekerja perempuan perlu diperintah secara lebih pelan-pelan, telaten dan sabar. Tidak demikian dengan pekerja laki-laki. Para informan mengakui pekerja laki-laki lebih gesit dan cepat mengerti tetapi seringkali diikuti dengan

keraguan terhadapnya sehingga ada kecenderungan untuk menentang. Simaklah kutipan wawancara berikut ;

Pegawai saya yang lelaki. Saya perempuan, ketika saya suruh mereka bilang ga bisa. Kenapa ga bisa ? Coba dicoba dulu!
Ini maksimal segini ? Satu lagi saya yang kerjain ya.....
Nih liat !Baru pegawai saya diam
Coba lagi saya temenin, saya tunggu.

Bila berhadapan dengan pekerja laki-laki, para informan mengakui harus selalu ada semacam pembuktian terlebih dahulu. Kadang-kadang malah ada yang berani secara langsung menantang dan mengelabuinya. Menghadapi tantangan yang demikian itu, apalagi dilakukan dengan tanpa alasan yang jelas, mereka tidak segan untuk mengeluarkan pekerja laki-laki tersebut. Namun tidak demikian bila berhadapan dengan pekerja perempuan. Ia justru harus sangat hati-hati memberikan instruksi.

Para informan pun mengakui sedapatnya memenuhi aturan tenaga kerja yang telah ditetapkan pemerintah. Meskipun demikian kondisi usaha mereka yang fluktuatif seringkali membuat mereka kesulitan untuk memenuhinya. Bagi mereka, bisa bertahan dalam kondisi ekonomi krisis seperti sekarang ini sudah merupakan prestasi.

Menurut mereka dapat rutin memberikan gaji kepada pekerjanya, tanpa keterlambatan meskipun sedikit jumlahnya, juga sudah prestasi. Sedapatnya mereka akan selalu mengurangi resiko bermasalah dengan pekerjanya. Mereka pun tidak mau mengambil pinjaman modal yang diperoleh harus dengan cara yang berbelit-belit. Mereka menyukai apa yang ada, yang memang jelas mampu ia lakukan dalam pemahamannya.

Satu alasan yang menurut mereka masih sulit untuk bisa menerima adalah mempekerjakan perempuan hamil. Meskipun sama-sama perempuan, namun pengalaman mengajarkannya bahwa perempuan hamil itu beresiko. Ada sesuatu dengan kehamilannya akan menimbulkan tanggung jawab besar di kemudian hari, lebih besar dari menggaji mereka.

Berdasarkan alasan itulah, maka para informan tidak menerima pekerja perempuan yang hamil. Pertimbangan dapat dimungkinkan bila pekerjanya ini memang sudah ikut bekerja dengan mereka cukup lama. Mereka lebih suka mempekerjakan perempuan yang berstatus gadis, belum menikah, tidak menikah atau yang sudah memiliki anak yang sudah cukup besar sehingga tidak menjadi masalah bila ditinggal dalam waktu yang agak lama.

Berdasarkan hasil penelitian, tindakan-tindakan komunikasi yang dilakukan oleh para informan perempuan pengusaha ketika memimpin pada intinya seringkali ditujukan terutama sekali untuk membangun kedekatan dengan perempuan pekerjanya. Melalui kedekatan ini, mereka akan dengan mudah membangun harmonisasi dengan menyelaraskan apa saja yang diinginkan dan dibutuhkan oleh para perempuan pekerjanya.

Membangun kedekatan, akan menimbulkan perasaan saling mempercayai. Bila sudah demikian, maka akan menjadi lebih mudah bagi para informan mengetahui bagaimana kapabilitas atau kemampuan pekerjanya sehingga dapat diputuskan tugas dan tanggung jawab apa yang sesuai untuk didelegasikan kepada mereka untuk dimanfaatkan guna membantu usahanya.

Melalui tindakan komunikasi yang dilakukan, perempuan-perempuan pekerjaanya akan belajar dan mengetahui potensi-potensi serta kemampuan yang ada pada diri mereka sehingga akan selalu melakukan tugas dan tanggung jawab yang terbaik dengan pengawasan minimum. Bila mampu memberikan hasil kerja terbaiknya maka tentunya para pekerjaanya akan merasa lebih percaya diri dan menghargai dirinya sendiri.

Perempuan pekerja diharapkan dapat melakukan pekerjaan dengan baik dengan sukarela serta tanpa harus disuruh-suruh atau diperintah (proaktif). Selain itu mereka juga dituntut untuk senantiasa belajar dan terus menerus memperbaiki diri ke arah yang lebih baik daripada sebelumnya. Sumber daya yang kompeten serta dapat diandalkan akan sangat mendukung keberhasilan usaha.

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian kualitatif konstruksi sosial yang bersumbu pada tradisi fenomenologi ini mengakui empat kebenaran yaitu kebenaran empirik sensual, kebenaran empirik logik, kebenaran empirik etik, dan kebenaran empirik transendental. Kebenaran tersebut diperoleh melalui metode pemaknaan yang dilakukan dengan tahapan terjemahan atau *translation*, tafsir atau interpretasi, ekstrapolasi dan pemaknaan atau *meaning*.

Terjemahan merupakan upaya untuk mengemukakan materi atau menggambarkan fenomena sebagaimana adanya. Terjemahan tak ubahnya seperti deskripsi fenomena yang mudah dikenali dengan mengandalkan kemampuan panca indera seperti yang telah diuraikan dalam hasil penelitian sebelum ini.

Sementara pada tahap penafsiran, peneliti berusaha mencari latar belakang konteks yang mendasari gambaran materi fenomena. Kegiatan interpretasi ini dikembangkan dalam tahap ekstrapolasi yang menekankan pada kemampuan daya pikir untuk menangkap apa yang ada dibalik yang tersaji. Ketiga tahapan tersebut lebih dipertajam lagi pada tahap pemberian makna, dimana peneliti berusaha menjangkau yang etik maupun yang transendental dibalik apa yang tersaji.

4.2.1 Eksplorasi Logik Tindakan Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Pengusaha Memberdayakan Perempuan Pekerja

Setelah melakukan terjemahan atau deskripsi dari data hasil penelitian, selanjutnya dilakukan proses penafsiran. Disini peneliti berusaha mencari latar belakang konteks yang mendasari gambaran materi fenomena yang diperoleh. Pada ekplorasi logik, peneliti berusaha menginterpretasi penafsiran materi fenomena dengan menekankan pada kemampuan daya pikir logis untuk menangkap apa yang ada dibalik yang tersaji.

4.2.1.1 Perempuan Pengusaha Dalam Tatanan Sosial Masyarakat Kota Bandung

Para informan penelitian menjalankan bisnisnya dalam wilayah Kota Bandung. Dengan tanpa menspesifikasi sebaran lokasi usaha, jumlah pekerja, jenis dan kondisi usaha, peneliti berusaha menelaah bagaimana mereka memimpin usaha, berkomunikasi dan melakukan upaya pemberdayaan dengan perempuan pekerjanya.

Data empiris awal mengenai para informan dapat diketahui dengan mempelajari profil serta tingkah laku para informan yang dapat diindra. Selain itu data empiris dapat pula diperoleh dengan menelaah kondisi sosial dan ekonomi, lokasi dan jenis usaha, jumlah pekerja baik laki-laki maupun perempuan, serta observasi relasi atau hubungan yang terjalin antara para informan dengan pekerjanya.

Para informan penelitian ini berada pada golongan ekonomi menengah ke atas. Meskipun secara sosial dan ekonomi para informan berkecukupan, mereka tetap menganut asas hemat dan sederhana. Tempaan kesulitan hidup dan pendidikan yang telah diperolehnya, baik formal maupun non formal, mengajarkan dan membentuk mereka untuk selalu berusaha menjadi seseorang yang mampu berdikari.

Mereka ini banyak belajar tentang “berusaha” sebagai warisan yang diakui lebih dibidani oleh ibu daripada ayah. Peran keluarga dan teman juga sangat berarti di dalam mendewasakan diri sehingga mereka lebih berani mengambil resiko seperti yang disyaratkan sebagai seorang pengusaha.

Sementara itu, sejak dahulu Kota Bandung memiliki pesona tersendiri. Potensi Kota Bandung ini menarik perhatian dan seolah memberikan harapan bagi siapa saja yang ingin mengembangkan usaha. Banyak orang dari berbagai daerah, baik dari dalam maupun luar negeri, tertarik untuk datang dan menetap ataupun sekedar berlibur di kota tersebut hingga saat ini.

Masyarakat Kota Bandung sendiri, yang masih kental memegang budaya Sunda, nampaknya sangat terbuka dengan banyak perbedaan yang dibawa oleh

para pendatang termasuk perbedaan etnis. Mereka sangat terbuka menerima perbedaan, termasuk dalam aspek kesempatan berusaha untuk mendapatkan uang. Nampaknya mereka tidak lagi menganggap perlu untuk terlalu mempersoalkan apakah usaha milik siapakah yang lebih maju, apakah milik atau pemodal yang berasal dari orang Sunda atau bukan.

Keadaan ini menunjukkan bahwa masyarakat Kota Bandung boleh dikatakan terbuka dengan keberagaman dan bersifat pluralis. Mereka menyadari adanya perbedaan dan menerima perbedaan tersebut. Mereka lebih suka damai dan tidak ingin berkonflik menghadapi perbedaan itu. Ini merupakan sesuatu yang patut dijadikan contoh, dimana di sebagian wilayah Indonesia, perbedaan itu selalu menjadi sumber konflik.

Meskipun demikian, ada juga sebagian kecil masyarakat kota Bandung yang mempermasalahkan “kemurahan hati” orang Sunda ini. Mereka ini merasa khawatir akan tindakan sebagian besar orang Sunda Bandung yang seperti itu, karena akan membuat jati diri dan eksistensi kedaerahan mereka terkikis. Opini keresahan mereka ini dapat terlihat dari artikel maupun opini yang muncul melalui media-media lokal. Mereka menyerukan agar orang Sunda Bandung memberikan perhatian yang proporsional bagi kedaerahannya karena lambat laun eksistensi mereka dapat meredup.

Meskipun begitu, hasil penelitian menunjukkan bahwa kekhawatiran yang demikian itu tidak perlu terjadi. Orang Sunda sebenarnya masih tetap menjadi “tuan” di rumahnya sendiri. Sebagian besar informan mengaku sebagai orang Sunda dan masih memegang kultur yang diwariskan walaupun mereka tidak atau

bukan keturunan orang Sunda. Ada sebagian dari informan yang berasal dari luar daerah Bandung dan atau bukan keturunan Sunda, namun karena mereka telah menetap cukup lama di sana, mereka menyatakan dirinya sebagai orang Sunda dalam kehidupan keseharian. Perbedaan etnis memang diakui mereka tidak menjadi masalah. Mereka menerima dan bersikap terbuka dengan perbedaan.

Para informan juga tidak mensyaratkan pekerjaannya harus orang Sunda atau berasal dari satu etnis dengannya. Orang-orang yang bekerja membantu usahanya tersebut berasal dari kultur yang berbeda-beda, terutama Jawa dan Sunda. Meskipun demikian, terlihat sekali bahwa berasal dari satu kultur di tanah perantauan akan membuat hubungan terasa lebih akrab dan lebih dekat.

Perbedaan-perbedaan ini disadari para informan akan menjadi lebar bila terlalu dipertajam. Untuk menghindarinya, mereka lebih sering menggunakan bahasa Indonesia terutama untuk memperbincangkan sesuatu yang umum, biasa atau tidak pribadi.

Ada pula informan yang melihat adanya kecenderungan atau potensi menimbulkan konflik etnis diantara pekerjaannya. Ia melihat adanya beberapa kubu atau “gang perkumpulan” diantara pekerja perempuannya yang terbentuk berdasarkan satu wilayah, etnis atau kesamaan tertentu lainnya. Menanggapi keadaan yang demikian itu, ia tidak mau terlalu mempersoalkannya, bahkan membiarkannya atau mendinginkan begitu saja selama tidak menimbulkan konflik berkepanjangan.

Hasil penelitian pun menunjukkan bahwa perempuan itu terlihat memang senang damai dan keakraban. Ketika menjalin interaksi dengan orang lain,

perempuan akan selalu mencari banyak kesamaan daripada perbedaan. Perempuan lebih suka dengan kedamaian, situasi yang aman dan tenteram. Mereka akan cenderung menyeleksi orang-orang berdasarkan kesamaan. Bilapun ada ketidaksamaan, perempuan lebih suka menahan diri daripada memperuncing keadaan sehingga menimbulkan konflik. Perbedaan adalah sesuatu yang tidak dapat dihindari. Yang menjadi masalah adalah bagaimana menangani perbedaan-perbedaan itu.

Perempuan pengusaha pun lebih suka berdamai dengan keluarganya. Mereka lebih suka untuk mengatur waktu dan tugas sedemikian rupa agar dapat selaras dengan kebutuhan keluarganya. Sedapat mungkin tidak ada yang perlu dikorbankan atau dikalahkan. Semangat mengabdikan membuat mereka selalu berusaha mengatur segalanya sedemikian rupa agar semua kepentingan terpenuhi. Tidak mengherankan bila kondisi yang demikian itu melatih perempuan untuk dapat memiliki ketrampilan *multitasking* atau dapat melakukan berbagai pekerjaan sekaligus. Bilapun harus memilih, nampaknya mereka akan lebih memilih kepentingan keluarganya yang dipahaminya sebagai tugas utama. Memiliki uang bukanlah untuk kepentingannya sendiri, tetapi untuk kepentingan keluarganya.

Perempuan Kota Bandung diyakini orang berparas cantik, dan mudah menggoda, serta “bisa” untuk digoda. Pelabelan ini merugikan karena cenderung merendahkan peran perempuan. Sejarah telah mencatat bahwa kondisi perempuan Sunda Kota Bandung yang dimarjinalkan bukanlah warisan budaya itu sendiri. Budaya Sunda memiliki norma aturan yang santun memperlakukan perempuan maupun laki-laki, bahkan perempuan seringkali digambarkan sebagai

mahluk yang berbudi pekerti halus serta cerdas, bahkan dapat menjadi seorang pemimpin yang arif.

Sayangnya, sedikit demi sedikit yang demikian itu mulai terkikis. Keadaan itu dimotori semenjak jaman penjajahan Belanda. Perempuan Sunda Kota Bandung dijadikan gundik atau pemuas kebutuhan nafsu para lelaki Belanda dan penjajah lainnya. Istilah “Nyai” dikenal sebagai panggilan untuk none Sunda yang menjadi “pelayan” Belanda. Kebiasaan “melayani” tersebut berlangsung cukup lama sehingga menjadi suatu hal yang biasa saja dan seperti dilestarikan secara turun temurun. Bahkan hingga kini seolah mendapat legalitas masyarakat umum, bukan dari pemerintah.

Fenomena perempuan-perempuan yang mampu menjadi seorang pengusaha menjadi bukti bahwa mereka ini mampu menembus batas norma tradisi sosial budaya yang cenderung memarjinalkan peran perempuan. Mereka menunjukkan bahwa perempuan pun dapat berkiprah juga di dunia publik dan mampu memberikan kontribusi kepada masyarakat luas serta pada perekonomian negara.

Fakta angka menyatakan bahwa sebagian besar pengusaha yang berada pada kategori usaha kecil menengah ini adalah perempuan. Ini merupakan salah satu gambaran bahwa peran perempuan sebenarnya cukup besar bagi kehidupan masyarakat. Mereka mampu bertahan dan melakukan upaya untuk keluar dari permasalahan ekonomi yang mendera. Tidaklah tepat memandang mereka sebagai beban bangsa dan negara karena pada kenyatannya mereka telah terbukti cukup besar memberikan sumbangsinya.

Perempuan pengusaha yang peneliti teliti bukanlah mereka yang memiliki kapital usaha yang besar. Para informan berada pada kategori usaha menengah, kecil dan bahkan ada juga yang hanya sekedar usaha rumah tangga. Mereka ini berada pada level usaha ekonomi *grassroot*. Mereka berada pada level usaha yang paling bawah. Saat ini kategori-kategori usaha inilah yang mampu memberikan sumbangsih yang tidak kecil memotori perbaikan kondisi ekonomi dan meningkatkan laju perekonomian negara yang sedang terpuruk ini.

Atas prestasi dicapai oleh para perempuan pengusaha ini maka tidaklah salah bila pemerintah mengharapkan perpanjangan tangan-tangan perempuan pengusaha ini agar percepatan perbaikan kondisi perempuan Indonesia dapat terwujud, seperti yang diharapkan dalam perjanjian MDG's (Millenium Development Goals), pada tahun 2015 kelak.

Pemerintah mengharapkan mereka dapat menjadi seperti agen perubahan yang tergerak untuk mengajak, menggiring dan mengarahkan perempuan-perempuan lain yang masih berada jauh tertinggal di belakang agar mampu memperbaiki diri serta meningkatkan eksistensi diri. Dengan demikian kesejahteraan kehidupan perempuan Indonesia pada umumnya akan menjadi lebih baik daripada sebelumnya.

Pemerintah Kota Bandung sendiri telah menunjukkan dukungannya terhadap program tersebut. Visi misi yang menjadi acuan gerak langkah pembangunan Kota Bandung pun menjiwainya. Konsep ideal yang diinginkan adalah terwujudnya Kota Bandung sebagai daerah yang bertanah subur yang

makmur serta mencapai keluhuran budi manusia dan suci untuk selalu memberikan perlindungan dan kesejahteraan hidup bagi para penduduknya.

Bagian Pemberdayaan Perempuan merupakan salah satu sarana pemerintah Kota Bandung yang dimaksudkan untuk menangani kemajuan kesejahteraan kehidupan perempuan, namun sayangnya belum dapat dimanfaatkan maksimal untuk maksud tersebut. Fokus perhatian perangkat pemberdayaan perempuan pemerintah Kota Bandung lebih menekankan pada KDRT atau kekerasan dalam rumah tangga. Padahal kualitas kehidupan perempuan Kota Bandung semakin membaik dan tidak hanya melulu berkenaan dengan KDRT saja.

Jumlah perempuan yang bersekolah sudah cukup banyak meskipun masih lebih sedikit dibandingkan laki-laki. Mereka pun sudah dapat bekerja di berbagai bidang, terutama di sektor usaha atau perdagangan yang berskala rumah tangga, kecil atau menengah. Namun yang perlu dicermati adalah angka perempuan yang berstatus cerai hidup dimana jumlahnya jauh lebih banyak daripada laki-laki. Agaknya perempuan tidak lagi perlu terlalu merisaukan kegagalan pernikahannya. Bila itu merupakan jalan yang harus diambil, mereka siap dengan kemandiriannya tanpa harus perlu bergantung pada laki-laki.

Sementara itu, tidak ada koordinasi yang signifikan antara Bagian Pemberdayaan Perempuan dengan Dinas Koperasi yang menangani masalah usaha menengah dan kecil. Dinas Koperasi belum merasa perlu untuk menangani perempuan pengusaha secara serius apalagi memberdayakan perempuan-perempuan yang bekerja di dalam usaha tersebut. Bagi mereka usaha yang

dibina perempuan atau laki-laki sama saja. Salah satu yang menjadi kendala adalah kurangnya motivasi dan pengetahuan tentang manajemen usaha selain tidak sebandingnya antara jumlah personel penyuluh usaha dengan jumlah pengusaha yang begitu banyak berada di Kota Bandung.

Pemahaman yang memandang perempuan dan laki-laki itu sama dengan memperlakukan keduanya secara setara boleh jadi kurang tepat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakter perempuan berbeda dengan laki-laki. Perempuan lebih berpotensi untuk menjadi seorang pebisnis karena keteraturan dan keapikannya memamanajemeni perusahaan daripada laki-laki yang lebih sering menangkap peluang tetapi tidak tertib pembukuan usaha.

Perempuan pun lebih *multitasking*, mampu menangani berbagai kegiatan atau permasalahan sekaligus dalam satu waktu sehingga terlihat lebih terampil. Langkahnya memang lebih lambat daripada laki-laki, namun bukanlah karena perempuan lamban. Mereka memiliki beban yang lebih banyak mengurus rumah tangga, keluarga, anak-anak dan suami seperti yang digariskan norma masyarakat padanya.

Undang-undang ketenagakerjaan yang telah ditetapkan pemerintah setidaknya sudah membuat para perempuan pekerja sedikit bernapas lega. Meskipun demikian peraturan itu belum sepenuhnya dapat mengakomodir kondisi yang ada di lapangan. Tidak selamanya peraturan tersebut bisa dipukul rata untuk diterapkan dalam setiap usaha.

Perangkat hukum yang seperti ini nampaknya masih *kedodoran* bila diberlakukan pada semua sektor usaha yang tanpa melihat kategori perkembangan

atau kemajuan usaha. Perangkat hukum tersebut nampaknya hanya berlaku bagi organisasi usaha pada sektor formal. Hukum perundang-undangan yang berlaku belum mengena pada kondisi yang ada pada organisasi-organisasi sektor informal seperti usaha menengah, kecil dan rumah tangga.

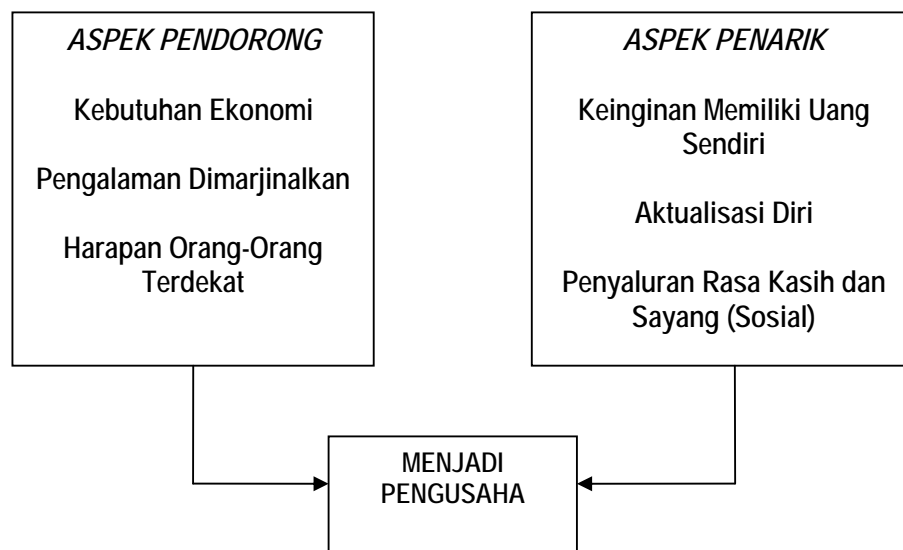
Ada beberapa aspek yang menyulitkan perempuan pengusaha untuk memenuhinya. Sebagian besar disebabkan karena kondisi sosial ekonomi usahanya yang belum mapan. Bagi mereka menjaga perputaran roda bisnis sehingga dapat membayarkan upah atau gaji secara rutin dan tepat waktu lebih utama daripada harus memenuhi peraturan pemerintah. Peraturan pemerintah seringkali dirasakan menyulitkan terutama bagi usaha yang baru saja berkembang. Meskipun demikian, mereka tetap harus berusaha untuk memenuhi standar dan aturan yang telah ditetapkan pemerintah jika ingin mendapatkan dukungan fasilitas jaringan usaha dan atau mendapatkan kucuran pinjaman modal atau dana segar untuk pengembangan usaha.

4.2.1.2 Proses Dan Motif Menjadi Pengusaha

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat proses “menjadi” yang bersifat sosio historis, seiring dengan perjalanan kehidupan yang dilalui. Proses ini unik sifatnya karena masing-masing memiliki pengalaman yang berbeda-beda sehingga tidak ada yang benar-benar identik.

Setelah dilakukan pengamatan, analisa dan interpretasi terhadap hasil penelitian, meskipun pengalaman tersebut berbeda-beda, peneliti menemukan kesamaan aspek yang dilalui para informan. Peneliti melihat adanya beberapa

aspek kehidupan yang dapat menjadi pendorong dan ada pula aspek kehidupan yang membuat mereka tertarik untuk kemudian mengalihkan haluan pilihan jalan kehidupannya menjadi perempuan pengusaha. Gambaran mengenai bagaimana aspek-aspek yang berkaitan dengan terbentuknya usaha perempuan ini dapat dilihat berikut ini ;



Gambar 4.4 Aspek Pendorong dan Penarik Menjadi Pengusaha

Aspek pendorong yang dimaksud disini adalah suatu keadaan yang memicu mereka sehingga seolah memiliki daya atau tenaga tambahan. Aspek ini memberikan kesempatan kepada mereka untuk menjadi pengusaha dan bersemangat untuk sekuat tenaga mengejar mimpi atau harapan yang diangan-angankannya.

Aspek-aspek pendorong yang telah peneliti identifikasi berdasarkan hasil penelitian adalah kebutuhan ekonomi, pengalaman, dan peran kerabat. Pemenuhan kebutuhan ekonomi merupakan aspek pendorong yang utama. Sebagian besar

informan melihat kebutuhan ekonomi ini sebagai faktor yang “memaksa” mereka untuk melakukan sesuatu yaitu berusaha menjadi pengusaha.

Aspek pendorong kedua adalah pengalaman mereka ketika berinteraksi dengan orang lain. Sebagian besar informan mempersepsi berbagai segi kehidupan yang dirasakan meragukan kemampuannya atau keputusannya. Aspek pendorong yang ketiga adalah dukungan dari para kerabatnya untuk berkarya.

Sementara itu aspek kemenarikan yang memicu para informan untuk mereka menjadi pengusaha adalah uang atau kekayaan, aktualisasi diri, dan penyaluran rasa sosial. Keinginan untuk memiliki uang atau kekayaan merupakan aspek kemenarikan utama bagi informan untuk membangun usaha.

Kemudian aspek penarik kedua adalah peluang untuk aktualisasi diri. Para informan merasa menemukan kesempatan untuk membuktikan kemampuan diri dan menunjukkan prestasi yang dimilikinya bila menjadi pengusaha. Aspek ini pun dominan sekali bagi para informan yang pernah memiliki pengalaman ketidakadilan gender.

Aspek ketiga adalah kasih dan sayang. Secara naluri sepertinya memang perempuan senang menunjukkan perhatian dan selalu berusaha menciptakan kedamaian di antara semua pihak, terutama sekali dicurahkan kepada keinginannya untuk untuk mengurus keluarga sepenuhnya.

Aspek-aspek pendorong dan penarik untuk menjadi pengusaha tersebut tidaklah terbentuk secara terpisah-pisah. Pada diri setiap informan nampaknya memiliki dua atau tiga aspek sekaligus. Perbedaan tersebut tidak menjadi masalah, namun dengan terungkapnya aspek-aspek ini, maka menjadi jelas

apa-apa saja yang dapat menjadi motor bagi seorang perempuan untuk berusaha dan aspek apa saja yang menjadi daya tarik bagi seorang perempuan untuk sekuat tenaga mengejar mimpi yang menjadi sasaran tujuan harapannya.

Tabel 4.10
Sebaran Aspek Pendorong dan Penarik serta Motif Menjadi Pengusaha

KATEGORI ASPEK	INFORMAN														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Aspek Pendorong															
Ekonomi		v	v	v	v	v	v								v
Pengalaman	v				v			v				v			
Kerabat	v	v	v	v		v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
Aspek Penarik															
Kekayaan	v	v	v	v	v	v	v	v		v	v	v			v
Berprestasi	v			v	v		v	v		v	v	v			v
Cinta				v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v	v
Motif Menjadi Pengusaha	1	1	1	1	3	1	1	2	2	2	2	3	4	4	1

Sumber : Pengolahan Hasil Penelitian, 2007

Keterangan :

Motif 1 = Motif Ekonomi (untuk mendapatkan uang)

Motif 2 = Motif Individu

Motif 3 = Motif Sosial

Motif 4 = Non Arah

Bila melihat sebaran aspek pendorong dan penarik, kita dapat melihat bahwa aspek kerabat, ingin memperoleh kekayaan dan penyaluran rasa welas asih atau kasih sayang lebih sering muncul dalam diri informan. Perempuan senang

dengan membangun relasi atau hubungan dimana emosi yang berkenaan dengan sayang/cinta terlibat di dalamnya. Perempuan tidak terlalu mengutamakan kompetisi, namun keinginannya untuk memiliki kekayaan yang berkenaan dengan prestise, harga diri dan peningkatan harga diri menjadi tuntutan. Keadaan ini bisa jadi disebabkan karena latar belakang pengalaman yang dialami perempuan semenjak kecil dimana mereka tidak dan atau belum dipercaya untuk mengambil keputusan apalagi berkaitan dengan memiliki kekayaan.

Dengan menelaahnya sebaran aspek penarik dan pendorong berdasarkan dominan kecenderungannya, peneliti dapat membuat klasifikasinya motif membangun usahanya. Tabel berikut dimaksudkan untuk menggambarkan kecenderungan aspek-aspek tersebut pada diri informan-informan penelitian ini. Kemudian berdasarkan sebaran dan hasil penelitian, peneliti berusaha mengelompokkannya dalam beberapa motif mendirikan atau membangun usaha.

Motif para informan perempuan yang menjadi pengusaha telah peneliti identifikasi. Setidaknya terdapat empat motif yang berhasil dikenali yaitu motif ekonomi, motif individu, motif sosial dan motif non arah. Motif ekonomi merupakan motif yang paling sering muncul.

Bila seorang perempuan pengusaha memiliki kecenderungan untuk lebih mengutamakan keinginan untuk mendapatkan keuntungan, yang tentunya mendatangkan banyak uang, maka peneliti memasukkannya ke dalam kategori motif ekonomi. Aspek pendorong dan penarik yang telah peneliti identifikasi di sini diarahkan selalu ke arah perolehan keuntungan. Disini, hasrat berusaha sangat tinggi untuk mendapatkan keuntungan yang terbanyak dan terbaik.

Motif kedua adalah individualis. Sesuai dengan penamaannya, memang nuansa masing-masing diri pribadi individu terlihat disini. Mereka tidak mempermasalahkan keuntungan yang masuk ke dalam kantongnya. Mereka senang melakukan kegiatan atau usaha bisnis sepanjang tidak membuat mereka menjadi merugi. Yang terpenting baginya adalah bagaimana agar ia mampu berpretasi, mengaktualisasi diri dan menyalurkan semua keinginannya sehingga harapan-harapannya terwujud. Mereka tidak segan-segan untuk bersaing dengan siapa pun.

Sedangkan motif ketiga adalah sosial. Perempuan pengusaha dengan motif ini hampir selalu mengabaikan keuntungan. Ia berani merugi untuk sesuatu yang menurut dia lebih penting dan lebih bermanfaat bagi orang lain. Ia tidak tega melihat orang lain menderita atau kesusahan. Pengalaman demi pengalasan yang pernah dilaluinya mengajarkan bahwa dalam kehidupan tidak bisa semata-mata diukur dengan uang. Mereka menjalankan usaha dengan semangat memberikan manfaat bagi orang lain. Urusan uang nomor dua. Usaha mereka boleh dikatakan dilakukan dengan hati ketimbang logika atau rasio.

Motif keempat peneliti identifikasi sebagai motif tak berarah. Peneliti beri nama demikian karena memang peneliti tidak mengetahui arah kecenderungan mana yang lebih dominan pada diri mereka. Mereka berbisnis tapi tidak mau mengakui dan memang tidak serius menjalankannya. Untung atau rugi dan nilai manfaat yang diperoleh tidak dapat mereka jawab. Bagi mereka apa yang mereka lalui dinikmati saja. Bila pun ada kegagalan, mereka tidak terlarut di dalam

kesedihan dan cenderung mentertawakan diri sendiri dan kemudian melupakannya.

4.2.1.3 Karakter Perempuan Pengusaha

Setelah peneliti pelajari dan interpretasi, baik dari data-data hasil wawancara maupun hasil pengamatan, terdapat bentukan-bentukan diri para informan yang relatif sering muncul atau berulang ketika berhadapan dengan situasi yang sama. Peneliti berusaha menggolongkan bentukan-bentukan diri tersebut dan memaknainya sebagai suatu karakter-karakter personal yang biasa menempel atau dimiliki oleh seorang perempuan pengusaha.

Ketika berinteraksi dengan para informan, peneliti menangkap bentukan sifat mereka yang sangat berhati-hati dalam memutuskan sesuatu, terutama bila memasuki wilayah yang ia tidak terlalu memahaminya atau yang ia tidak terlalu yakin. Mereka lebih banyak mendengarkan dan menyimak baik-baik daripada berbicara terlalu panjang. Mereka teliti menimbang-menimbang sesuatu dan tidak gegabah atau terburu-buru dalam mengambil keputusan. Keadaan ini dilakukan karena mereka cenderung tidak mudah percaya dengan orang.

Keberhati-hatian ini juga tercermin ketika para informan memilih karyawan atau pekerjanya. Untuk membantu usahanya, mereka cenderung memilih saudara atau kenalan terdekat daripada orang lain. Itupun terbatas hanya dengan orang-orang yang memang sudah benar-benar dikenalnya dengan baik. Merekalah orang-orang dalam pertimbangannya kecil kemungkinan untuk

berkhianat. Mereka dapat dipercaya untuk memegang posisi penting ketika ia tidak ada di tempat atau menjadi wakil bagi dirinya.

Begitu pula dalam mengelola bisnis dan manajemen karyawannya. Mereka lebih suka melakukan sesuatu secara hati-hati, setahap demi setahap. Menurut mereka bila bisnis dilakukan dengan *instant*, maka yang terjadi justru akan berdampak buruk bagi kemajuan bisnisnya.

Semua informan berpendapat bahwa segala sesuatu itu tidak mungkin terjadi begitu saja. Membangun usaha tidak perlu memaksakan diri. Seiring dengan waktu, mereka membangun usaha melalui proses pertumbuhan, perkembangan dan menjadi dewasa. Proses yang demikian itu akan membuat usaha yang dirintis kokoh berdiri karena memiliki akar atau landasan yang kuat.

Sifat kehati-hatian mereka ini seringkali dianggap orang sebagai tindakan yang tidak berani mengambil resiko, atau ada pula yang menyebutkan konvensional. Simaklah hasil wawancara salah satu tokoh birokrat yang sering berhubungan dengan para pengusaha berikut ini ;

“Perempuan yang menjadi pengusaha itu teliti, rapi, tapi konvensional!
Kalau pengusaha laki-laki berani cepat ambil resiko, tapi tidak teliti.
Langkah perempuan itu tidak selebar laki-laki, jadi ketinggalan.”

Dalam pandangan umum, kehati-hatian perempuan pengusaha itu seringkali membuat mereka dinilai terlalu lamban sehingga tidak cepat bereaksi terhadap situasi. Akibatnya mereka seringkali tertinggal di belakang pengusaha laki-laki meskipun memiliki potensi yang jauh lebih baik.

Para informan, perempuan-perempuan pengusaha, memahami benar kelemahan dan kekuatan yang ada di dalam dirinya sendiri. Sayangnya, seringkali

orang lain tidak memahaminya. Mereka justru malah semakin terlihat sangat selektif dan terlalu banyak menimbang-nimbang manfaat yang bakal diperolehnya, baik itu secara materil atau non material. Bila sesuatu itu dalam pertimbangannya akan memberikan bermanfaat, maka ia akan berusaha keras melakukan yang terbaik. Sebaliknya bila sesuatu itu dalam pertimbangannya tidak memberikan manfaat yang positif, maka ia akan segera meninggalkannya.

Karakteristik kedua yang sering peneliti lihat muncul adalah kemantangannya di dalam mengelola emosi. Emosi mereka stabil. Peneliti tidak melihat fluktuasi emosi mereka menghadapi berbagai kejadian. Mereka terlihat sekali mampu mengontrol atau mengendalikan emosinya sehingga tidak meledak-ledak tak keruan.

Bila merasa senang, mereka juga tidak terlalu menunjukkan rasa tersebut secara berlebihan semisal tertawa hingga terbahak bahak, cukup senyum manis di bibir saja. Begitu pun bila mereka harus menghadapi keluhan dari konsumen atau ada permasalahan dengan pekerjanya. Mereka hampir tidak memperlihatkan kondisi emosi yang berkecamuk di dalam hati mereka, apakah itu senang, suka, marah atau kesal sekalipun.

Pengendalian emosi yang kuat membuat mereka menjadi sosok pribadi yang asertif, tidak agresif dan juga tidak pasif. Kepribadian mereka menunjukkan kedewasaan, percaya diri dan tidak mudah dipengaruhi oleh orang lain. Begitu pun ketika menangani pekerja yang *bandel*. Marah bukan solusi mereka. Mereka lebih menahan emosi dan mengajak bicara pekerja tersebut untuk kemudian dicarikan penyelesaian masalahnya.

Karakter ketiga, para informan penelitian bersifat senang melayani dan membuat orang lain merasa senang. Mereka sangat pandai menanggapi percakapan dengan menyesuaikan kerangka berpikirnya dengan orang lain. Mereka jarang menunjukkan ketidaksetujuannya terhadap kondisi yang menurutnya tidak tepat. Mereka lebih suka berjalan memutar dan secara tidak langsung menunjukkan ketidaksetujuannya. Mereka adalah orang-orang yang ingin selalu memelihara hubungan baik. Langkah itu membuat mereka menjadi orang-orang yang mudah bergaul dan disenangi oleh banyak orang karena keramahannya.

Kemampuannya ini peneliti pahami terasah dari latar belakang mereka yang rata-rata aktif berorganisasi, atau setidaknya mereka mempunyai kelompok teman bermain atau kalangan pergaulan yang cukup luas. Pengalaman ini tentulah membawa dampak baik langsung maupun tidak langsung, ketika mereka harus berhadapan dan mengelola orang-orang dengan beragam karakter, yang bekerja membantu usahanya.

Mengelola orang bagi mereka bukanlah suatu kegiatan yang baru atau aneh. Bahkan ada informan yang menyebutkan bahwa mengelola pekerja terutama perempuan itu “seru”! Banyak aspek yang harus ditimbangny sebelum berbuat atau melakukan tindakan. Ada pula sebagian dari informan yang lebih suka bergaul dan mengelola usaha bersama laki-laki daripada dengan perempuan. Menurutny, laki-laki mudah memahami maksud pembicaraan dan tidak mudah berprasangka sehingga tidak mudah tersinggung, seperti yang biasa terjadi dengan perempuan pada umumnya.

Ketika para informan menghadapi konsumennya, mereka akan sangat luwes bergaul dalam berbagai kalangan, apakah itu orang yang kaya memiliki banyak uang ataupun tidak. Semua mereka perlakukan dengan baik. Salah satu diantaranya konsumen pernah berbisik, berbicara pelan kepada peneliti dengan menggunakan bahasa Jawa ketika informan peneliti sedang menerima telepon di ruangan lain.

Ketika itu, konsumen tersebut melihat peneliti menggunakan logat dan sedikit bahasa Jawa yang biasa digunakan sebagai bahasa sehari-hari oleh informan tersebut. Mungkin saat itu konsumen yang datang tersebut mengira peneliti ini saudara atau barangkali orang yang dipercaya, bukan orang lain bagi informan (biasanya pelayanan dilakukan eksklusif berdua saja, karena menyangkut benda berharga) ;

“Saya suka datang ke sini, Mbak “A” ini sangat telaten meladeni saya yang sudah tua. Saya suka mengumpulkan barang-barang yang kuno. Saya tahu dia suka barang kuno dan bisa dibuat lagi jadi barang bagus!”

Dari pengamatan peneliti pada saat itu, bila peneliti berada pada posisi informan, tentunya peneliti sudah tidak sabar, karena konsumen ini cenderung *rewel*, mungkin karena usianya yang sudah tua. Namun informan peneliti ini memang benar-benar telaten, cekatan menanggapi dan memberikan solusi mengenai sehingga si konsumen tidak lagi terlalu banyak bertanya lagi.

Tak lama setelah itu, informan peneliti menerima seorang pemuda belia yang ingin bertunangan namun tidak memiliki banyak uang. Ia meminta saran dan bantuan dari informan peneliti untuk menentukan apa yang sebaiknya ia berikan

untuk kekasihnya. Informan peneliti ini melayani, menunjukkan dan memberikan apa yang diharapkan pemuda itu, sehingga ia pergi dengan bahagia. Setelah ditelusuri, ternyata keadaan yang seperti itu sering terjadi di tempat usaha tersebut.

Keempat, para informan itu energik, seolah-olah tidak mengenal lelah. Aktivitas mereka tinggi, dari shubuh hingga malam hari. Mereka semua berada kondisi peran ganda, perempuan bekerja yang juga ibu rumah tangga, istri dan juga ibu dari anak-anak. Keadaan ini membuat mereka menjadi sosok yang tidak mudah menyerah dan pandai mengelola usaha sama seperti ia mengatur rumah tangganya.

Mereka terlihat *easy going*, tidak memilih pekerjaan. Lebih baik dikerjakan daripada dipersoalkan. Bagi mereka merupakan suatu keharusan atau kewajiban untuk menguasai keduanya, rumah tangga dan seluk beluk usahanya. Sebelum menyuruh orang lain di bawah telunjuknya, mereka harus terlebih dahulu menguasainya dan mampu melakukannya sendiri. Jangan hanya menjadi orang yang tinggal menyuruh, tapi ia harus menunjukkan bahwa ia mampu menguasai keseluruhan pengelolaan rumah tangga dan usaha, termasuk teknik produksi, pemasaran dan sebagainya.

Sifat mereka yang energik dan *easy going* ini pun tercermin ketika mereka dengan sigap mengurus keperluan anak-anak. Mereka pun tidak keberatan untuk aktif bergabung dan bersosialisasi dengan para orang tua murid, teman anak-anaknya di sekolah. Bahkan mereka seringkali menjadi *pentolan*, memprakarsai dan mengelola berbagai kegiatan sekolah.

Ketika menangani pekerjaan atau tugas dalam produksi usahanya, mereka pun tidak segan-segan untuk turun ke bawah (ke bagian produksi) untuk mengarahkan para pekerjanya. Mereka merasa harus menunjukkan semangat dan *performa* terbaik sehingga tidak ada keraguan dari siapa pun dengan kemampuan dirinya termasuk karyawannya sendiri.

Sifat kelima yang sering muncul adalah keterbukaan hati dan pemikiran para informan (open minded). Mereka bukan orang yang kaku atau berpikir sempit. Karena sifatnya ini, mereka seringkali menjadi tempat diskusi masalah-masalah pekerjanya, apakah itu bersifat pribadi ataupun berkenaan dengan order bisnis.

Mereka cenderung selalu berpikir terbuka dan positif menanggapi segala sesuatu, namun masih berada dalam batas-batas rambu norma masyarakat yang mereka yakini masih harus ditaati dan ditoleransi. Semisal perempuan yang baik adalah mereka yang menggunakan pakaian yang sopan. Bukan berarti mereka mengharuskan pekerjanya berjilbab, akan tetapi berpakaianlah yang sewajarnya dianggap sopan oleh masyarakat seperti tidak menggunakan baju ketat, rok tidak terlalu tinggi sehingga memperlihatkan terlalu banyak bagian paha dan lain sebagainya.

Begitu pula dengan ide kreatif usahanya. Sebagian kecil dari para informan terbuka untuk membicarakan ide kreatif usahanya. Kalaupun ditiru orang lain, menurutnya itu ibadah sosial dan dapat menjadi pemicu baginya untuk berusaha untuk lebih kreatif lagi. Mereka ini menyebut usahanya ini bukan usaha, lebih untuk kesenangan (hobi).

Menurut mereka apa yang dilakukannya itu seringkali sulit dijabarkan dengan rasio. Mereka lebih menjalankannya dengan hati. Merupakan suatu kepuasan bila melihat *user* atau penikmat produksinya (konsumen) itu senang. Meskipun demikian, bukan berarti mereka tidak mencari untung, yang terpenting jangan sampai usahanya merugi.

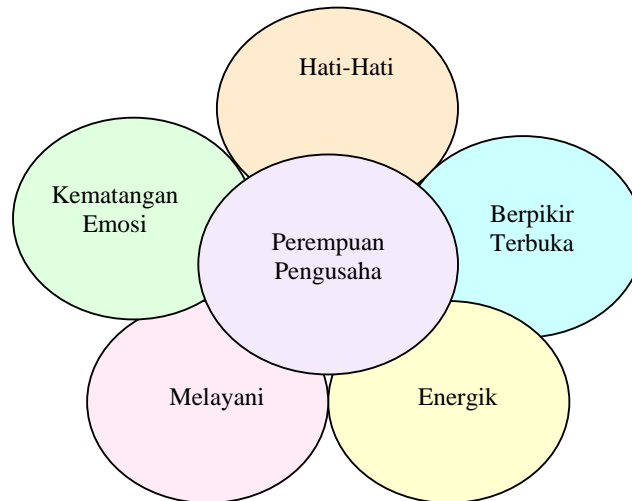
Sementara itu bagi sebagian lainnya tidaklah demikian. Ada yang mengakui khawatir idenya dicuri orang. Ide adalah sesuatu yang paling penting dalam usaha, maka ia tidak mau terlalu terbuka mengenai rahasia dapur perusahaannya.

Sebagian kecil dari mereka sudah mendaftarkan hasil karyanya yang memberikan konsekuensi bahwa orang lain tidak boleh sembarangan meniru. Bila pun tidak mendaftarkan, setidaknya mereka sudah memikirkannya secara profesional imbalan yang seharusnya mereka terima akibat perlakuan orang lain yang dapat merugikan diri dan usahanya.

Karakter personal di atas menjadi suatu tipikal kepribadian yang biasa dimiliki oleh seorang perempuan pengusaha. Tidak ada perempuan pengusaha yang benar-benar ideal memiliki kelima karakter ini dalam kadar yang sempurna. Karakter ini berbeda dalam kadar kualitasnya. Ada yang lebih banyak, sedang dan atau sedikit. Latar belakang personal merekalah yang lebih menentukannya.

Latar belakang kehidupan mereka tidak ada yang sama, masing-masing memiliki keunikan sendiri. Perbedaan kadar karakter ini menentukan bagaimana mereka mengelola bisnis dan pandangannya terhadap pemberdayaan perempuan

pekerja yang membantu jalannya usaha. Karakter personal perempuan pengusaha ini dapat dirangkum dalam gambar 5.1 berikut ini :



Gambar 4.5 Karakter Perempuan Pengusaha

Telaah hasil penelitian juga menunjukkan bahwa para informan menjalankan bisnis usahanya dengan memegang prinsip-prinsip yang bersumber pada agama, budaya dan pengalaman hidup yang pernah dilaluinya baik itu secara formal maupun informal. Mereka pun memiliki karakter dominan yaitu berpikir terbuka, hati-hati, memiliki kematangan emosi, melayani, dan energik.

Prinsip dan karakter yang dimiliki perempuan pengusaha seolah menjadi budaya organisasi yang dikonstruksinya dalam organisasi usahanya. Siapa saja yang tergabung dalam organisasi usaha tersebut, termasuk pekerja perempuannya, sudah sepantasnya menerima dan mengimplementasi konstruksi sosial yang dibangun tersebut.

Prinsip dan karakter ini agak berbeda dengan ciri pengusaha yang diungkapkan Meredith pada Bab 2. Ia menyebutkan bahwa seorang pengusaha memiliki kepercayaan diri, berorientasi tugas dan hasil, pengambil resiko, bertingkah laku memimpin, mengutamakan orisinalitas dan berorientasi ke depan. Para informan selaku perempuan pengusaha dalam penelitian ini tidak menunjukkan bahwa mereka adalah pengambil resiko. Mereka justru sangat selalu berusaha untuk hati-hati sehingga dianggap lamban. Langkah mereka seringkali dianggap lebih pendek dari laki-laki. Para informan pun tidak dengan tegas bertingkah laku seolah sebagai seorang pemimpin. Mereka cenderung menunjukkan kelincahan dan kegesitan mereka dengan lebih bertingkah laku melayani daripada dilayani.

Salah satu cara untuk mengetahui bagaimana tindakan perempuan terhadap perempuan lagi adalah dengan menelaah bagaimana seorang perempuan memimpin perempuan yang menjadi pekerjaanya atau pegawainya. Tindakan memimpin ini tidak terlepas dari berkomunikasi. Kemampuan berkomunikasi ini merupakan suatu kemampuan yang *inherent* pada diri setiap manusia. Manusia adalah makhluk sosial, karenanya ia akan selalu terlibat dalam interaksi dengan manusia lain yang berada di sekitarnya. Dalam berinteraksi ini ia berkomunikasi untuk dapat memenuhi kebutuhannya.

Penelitian ini dilakukan untuk menyelami lebih mendalam bagaimana komunikasi kepemimpinan seorang perempuan pengusaha yang difokuskan pada pemberdayaan perempuan pekerjaanya. Komunikasi yang dilakukannya ini tidak

mungkin akan dapat mencapai tujuan bila ia tidak mampu mengarahkan para partisipan komunikasi untuk mengerti dan memahami apa yang diharapkan.

Kegiatan komunikasi pemberdayaan ini tidaklah dapat dipandang sederhana. Komunikasi melibatkan bagaimana ia menginterpretasi dunia sosialnya dan membentuk serta mengarahkan apa yang disampaikan melalui komunikasi yang dilakukannya tersebut agar menghasilkan sesuatu yang sesuai dengan harapannya.

Pemberdayaan sendiri menekankan pada pengembangan diri dengan berdasarkan pada kemampuan atau potensi unik yang dimiliki masing-masing individu. Untuk mendapatkan pengarah dan hasil yang terbaik, pemberdayaan ini perlu difasilitasi melalui seorang pemimpin.

Kapabilitas seorang pemimpin seringkali dilihat dari bagaimana kemampuannya berkomunikasi. Ia akan dianggap handal bila mampu menunjukkan tindakan komunikasi kepemimpinannya sehingga para pekerjanya dapat memberikan kontribusi karya terbaiknya dalam usaha. Ini berarti ia dapat mempersatukan langkah tiap-tiap orang dalam satu barisan yang solid.

Sekilas pemberdayaan perempuan dapat diidentifikasi dengan banyaknya jumlah perempuan yang bekerja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah bukan merupakan indikator baku. Jenis dan kondisi keuangan usaha menentukan jumlah perempuan yang para informan pekerjakan, namun selain itu masih terdapat aspek lain yang lebih menjadi pertimbangan yaitu pandangan, penilaian dan makna para informan terhadap perempuan lain. Masalah ketimpangan gender

yang umumnya dialami oleh perempuan ternyata sedikit banyak berdampak pada bagaimana para informan memandang perempuan lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti membedakan lingkup pusat perhatian para informan berdasarkan kecenderungan yang peneliti identifikasi ketika berinteraksi dengan mereka. Peneliti membagi lingkup perhatian tersebut dalam tiga area utama, yaitu area kecenderungan perhatian pada dirinya sendiri, area kecenderungan perhatian pada perempuan lain, dan area kecenderungan netral.

Para informan yang cenderung berada pada kategori lingkup perhatian pada dirinya sendiri bersifat egosentris. Sejak kecil ia sudah diajarkan untuk memacu potensi diri. Mereka yang berada pada kategori ini terbiasa berkompetisi tidak hanya dengan laki-laki tetapi juga perempuan.

Implikasi kategori ini adalah mereka ini tidak terlalu mempersoalkan mengapa ia mengambil pekerja laki-laki dan atau perempuan. Yang menjadi ukuran adalah apakah pekerjajanya itu dapat dipercaya terutama dalam mengemban tugas dan tanggung jawab yang diberikan. Para informan dalam kategori pertama ini cenderung memandang perempuan bukanlah sebagai perempuan yang senasib dengannya. Ia melihat perempuan lain adalah orang lain, sama dengan ketika ia menilai laki-laki. Mereka adalah “orang lain” dalam hidupnya.

Perempuan lain dapat saja menjadi teman, namun dapat juga suatu waktu menjadi lawan yang justru dapat menghalangi kemajuan usahanya. Oleh karena itu mereka lebih bersikap waspada menghadapi perempuan tetapi bukan berarti memusuhi. Keadaan ini dapat terlihat dari kenyamanannya yang lebih senang

berada diantara laki-laki daripada perempuan. Ia lebih senang berkawan dengan laki-laki daripada dengan perempuan.

Sementara itu para informan yang cenderung berada pada kategori lingkup kecenderungan kedua lebih memperhatikan orang-orang yang berada di sekitarnya, yang tidak hanya laki-laki tetapi juga perempuan. Mereka lebih berjiwa sosial. Meskipun tidak langsung terjadi pada dirinya, sejak kecil mereka telah melihat banyak contoh keprihatinan yang dialami orang lain. Meskipun demikian bukan berarti mereka secara otomatis mempekerjakan perempuan.

Bila penilaian para informan terhadap perempuan pekerja itu positif, maka ia akan memaknai keberadaan perempuan sebagai mitra kerja. Ia akan senang mempunyai pekerja perempuan dan menempatkannya sebagai orang yang “membantu” mengantarnya kepada kesuksesan.

Selain itu, informan pada kategori ini mengambil pekerja perempuan dan laki-laki berdasarkan pertimbangan kebutuhan usaha, tapi masih lebih bersifat relatif. Mereka merekrut pekerja lebih karena melihatnya sebagai orang yang sudah lama dikenalnya, seperti saudara, teman dekat. Mereka juga bisa saja merekrut orang karena referensi orang lain dan atau karena tidak tega, terenyuh dengan “teriakan minta tolong” dari kenalan atau orang-orang yang sudah lama ikut bekerja dengannya.

Kemudian, informan yang berada pada area kecenderungan perhatian netral, lebih konsisten memilih pekerja laki-laki atau perempuan berdasarkan kebutuhan usahanya. Bila pekerjaan itu dirasakannya kasar, maka ia akan menempatkan laki-laki untuk posisi tersebut. Sebaliknya, bila pekerjaan itu

dirasakannya memerlukan kehalusan, maka posisi tersebut akan banyak diberikan kepada perempuan. Meskipun demikian bisa saja posisi itu berbalik. Penempatan laki-laki maupun perempuan lebih pada pertimbangan keahlian dan keterampilan masing-masing.

Ada juga informan dalam kategori ini yang mengambil atau mempekerjakan perempuan karena permintaan konsumen. Mereka tidak terlalu mengutamakan mengambil pekerja perempuan karena menurutnya usahanya ini bukan pekerjaan perempuan. Meskipun demikian, bila itu permintaan konsumen, ia akan menyediakannya. Mereka ini sangat mempertimbangkan konsekuensi sosial bila ia mengambil pekerja perempuan. Mereka tahu apa kekurangan dan kelebihan merekrut perempuan dan laki-laki untuk bekerja dengannya. Apa yang mereka ketahui itu membuat mereka senantiasa berusaha mengantisipasi agar jangan sampai negatif efeknya menghambat usahanya.

Sementara itu, informan penelitian yang menilai perempuan secara negatif, akan memaknainya sebagai lawan atau *rival*. Ia akan hampir selalu memberikan reaksi kurang menyenangkan terhadap perempuan. Kewaspadaan ini lebih tinggi daripada penilaian positif terhadap perempuan. Jurang pemisah diantara informan dan pekerjanya lebih lebar. Ke"aku"an informan sebagai pemegang kendali terlihat lebih jelas dan nyata. Para informan memberikan pengawasan yang sangat tinggi terhadap pekerjanya.

Para informan ini memahami perempuan pekerja sebagai orang yang mudah tersinggung dan lebih sulit untuk diajak bekerjasama dibandingkan laki-laki. Kalau boleh memilih, mereka lebih suka mempekerjakan laki-laki. Menurut

mereka, laki-laki lebih mudah diarahkan dan tidak suka memendam rasa. Meskipun memiliki sifat dasar yang demikian itu, para informan tetap membutuhkan tenaga dan kemampuan perempuan untuk membantu usahanya.

Lain lagi dengan informan penelitian yang memandang perempuan dalam kadar penilaian yang netral. Reaksi emosi yang timbul tidak terlalu ekstrim. Mereka tidak menunjukkan perasaan senang atau pun benci dengan perempuan pekerja. Informan melakukan kegiatan tarik ulur. Ada saatnya ia dekat dan ada saatnya pula ia membuat jarak dengan perempuan pekerjanya.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa para informan tidak menerapkan pengelolaan pemberdayaan sumber daya manusia ini secara kaku. Para informan melakukannya dengan berlandaskan pada aturan yang bersifat relatif dan kondisional. Suatu waktu bisa saja berubah. Aturan-aturan tersebut jarang ditetapkan secara sehingga seringkali mereka menyebutnya sebagai organisasi informal atau usaha informal. Faktor pribadi dari pemilik disini sangat menentukan bagaimana kebijakan-kebijakan yang diambil. Organisasi usaha yang dibangun seperti layaknya cermin dari kepribadiannya.

Peneliti menarik dua perbedaan orientasi kepemimpinan pemberdayaan perempuan pekerja yaitu pertama pengorganisasian sosial dan kedua berdasarkan pekerjaan. Orientasi-orientasi kepemimpinan ini tidaklah diimplementasikan secara kaku. Ada kalanya diberlakukan silih berganti, atau dapat saja bersamaan tergantung pada pertimbangan situasi dan kondisi yang terjadi di tempat usaha masing-masing.

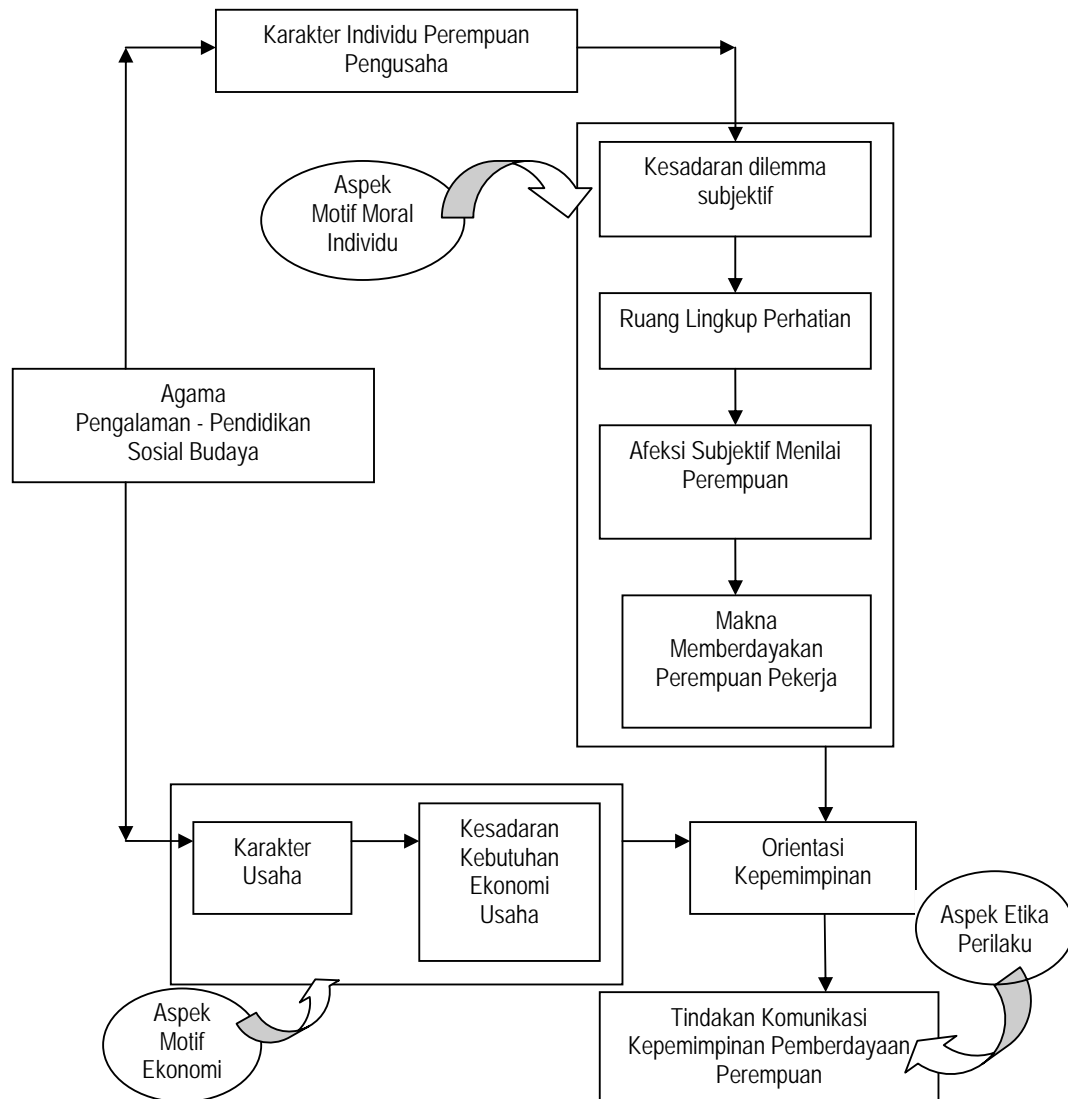
Perempuan pengusaha berupaya untuk membangun konsep miniatur kepemimpinan dalam organisasi usahanya. Para informan bukan hanya bertindak sebagai manajer atau pengelola usaha saja, akan tetapi juga bertindak sebagai pemimpin yang menguasai apa saja yang berada dalam usahanya termasuk para pekerjanya. Mereka bertugas menentukan segala sesuatu yang berkenaan dengan keberlangsungan usaha dan berupaya untuk memastikan bahwa orang-orang yang berada di bawah kuasanya, yaitu perempuan pekerjanya. Ia ingin mereka tunduk dan menaati apa yang telah ditentukannya. Dengan demikian laju perahu perusahaan dapat terkendali dengan baik.

4.2.1.4 Tindakan Komunikasi Kepemimpinan Pemberdayaan Perempuan

Untuk mengetahui bagaimana seorang perempuan pengusaha memimpin, tidak akan cukup hanya dengan meneliti tindakan-tindakan komunikasi yang dilakukan berdasarkan apa yang dapat diobservasi dengan indera atau yang dapat diidentifikasi secara nyata. Gambaran kepemimpinan yang menyeluruh akan diperoleh bila dilengkapi dengan pemahaman dan interpretasi pandangan kesadaran subjektif perempuan tersebut.

Tindakan komunikasi dalam konteks kepemimpinan perempuan pengusaha memberdayakan perempuan pekerja tidaklah terjadi begitu saja. Banyak aspek yang melatarbelakanginya. Terdapat dua aspek yang terlihat dominan, yaitu aspek moral individu dan aspek kesadaran ekonomi. Aspek moral menekankan pada apakah suatu tindakan itu baik atau buruk untuk dilakukan. Sementara aspek kesadaran ekonomi berkenaan dengan kesadaran untung dan rugi

menjalankan perputaran usaha. Membangun usaha tidak akan terlepas dari hukum-hukum atau aturan yang menaunginya.



Gambar 4.6

Pemaknaan Subjektif Tindakan Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Pengusaha Memberdayakan Perempuan Pekerja

Aspek moral dan kesadaran ekonomi ini berangkat dari kesadaran-kesadaran subjektif masing-masing informan. Mereka mempunyai pemahaman dan pemaknaannya sendiri-sendiri yang terkait dengan masa lalu atau pengalaman-pengalaman yang pernah dilalui. Manusia tidak ada yang sama sehingga sangatlah unik. Perwujudan tindakan-tindakan yang dilakukannya pun dapat berbeda-beda. Apabila tindakan itu terlihat sama atau memiliki kemiripan, titik berangkat atau pandangan mengapa mereka melakukan tindakan tersebut berbeda-beda. Dengan kata lain sosio historis kehidupan masing-masing orang tidak pernah sama.

Para informan menyadari bahwa usahanya ini tidak akan memberikan manfaat lebih apabila hanya mengandalkan aturan ekonomi. Tidak selamanya untung dapat diperoleh dengan uang. Mereka merasa harus mengembangkan dan memajukan pekerjajanya agar usahanya dapat terus maju. Sebagai contoh dari pihak *buyer*, terutama dari luar negeri. Keputusan membeli akan diberikan kepadanya bila ia mampu membuktikan bahwa pekerjajanya memberikan kontribusi yang baik bagi produksi usahanya.

Para informan pun menyadari bahwa bila hanya dengan menyandarkan pada asas untung rugi, dan menempatkan pekerjajanya sebagai pelaku ekonomi tanpa melihatnya secara utuh, tidak akan membuahkan hasil maksimal bagi kemajuan usahanya. Agama, pengalaman hidup dan norma masyarakat telah mengajarkan mereka bagaimana memperlakukan seorang perempuan. Semua itu mendasarinya untuk menilai dan menimbang pengalaman demi pengalaman yang dilaluinya. Pengalamannya bermasyarakat, terutama berkenaan dengan perannya

sebagai perempuan, dimana ia harus mematuhi aturan dan norma di masyarakat, baik itu yang menyenangkan maupun yang tidak mengenakan, terakumulasi dalam kesadarannya. Akumulasi inilah yang membentuk pemaknaan sendiri ketika menyikapi perempuan lain. Hasil penelitian dapat menelusuri gambaran tersebut sebagaimana terurai dalam gambar 4.6

Peneliti mengidentifikasi dua kecenderungan orientasi kepemimpinan yang dikonstruksi oleh para informan ketika memberdayakan perempuan pekerjaanya, yaitu pengorganisasian sosial dan pekerjaan. Orientasi kepemimpinan ini terimplementasikan dalam berbagai tindakan komunikasi yang berulang.

Pada orientasi kepemimpinan yang pertama, yaitu pengorganisasian sosial, para informan memberdayakan perempuan pekerjaanya dengan membangun rasa kebersamaan yang dipacu untuk menguatkan dan mengeratkan ikatan emosional. Rasa kebersamaan ini tidak dilandaskan atas dasar senasib dan sepenanggungan sebagai manusia yang dimarjinalkan di masyarakat. Rasa kebersamaan ini berlandaskan pada semangat ekonomi dengan memanfaatkan sisi-sisi kebiasaan perempuan.

Dalam rangka usaha ini, para informan berusaha membangun kesamaan pandangan atau wawasan terhadap diri perempuan pekerjaanya. Para informan mengarahkan perempuan pekerjaanya agar mampu menghargai diri mereka sendiri untuk menjadi perempuan yang memiliki moral dan martabat serta dapat diandalkan untuk memajukan usahanya dan bukan untuk menjadi permasalahan dalam usaha.

Dari sudut pandang ekonomi, bagi para pengusaha memiliki pekerja perempuan cenderung lebih beresiko daripada memperkerjakan laki-laki. Misalnya salah satu contoh kasus informan yang hampir selalu diamanatkan oleh orang tua perempuan pekerjanya untuk mengajari anak-anaknya itu menjadi perempuan yang tahu bagaimana harus bekerja, bersikap dan bertingkah laku.

Sementara itu, pada orientasi kepemimpinan yang kedua, berdasarkan pekerjaan, para informan memberdayakan perempuan dengan mengembangkan kemampuan diri mereka masing-masing. Para informan berbagi ilmu dengan para pekerjanya dan memberikan tugas dan tanggung jawab usaha atau produksi sesuai minat dan kemampuan mereka masing-masing.

Pada orientasi ini, pemberdayaan perempuan dilakukan melalui pendidikan ketrampilan atau melalui *transferring* ilmu. Para informan memberikan tugas-tugas sesuai kemampuan yang dimiliki oleh masing-masing pekerja sehingga lebih mudah untuk dilakukan oleh para informan. Mereka dapat menentukannya dengan mempertimbangkan kemampuan pekerja, latar belakang pendidikan yang dimiliki, pengalaman bekerja atau dengan berdasarkan pada kebiasaan-kebiasaan perempuan yang bekerja padanya.

Perempuan pengusaha yang memaknai perempuan pekerjanya sebagai mitra atau menjadi sekedar alat tidak menunjukkan suatu kecenderungan orientasi kepemimpinan tertentu. Mereka hampir seimbang mengorientasikan kepemimpinan baik itu melalui pengorganisasian sosial maupun pekerjaan. Sementara perempuan pengusaha yang memaknai perempuan pekerja sebagai rival cenderung lebih memimpin berdasarkan pekerjaan daripada

pengorganisasian sosial. Orientasi-orientasi kepemimpinan ini tidak berjalan sendiri-sendiri tetapi selalu berjalan bersamaan.

4.2.1.5 Karakter Perempuan Pengusaha Berkomunikasi Memimpin Pemberdayaan Perempuan Pekerja

Implikasi dari orientasi pemberdayaan ini tergambar dari ketrampilan informan berkomunikasi yang cukup bervariasi. Sekilas apa yang diutarakan informan memang terdengar kejam. Padahal sebenarnya mereka itu hanya terbiasa berbicara tegas dan lugas, atau bahkan disampaikan dengan nada datar atau hampir tanpa menunjukkan emosi.

Bila diperhatikan lebih jauh pun sebenarnya mereka memiliki kecenderungan untuk berbicara dengan artikulasi yang jelas dan sangat hati-hati tetapi bukan berarti bertele-tele. Mereka sangat menjaga perasaan orang yang diajak bicara.

Para informan memahami perempuan pekerjanya rata-rata berasal dari pelosok desa yang memiliki pendidikan rendah. Mereka berupaya untuk berbicara pada konteks level yang lebih rendah dari yang biasa dilakukannya atau *low context*. Artinya bila berkomunikasi dengan perempuan pekerjanya, mereka tidak memerlukan “bahasa tinggi”, cukup sederhana saja, jelas dan tidak berbelit-belit, atau langsung mengenai sehingga mudah dipahami dan senantiasa menjaga agar jangan sampai pembicaraannya ini menyakitkan hati.

Meskipun bagi masing-masing informan tindakan komunikasi yang dilakukan berbeda-beda, namun setelah peneliti pelajari, baik dari interpretasi

hasil wawancara maupun pengamatan, bentukan-bentukan tersebut terpola. Berdasarkan kekerapan tindakan itu muncul ketika merespon lingkungan, peneliti berusaha menggolong-golongkannya dan memaknainya sebagai suatu karakteristik personal perempuan pengusaha informan penelitian.

Berdasarkan gejala yang dapat dikenali, peneliti berusaha menarik esensinya dan menggolong-golongkannya sehingga diperoleh derajat kedua kedua dari tindakan-tindakan komunikasi tersebut. Pada prinsipnya cara atau tindakan komunikasi kepemimpinan para informan memberdayakan perempuan pekerja adalah menciptakan komunikasi terbuka, mementingkan proses “mendengarkan”, mempersuasi, memfasilitasi, dan mengutamakan komunikasi dengan cara berdialog.

Ciri komunikasi kepemimpinan pemberdayaan perempuan yang pertama adalah cenderung menciptakan komunikasi terbuka. Keadaan atau suasana terbuka yang dibangun ini dimaksudkan agar para pekerja perempuan merasa “betah” bekerja dengannya. Para informan beranggapan bahwa bila kebutuhan “berbicara” perempuan pekerjanya itu ditanggapi dengan baik, maka mereka akan merasa bahwa dirinya diperhatikan.

Bila perempuan pekerja merasa diperhatikan, maka ia akan merasa kehadirannya “dianggap” atau “diakui”. Lebih lanjut para pekerja akan berusaha bekerja sebaik-baiknya sehingga dapat menjaga kepercayaan pimpinannya. Keadaan yang demikian ini tentu sangat kondusif bagi kegiatan usaha. Apalagi bila mengingat bahwa kepercayaan bagi para informan adalah faktor yang sangat penting.

Upaya ini dilakukan lebih karena para informan memahami bahwa mereka belum mampu mensejahterakan perempuan pekerjanya secara materi. Gaji atau upah yang dapat mereka berikan sebagai imbalan tidaklah seberapa. Kondisi keuangan usaha mereka belum mampu memenuhi standar kesejahteraan seperti upah minimum regional seperti yang telah ditetapkan pemerintah. Semua informan mengaku bahwa untuk bertahan dalam kondisi krisis ekonomi demikian ini, atau mempertahankan agar *cash flow* usaha agar dapat berjalan terus, sudah merupakan kemajuan yang bagus. Mereka dapat dapat membayar gaji atau upah setiap bulannya tanpa ada keterlambatan.

Merupakan komitmen bagi diri informan bahwa bila sudah memiliki pekerja, berarti sudah menjadi kewajibannya untuk selalu memberikan gaji tetap waktu. Apa pun yang terjadi dengan kondisi usaha, mereka harus tetap dapat membayar pekerjanya.

Selain itu mereka juga harus terus berusaha untuk memenuhi kebutuhan kesejahteraan selain gaji atau upah kepada para pekerjanya walaupun jumlahnya lebih kecil, seperti uang makan, biaya transport, uang lembur, hasil bagi atau bonus keuntungan usaha, hingga mendaftarkan pekerjanya menjadi anggota koperasi simpan pinjam. Mengikutsertakan pekerjanya sebagai anggota jamsostek masih dirasakan terlalu berat. Bila menjadi anggota koperasi, setidaknya pekerja mereka “sedikit” tersejahterakan bilamana membutuhkan uang untuk suatu keperluan daripada pekerjanya terus menerus tergantung pada usahanya atau meminjam uang darinya.

Sadar akan kondisi kemampuan keuangan usahanya, para informan berusaha untuk memenuhi sisi kebutuhan lain dari perempuan pekerja, yaitu keinginan untuk berbicara, bercakap-cakap atau mengobrol tentang berbagai kegiatan yang merupakan salah satu khas perempuan. Membuka kesempatan selebar-lebarnya bagi perempuan pekerja untuk berbicara dan bercerita tentang berbagai aspek yang umumnya berkenaan dengan diri pribadi mereka masing-masing merupakan cara agar mereka dapat bekerja dengan tenang.

Komunikasi terbuka biasanya dapat terjadi pada komunikasi yang bersifat informal. Lagipula, boleh dikatakan bahwa hampir tidak pernah para informan membangun komunikasi formal dengan pekerjanya. Di mana ada kesempatan, para informan selalu melakukannya. Kegiatan seperti ini membuka peluang bagi mereka untuk mengetahui lebih jauh tentang perempuan pekerjanya sekaligus mengukur derajat kepercayaan mereka.

Sebagian besar dari informan melakukannya dengan bahasa daerah agar menjadi lebih akrab. Selain itu untuk mendekatkan diri, sepertinya sudah menjadi kewajiban bagi para informan untuk mengingat nama orang per orang pekerjanya dan menjaga rahasia latar belakang masing-masing pekerjanya. Para pekerja diberikan kesempatan luas untuk bercerita, namun agaknya tidak demikian bagi para informan yang justru cenderung selektif menceritakan sesuatu tentang dirinya kepada mereka.

Nampaknya pembinaan iklim komunikasi terbuka ini tidaklah dimaksudkan untuk membangun hubungan setara. Keadaan ini dapat terlihat ketika para informan memanggil pekerja perempuannya. Misalnya menurut

budaya Jawa atau Sunda, panggilan untuk menghormati atau sopan biasanya dilakukan dengan menyebut kata “mbak” atau “teh”, meskipun usianya lebih muda. Panggilan seperti ini tidak peneliti temukan di lapangan. Umumnya bila tidak menyebut langsung nama panggilan, para informan memanggil para pekerjanya dengan sebutan “kamu”.

Ada pula sebagian perempuan pengusaha yang mengkonstruksi pesan komunikasi kepemimpinannya ini dengan berusaha mengingat satu per satu nama pekerja-pekerja perempuannya. Mereka berusaha memanggil para perempuan pekerjanya ini dengan namanya masing-masing. Panggilan nama ini hanya merupakan salah satu usaha untuk memberikan kesan bahwa perempuan pengusaha sebagai majikan juga ingin membangun hubungan kedekatan atau keakraban. Meskipun demikian, keadaan tersebut tidak terjadi seterusnya. Panggilan itu hanya di awal percakapan saja, selanjutnya perempuan pengusaha memanggilnya dengan kata “kamu”. Pada dasarnya “jarak” diantara keduanya itu tetap terbangun.

Ciri kedua karakter berkomunikasi para informan adalah berusaha untuk selalu “mendengarkan”. Mendengarkan disini bukan berarti mendengar saja akan tetapi lebih kepada kegiatan menyimak dan berusaha untuk memaknai apa yang didengarkan. Mendengarkan di sini lebih kepada cara untuk memahami apa yang ada dibalik yang diucapkan dan juga untuk mengetahui bagaimana cara pandang atau berpikir perempuan pekerjanya.

Mendengarkan membuat para informan mengetahui apa yang sebenarnya dibutuhkan dan apa yang ada dibalik itu sehingga mereka dapat menentukan

langkah lebih lanjut yang perlu dan tidak perlu dilakukan. Para informan tidak terlalu menyukai cerita yang mendayu-dayu, penuh haru, atau apalagi yang berkenaan dengan kebutuhan uang yang ujung-ujungnya pinjam uang, meskipun itu diakuinya sulit untuk dihindari. Selalu saja ada pekerjajanya yang mengeluh membutuhkan uang.

Ketika mendengarkan, para informan nampak mengandalkan intusinya atau perasaannya. Kadang mereka tidak dapat menjelaskan mengapa ia memutuskan untuk melakukan sesuatu yang terlihat irrasional. Meskipun demikian, sebagian besar informan menjelaskan bahwa mereka tidak mungkin terlalu mengandalkan perasaan karena seringkali tidak berdasar. Bila tidak sesuai dengan perasaan, mereka lebih suka mengandalkan logika berpikir atau sesuai fakta.

Selanjutnya karakter ciri komunikasi ketiga adalah nafas pesan yang selalu berusaha untuk mempersuasi atau membujuk. Para informan selalu berusaha untuk mengarahkan dan memberikan harapan sehingga para perempuan pekerja terbujuk untuk melakukan tugas atau pekerjaan sesuai dengan yang telah diberikan. Mereka menawarkan berbagai solusi agar perempuan pekerja bekerja dengan baik.

Kegiatan membujuk ini juga bukan perkara mudah. Sebagian besar informan memaknai pekerja perempuan itu sebagai orang yang lebih sulit untuk diajari sesuatu ketimbang laki-laki. Pekerja perempuan lebih sensitif perasaannya. Sedikit saja ada kata yang salah bicara, mereka akan langsung mudah tersinggung.

Memahami yang demikian itu, para informan mengutamakan pesan yang berbunyi ajakan. Mereka jarang menyampaikan pesan yang berbunyi perintah.

Pada area yang rawan, seperti misalnya ketika harus menegur, usaha untuk membujuk agar pekerja perempuan kembali bekerja dengan baik dilakukan oleh para informan dengan mengajukan orang lain untuk melakukannya. Orang ini merupakan orang kepercayaannya. Biasanya orang ini sudah bertahun-tahun ikut bekerja dengan informan atau memiliki hubungan saudara dengannya. Selanjutnya, bilamana perlu ia akan maju berbicara langsung dengan perempuan pekerja dan membujuknya dengan memberikan beberapa solusi. Ada juga informan yang selalu mengandalkan *mobilephone* untuk persoalan menegur. Tampaknya kegiatan tegur menegur dan membujuk tidak boleh menjadi satu karena dikhawatirkan sakit hati karena tersinggung akan menutup hati dan pikiran perempuan pekerja sehingga proses membujuk akan lebih sulit.

Berusaha untuk selalu menjadi fasilitator adalah ciri komunikasi keempat. Kegiatan pemberdayaan yang dilakukan para informan kepada perempuan pekerjanya lebih banyak kepada perihal pekerjaan. Untuk itu mereka akan selalu berusaha menjadi sarana, instruktur bagi perempuan pekerja untuk terampil bekerja sepanjang kegiatan itu sejalan atau menguntungkan usahanya.

Para informan tidak segan melatih para perempuan pekerjanya agar menjadi terampil melakukan tugas dan pekerjaan yang dibebankan. Mereka tidak segan-segan untuk turun langsung melatih. Justru keadaan ini menguntungkan selain membina kedekatan diantara mereka. Dengan demikian para informan

dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan atau potensi yang dimiliki oleh perempuan pekerjanya.

Sebaliknya para pekerjanya pun memiliki peluang untuk mendekati diri dengan majikannya. Bagaimana hasil ia “membaca” keadaan ini menentukan pertimbangannya untuk menentukan tugas dan tanggung jawab yang sebaiknya diemban oleh perempuan pekerjanya tersebut.

Mendidik orang lain agar menjadi pintar juga mempunyai resiko. Dalam usaha, bila orang yang dididik menjadi lebih pintar dan lebih terampil tentu berpotensi akan menjadi pesaing atau kompetitor. Para informan tidak terlalu khawatir bila kemampuannya kemudian dimanfaatkan oleh pekerja perempuan untuk kepentingan mereka sendiri. Mereka yakin karena orang-orang yang bekerja padanya, termasuk perempuan pekerjanya, adalah orang-orang kepercayaan yang sedikit banyak lebih terikat secara emosional dengannya.

Ada pula sebagian informan yang tidak peduli bila ide atau gagasan ketrampilan yang dimilikinya ini ditiru atau dimanfaatkan pekerjanya di tempat lain. Mereka bersikap masa bodoh karena peniru dianggapnya tidak lebih baik daripada yang menciptakan. Mereka yakin setiap hasil karyanya khas dan sulit untuk ditiru. Konsumen pun akan tahu bedanya antara yang asli dan yang palsu. Gudang ide mereka lebih luas dari gudang ide peniru. Meskipun demikian ada juga sebagian informan yang melakukan strategi tertentu dengan mendaftarkan hak cipta atas karya yang telah dihasilkannya.

Ciri kelima adalah mengutamakan komunikasi dialog. Para informan perempuan pengusaha boleh dikatakan hampir tidak pernah melakukan proses

komunikasi dengan menggunakan perantara kecuali sesekali untuk menegur. Mereka menilai organisasi usahanya bukan organisasi yang memerlukan jembatan penyalur (media/sarana) yang menjangkau daerah yang luas.

Komunikasi yang diupayakan untuk selalu berlangsung secara tatap muka ini dimaksudkan agar semua pesan yang disampaikan dapat menjadi jelas. Kesalahpahaman yang biasa terjadi dapat dihindari. Bila pun terjadi, kesalahpahaman itu dapat segera diperbaiki. Mereka tidak melakukan perintah atau perjanjian secara baku ataupun tertulis. Mereka lebih suka melakukannya secara langsung karena akan lebih mudah memantau apakah pesan yang disampaikan itu sudah dipahami benar atau belum oleh para perempuan pekerjanya.

Komunikasi yang diupayakan untuk selalu berlangsung secara tatap muka ini dimaksudkan agar semua pesan yang disampaikan dapat menjadi jelas. Kesalahpahaman yang biasa terjadi dapat dihindari dan dieliminasi, bila pun terjadi dapat segera diperbaiki. Mereka tidak melakukan perintah atau perjanjian secara baku ataupun tertulis. Mereka lebih suka melakukannya secara langsung karena akan lebih mudah memantau apakah pesan yang disampaikan itu sudah dipahami benar atau belum oleh para perempuan pekerjanya.

Para informan tidak menyukai terjadinya konflik dalam “tubuh” mereka sendiri. Mereka tidak mau ada pertentangan atau pertikaian dalam organisasi usaha mereka, baik dengan dirinya atau dengan pekerja lainnya. Dengan berdialog mereka dapat segera mencium permasalahan yang memicu konflik sebelum muncul kepermukaan.

Berdialog membuka kesempatan bagi para informan untuk membangun kedekatan dengan pekerjanya. Kedekatan ini membangun ikatan emosional. Ketika berbicara dengan perempuan pekerjanya, mereka tidak membuat jarak. Jarak berdiri mereka dekat tapi tidak sangat dekat. Sesekali para informan melakukan gerakan-gerakan yang menunjukkan bahwa mereka memperhatikan apa yang disampaikan perempuan tersebut, seperti mengangguk-anggukkan kepala sambil melipatkan kedua tangannya di dada, menggerak-gerakkan jari tangan ketika berbicara, menunjuk-nunjuk atau menatap wajah.

Meskipun demikian, berdasarkan pengamatan peneliti, hampir tidak pernah terlihat para informan menunjukkan emosi tidak suka, atau suka, ataupun tersenyum ketika berbicara dengan perempuan pekerjanya. Mereka tenang dan tidak terlalu banyak berbicara. Mereka pun tidak ramai menginterupsi pembicaraan seperti biasa dilakukannya dengan bersama teman-temannya, seperti kata, “oh”, “hmm”....”ya” dan lain sebagainya. Mereka pun terlihat jarang memberikan sentuhan-sentuhan keakraban seperti menepuk bahu atau merangkul.

Hubungan yang dibina atas dasar kehangatan dan keakraban akan membina terciptanya suasana saling percaya. Keadaan seperti ini sangat menguntungkan sehingga percekocokan yang biasa sering terjadi antar perempuan jarang terjadi. Oleh karena itu setiap keputusan diusahakan selalu dapat memberikan kenyamanan buat semua pihak. Segala keputusan yang diambil akan tidak memerlukan waktu lama untuk disosialisasikan. Bila pun ada yang kurang menyenangkan, para perempuan pekerjanya akan tidak terlalu mempersoalkannya, Mereka akan cenderung pasif dan patuh karena sudah terlibat emosi.

4.2.2 Aspek Etik Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Pengusaha Memberdayakan Perempuan Pekerja

Bagaimana seseorang memimpin itu dapat dilihat dari kemampuannya berkomunikasi. Keadaan ini dapat berlaku dimana saja, baik dalam organisasi kecil maupun besar. Bagi para informan meskipun jumlah pekerjanya tidak banyak, organisasi usahanya ini nampaknya merupakan laboratorium mini mereka mempraktekkan kemampuan memimpin.

Penelitian ini menfokuskan diri pada bagaimana komunikasi kepemimpinan para informan, yang berprofesi sebagai pengusaha kecil dan menengah, memberdayakan perempuan pekerjanya. Perempuan boleh dikatakan unik. Dari hasil penelitian diketahui bahwa meskipun sama-sama berjenis kelamin perempuan, belum tentu pemimpin perempuan benar-benar memahami perempuan pekerja. Kesamaan jenis kelamin bukan jaminan keduanya akan saling mengerti. Tidak semua informan menyadari bahwa perempuan tidak dapat diperlakukan sama seperti laki-laki.

Tidak jarang peneliti mendapat pertanyaan atau opini dari informan penelitian yang memandang apa yang diteliti ini picik karena membedakan antara laki-laki dan perempuan. Sementara, dalam pandangan mereka, ia telah berusaha untuk tidak membeda-bedakan pekerjanya dan bertindak seadil-adilnya.

Menanggapi pendapat yang demikian ini saya sebagai peneliti berusaha untuk tidak mencampuri subjektivitas diri saya dengan informan. Keadaan yang demikian ini, dimana peneliti dikritik karena dianggap berat sebelah terhadap

perempuan, justru memberikan peluang yang sangat baik. Dengan tanpa harus mengorek lebih dalam, peneliti dapat mengeksplorasi lebih jauh lagi mengapa pandangan informan menjadi demikian adanya.

Pemberdayaan perempuan tidaklah identik dengan mempekerjakan perempuan sebanyak mungkin. Bila kondisi keuangan tidak memadai, seorang pengusaha tidak mungkin memaksakan merekrut banyak perempuan agar dipandang sebagai orang yang memberdayakan, meskipun jenis pekerjaan lebih cocok dengan tipikal atau stereotipe perempuan.

Begitu pun keadaannya dengan jenis usaha yang digeluti. Bila kondisi keuangan usaha memadai untuk merekrut sebanyak mungkin perempuan namun jenis usaha mencakup pekerjaan-pekerjaan yang dipandang tidak pantas atau cocok untuk dilakukan oleh seorang perempuan, maka keadaan tersebut juga bukan suatu indikasi bahwa mereka tidak melakukan pemberdayaan perempuan. Meskipun demikian nampaknya saat ini merupakan sesuatu yang tidak perlu lagi dilakukan dengan terlalu membeda-bedakan jenis pekerjaan perempuan dan laki-laki.

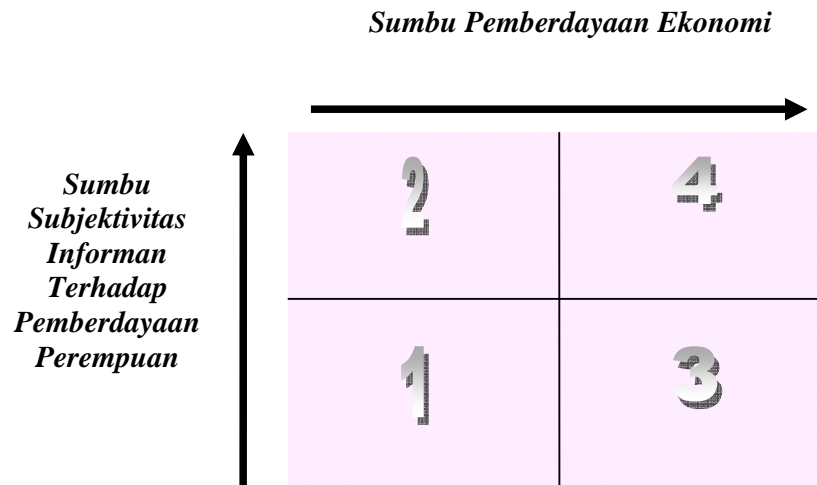
Saat ini memang baik perempuan dan laki-laki telah mendapat kesempatan untuk bekerja pada bidang-bidang yang sama. Hampir tidak ada perbedaan pekerjaan diantara keduanya. Perempuan dapat melakukan pekerjaan yang biasa dilakukan oleh laki-laki seperti menjadi pilot, teknisi, pengemudi dan sebagainya. Begitu pun sebaliknya, laki-laki pun dapat melakukan pekerjaan yang biasa dilakukan perempuan seperti memasak, mencuci dan menjahit. Meskipun

demikian norma budaya Sunda yang bersifat patriarkhi memandang pekerjaan laki-laki dan perempuan itu pada dasarnya berbeda.

Meskipun demikian perbedaan diantara keduanya, laki-laki dan perempuan, tidak perlu dipertajam. Secara biologis keduanya berbeda sehingga dengan demikian sudah selayaknya perlakuan terhadap mereka juga tidak disamakan. Bagaimana pembedaan tersebutlah yang yang menjadi titik perhatian dalam penelitian ini dimana seorang pemimpin, perempuan pengusaha, melakukan tindakan komunikasi terhadap perempuan pekerjanya.

Pemberdayaan lebih berkenaan dengan pengembangan diri dengan berdasarkan pada kemampuan atau potensi unik yang dimiliki masing-masing individu. Untuk mendapatkan pengarah dan hasil yang terbaik, pemberdayaan ini perlu difasilitasi melalui seorang pemimpin. Kapabilitas seorang pemimpin seringkali dilihat dari bagaimana kemampuannya berkomunikasi.

Berdasarkan bagaimana para informan mengkomunikasikan kepemimpinannya ini dalam miniatur konstruksi organisasi usahanya ketika memberdayakan perempuan, kecenderungan yang ada digambarkan dalam area model seperti gambar berikut ini ;



Gambar 4.7
Model Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Pengusaha
Memberdayakan Perempuan Pekerja

Gambar tersebut hanyalah merupakan kecenderungan model komunikasi kepemimpinan yang tidak bersifat kaku antara satu ruang dengan ruang lainnya. Terdapat dua sumbu di sana yang dianggap dominan yaitu sumbu ekonomi dan sumbu subjektivitas informan.

Sumbu ekonomi adalah kadar pandangan informan memahami pemberdayaan ekonomi dalam arti asas untung dan rugi usahanya. Sementara yang dimaksud dengan sumbu subjektivitas adalah kadar pandangan informan memahami etika dan moral memberdayakan perempuan pekerja.

Peneliti memandang bahwa memberdayakan perempuan pekerja lebih berkenaan dengan etika tindakan atau etika perilaku. Memberdayakan perempuan bukanlah persoalan benar atau salah, akan tetapi lebih merupakan persoalan baik dan buruk yang sangat tergantung pada konteks dimana fenomena tindakan ini dilakukan.

Tindakan manusia itu tidaklah terjadi begitu saja. Terdapat proses “menjadi” yang menyangkut beberapa aspek-aspek sehingga tindakan itu terbentuk. Tindakan itu terjadi karena dipicu oleh kesadaran intersubjektif manusia ketika berinteraksi dengan lingkungan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa tindakan manusia itu dapat terwujud sebagai bentuk apresiasinya terhadap pandangan pribadi atau personal manusia itu sendiri dan pandangan subjektif moral atau nilai-nilai yang dipahaminya sebagai aturan bersama (common sense) dengan orang-orang dimana ia tinggal dan hidup bersama.

Etika memberdayakan perempuan ini, sebagaimana tindakan manusia lainnya, dilakukan berdasarkan motif-motif tertentu. Peneliti menggarisbawahi pada motif-motif yang terlihat dominan melandasinya yaitu motif ekonomi dan motif moral individu. Motif ekonomi merupakan bentuk kesadaran subjektif terhadap pemaknaannya atas asas usaha yang dilakukannya untuk mendapatkan uang. Sementara itu motif moral merupakan bentuk kesadaran subjektif terhadap pemaknaannya atas aturan dan norma sosial.

Kedua motif tersebut hidup dan berlayar di atas pengalaman-pengalaman subjektif setiap informan yang bersifat sosio historis. Seiring dengan perjalanan hidupnya, motif ini bukanlah harga mati. Motif ini bisa saja sewaktu-waktu berubah tergantung dari bagaimana pemaknaannya terhadap pengalaman kehidupan yang diarunginya.

Para informan menyadari bahwa mereka berada pada konteks usaha yang sangat dekat dengan masalah untung atau rugi. Keberadaannya ditentukan oleh

mampu atau tidaknya mereka mampu bertahan membangun usaha yang memberikan laba. Bila usaha bisa tetap eksis, mereka akan hidup dan dihargai. Bila tidak demikian, mereka akan dicap tidak mampu, dilecehkan dan akan dilibas oleh para kompetitor, baik pengusaha perempuan atau laki-laki lainnya.

Para informan pun menyadari bahwa ia perlu mengelola orang-orang yang bekerja padanya agar dapat bekerjasama mencapai keuntungan. Dalam pandangan para informan penelitian, keuntungan ini dapat dimaknai berbeda. Bila perempuan-perempuan pekerjanya bekerja dengan baik, tentunya usaha juga akan berjalan dengan baik dan dengan sendirinya mendatangkan keuntungan yang tidak sedikit. Sudah barang tentu keuntungan demi keuntungan akan mengalir untuk sang pemilik usaha. Namun keuntungan yang diperoleh tersebut juga tidak melulu untuk dirinya sendiri, akan tetapi diarahkan juga pada upaya untuk mensejahterakan para pekerjanya.

Para informan tidak berkenan menyebutkan berapa mereka menggaji atau mengupah pekerjanya. Meskipun demikian, mereka mengakui belum mampu untuk memberikan gaji atau upah yang memadai atau minimal sesuai standar gaji buruh yang ditetapkan pemerintah. Nampaknya sebagai gantinya dai kekurangannya itu, mereka melakukan usaha-usaha untuk membuat para pekerjanya merasakan keuntungan-keuntungan non material yang menyertainya.

Para informan berusaha untuk membuat para pekerjanya merasa berdaya dalam arti menemukan sesuatu yang lain, yang tidak dirasakan bila bekerja di tempat lain sehingga pada akhirnya merasa “betah” atau “nyaman” bekerja padanya. Upaya-upaya untuk menyalurkan keuntungan non material inilah yang

unik sehingga memerlukan kepemimpinan tersendiri karena sangat tergantung pada subjektivitas masing-masing individu pemilik usaha.

Tindakan-tindakan yang seperti ini sebenarnya sudah termasuk kepada tindakan pemberdayaan, namun berada pada level yang paling rendah. Mereka memberdayakan perempuan pekerja berdasarkan pada kapasitas dan potensi diri yang dimiliki oleh masing-masing pekerja. Upaya ini bukanlah pekerjaan yang mudah. Tidak ada yang pernah tahu secara persis bagaimana manusia itu. Manusia hanya bisa menduga saja.

Area pertama, pada model ini kadar subjektivitas informan memahami moral dan etika pemberdayaan perempuan pekerjaanya cenderung rendah. Keadaan ini tidak berbeda dengan kadar pemahaman pemberdayaan ekonomi usahanya. Informan tidak terlalu menseseriusi usahanya dan tidak pula menanggapi permasalahan pekerja perempuan terlalu jauh.

Para informan merekrut pekerja dengan dan tanpa terlalu mempertimbangkannya dari segi ekonomi atau sosial. Mereka merekrut pekerja lebih karena pertimbangan dirinya sendiri saja. Ia netral menilai pekerja laki-laki atau perempuan. Yang penting orang itu mampu bekerja sesuai permintaan ketika memang dibutuhkannya.

Bila angin order usaha membutuhkan bantuan, maka ia akan memperkerjakan siapa saja yang dipertimbangkan dapat membantunya. Biasanya orang-orang itu adalah keluarga terdekat, saudara atau tetangga. Dengan demikian orientasi kepemimpinannya cenderung lebih kepada pemberdayaan pekerjaan saja.

Ia cenderung tidak peka sosial. Permasalahan sosial seperti itu tak penting karena *toh* usahanya berjalan aman-aman saja selama ini. Ia lebih mementingkan aktualisasi diri saja. Anak-anaknya sudah cukup besar sehingga tidak perlu ditemani setiap waktu sehingga ia mempunyai waktu luang.

Ia membuka usaha lebih kepada ingin memanfaatkan waktunya saja untuk kegiatan-kegiatan yang positif. Apakah usahanya untung atau rugi adalah bukan sesuatu yang penting. Pengembangan usaha informan pada model area ini seringkali tidak fokus, tergantung *mood*, atau minatnya sendiri.

Informan yang berada pada area model ini melihat proses komunikasi dengan pekerja perempuannya sebagai sesuatu yang tidak terlalu penting. Begitupun ketika berkenaan dengan komitmen pekerja perempuan. Tidak ada pekerja perempuan yang bekerja padanya tidaklah menjadi masalah penting.

Area model kedua, menggambarkan kadar subjektivitas informan memahami moral dan etika pemberdayaan perempuan yang tinggi. Pemahamannya ini membawa konsekuensi pada usahanya. Hampir sama dengan area model pertama, ia tidak terlalu mempertimbangkan apakah usahanya untung atau rugi. Ia lebih menekankan pada misi sosial.

Informan positif sekali menilai perempuan. Orientasi kepemimpinannya sangat sosial. Ia berpikir jauh ke depan atau memiliki wawasan lebih luas. Ia mempertimbangkan dampak-dampak sosial yang terjadi di sekitarnya. Pengalaman demi pengalaman yang pernah dialaminya mengajarkan untuk menimbang perempuan. Baginya, usahanya ini berjalan lebih karena menggunakan hati daripada rasio atau logika berpikir.

Sedangkan area model ketiga menggambarkan kadar subjektivitas informan memahami moral dan etika pemberdayaan perempuan yang tergolong rendah, namun pemahamannya terhadap pemberdayaan ekonomi usahanya tinggi. Ia cenderung kurang positif atau netral menilai perempuan. Yang penting bagi dirinya adalah bagaimana membuat usahanya ini maju dan berhasil serta menghasilkan keuntungan yang tidak sedikit. Perlu ditekankan disini bahwa meskipun demikian, perempuan pengusaha tidak bermental menerabas. Mereka sangat bermoral.

Orientasi kepemimpinan mereka memberdayakan perempuan pekerja cenderung pada masalah pekerjaan saja. Mereka menempatkan perempuan sesuai kebutuhan perusahaan dan pada posisi yang sesuai dengan karakter keperempuanan. Kadangkala mereka netral menilai perempuan, tapi adakalanya juga mereka menilai negatif kepada perempuan untuk menjadi pekerjanya.

Informan-informan yang berada pada model area kedua dan ketiga sama-sama sangat mempertimbangkan bagaimana “orang lain” dalam kehidupannya. Pada model kedua, informan mempertimbangkan memperkerjakan perempuan lebih karena suara hatinya memanggil demikian. Sementara informan pada model ketiga mempertimbangkan perempuan lain lebih karena tuntutan lingkungan, seperti teman, kolega, permintaan *buyer* atau konsumen dan sebagainya. Artinya tidak melulu didorong oleh suara dari dalam dirinya.

Terakhir area model empat, menggambarkan kadar subjektivitas informan memahami etika dan moral pemberdayaan perempuan dan kadar pemahaman pemberdayaan ekonomi yang cenderung tinggi. Ia mengutamakan kepentingan

ekonomi, untung rugi perusahaan, namun itu tidak berarti mereka pasti mengabaikan peranan perempuan pekerja di dalamnya.

Orientasi kepemimpinan mereka hampir seimbang memandang antara pemberdayaan perempuan melalui pengorganisasian sosial maupun pekerjaan. Mereka menempatkan perempuan pada posisi pekerjaan yang memang cocok untuk karakteristik perempuan. Mereka memperlakukan perempuan sedapatnya sejalan dengan stereotipe perempuan pada umumnya dan kesesuaiannya dengan kondisi usaha dan sosial budaya masyarakat.

Model tersebut merupakan abstraksi dari penelitian yang berperspektif subjektif dimana kesimpulan yang diperoleh hanya terbatas pada para informan penelitian saja yang berada di Kota Bandung. Artinya, model tersebut bukan berarti dapat dipergunakan untuk menggambarkan keseluruhan kondisi di lapangan. Model tersebut tak ubahnya seperti suatu pertanda akan adanya kondisi yang demikian. Masih terdapat kemungkinan terdapat bentuk atau model lain yang berbeda, yang tidak ditemui oleh peneliti di lapangan.

Meskipun demikian, model ini dapat memperkaya khazanah teori-teori komunikasi kepemimpinan perempuan pengusaha dalam hal isu pemberdayaan perempuan. Selain itu model tersebut juga dapat memberikan indikasi bahwa kepemimpinan perempuan pengusaha ternyata memiliki keunikan yang justru memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut.

Berdasarkan ciri-ciri atau gejala yang teridentifikasi dapat dipetakan komunikasi kepemimpinan yang mungkin timbul yang disarikan dalam tabel 4.11

Model tersebut hanyalah merupakan suatu kecenderungan yang tidak dapat digeneralisasi untuk setiap kasus.

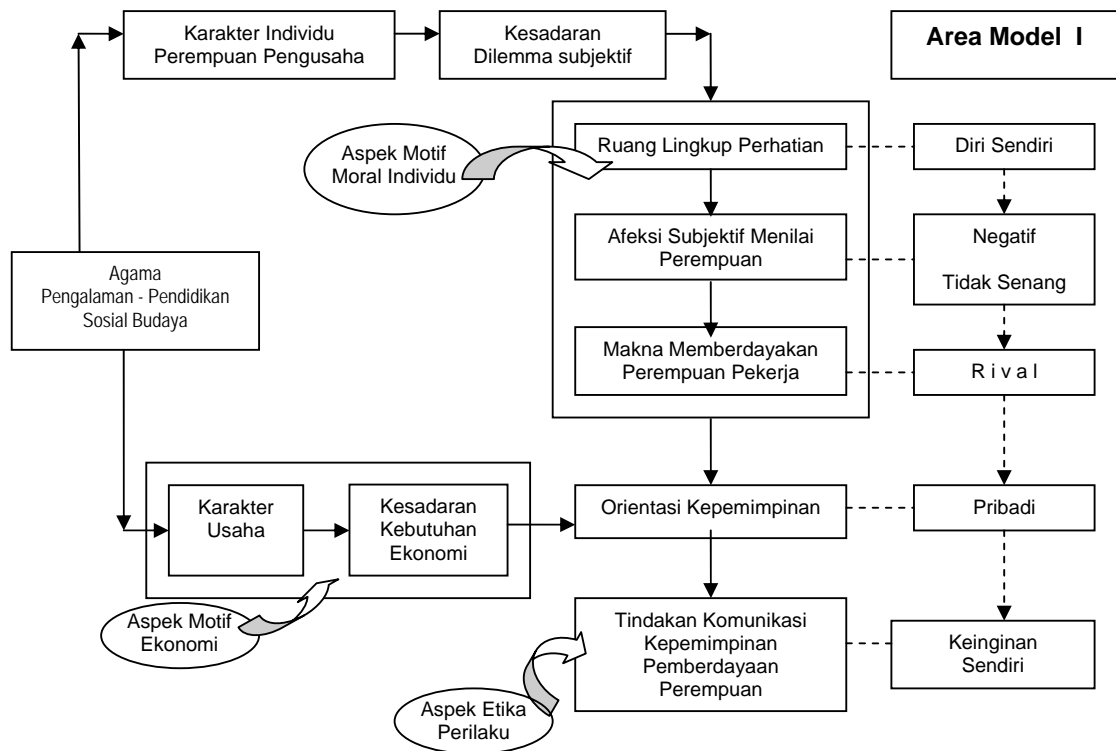
Tabel 4.11
Identifikasi Model Komunikasi Kepemimpinan Perempuan
Pengusaha Memberdayakan Perempuan Pekerja

Area	Ciri/Gejala	Kecenderungan Tindakan Komunikasi Kepemimpinan Pemberdayaan Perempuan
<p>Area 1 Kesadaran tentang pemberdayaan perempuan dan ekonomi rendah</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ingin mewujudkan keinginan sendiri (egois) 2. Kurang peka sosial, lebih mementingkan keinginan sendiri 3. Lebih suka merekrut orang-orang terdekat sebagai pekerja 4. Cenderung negatif menilai pekerja perempuan 5. Melihat pekerja perempuan sebagai ancaman 	<p>Tidak ada kecenderungan tertentu, semua atas nama pribadi. Lebih menuntut orang lain memahaminya ketimbang memahami orang lain</p>
<p>Area 2 Kesadaran tentang pemberdayaan perempuan tinggi, namun pemberdayaan ekonomi rendah</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurang tekun menangani usaha karena lebih menekankan pada misi sosial 2. Lebih peka sosial 3. Mengutamakan pekerja perempuan meskipun tidak terlalu menjadi utama. Yang menjadi misi utama adalah penyaluran welas asih 	<p>Pengorganisasian sosial</p> <ul style="list-style-type: none"> - Membangun kedekatan dengan pekerja dengan memenuhi kebutuhan unik perempuan sebagai manusia - kegiatan komunikasi dikembangkan melalui empati - selalu menghindari konflik - mengutamakan dukungan sosial untuk mencapai kebersamaan
<p>Area 3 Kesadaran tentang pemberdayaan perempuan rendah, namun pemberdayaan ekonomi tinggi</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Orientasi laba/kemajuan usaha 2. Kurang peka sosial 3. Menempatkan pekerja perempuan berdasarkan berdasarkan "permintaan" lingkungan lokal/sekitar 	<p>Pengorganisasian pekerjaan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Membangun kedekatan dengan pekerja melalui pembagian tugas/ tanggung jawab - lebih banyak kegiatan komunikasi untuk koordinasi kerja - mengutamakan kualitas hasil kerja
<p>Area 4 Kesadaran tentang pemberdayaan perempuan dan pemberdayaan ekonomi tinggi</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lebih berorientasi laba 2. Lebih peka sosial tapi masih realistis dalam pertimbangan usaha 3. Mengutamakan pekerja perempuan meskipun tidak terlalu menjadi utama 4. Menempatkan pekerja perempuan lebih berdasarkan pada karakter perempuan dan menyesuaikan dengan norma sosial budaya yang berlaku 	<p>Pengorganisasian sosial dan pekerjaan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Membangun kedekatan dengan pekerja melalui pembagian tugas/ tanggung jawab sekaligus memperhatikan keunikan perempuan - lebih banyak kegiatan komunikasi untuk koordinasi kerja yang dikembangkan melalui empati - mengutamakan kualitas hasil kerja melalui dukungan sosial - selalu menghindari konflik

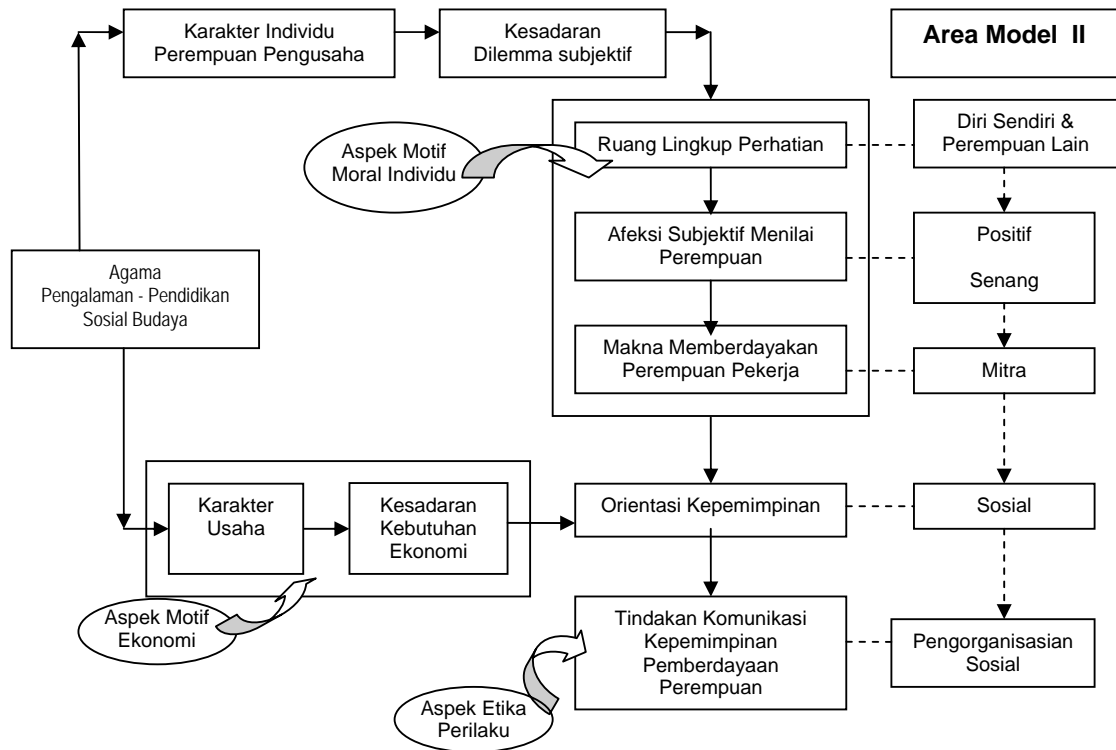
Proposisi dan model setiap area adalah seperti diuraikan berikut ini ;

Gambar 4.8

**Area Model Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Pengusaha
Memberdayakan Perempuan Pekerja “I”**



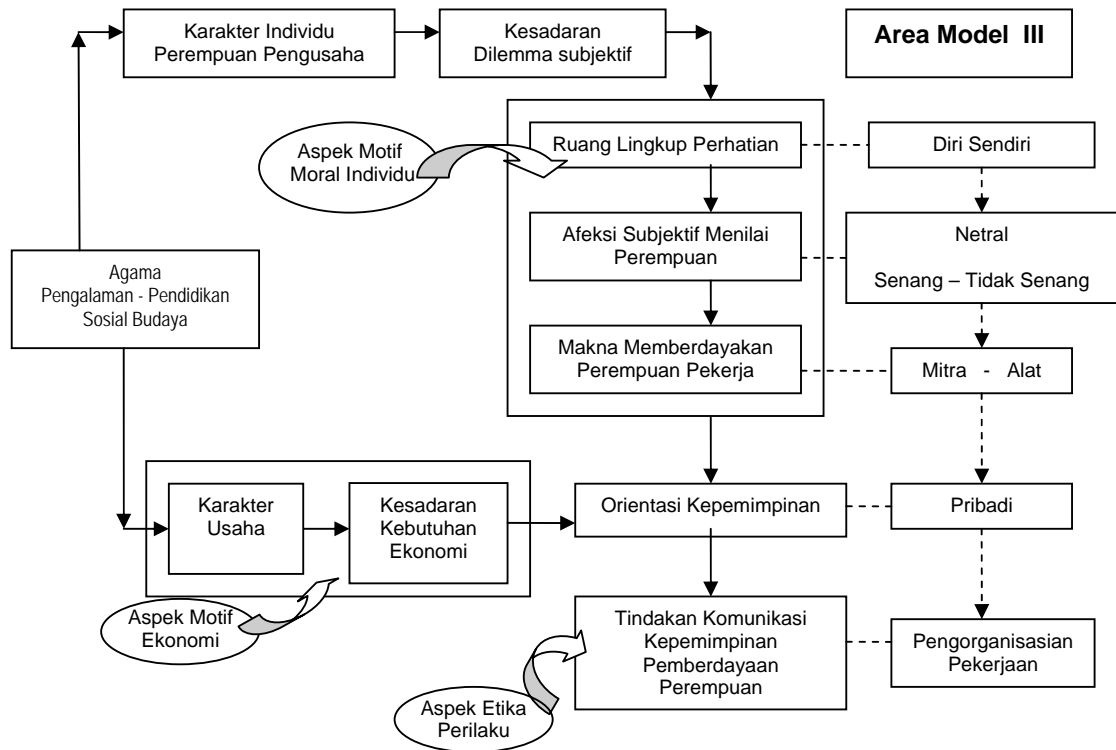
Proposisi I : Bila kesadaran subjektif perempuan pengusaha mengenai pemberdayaan perempuan dan pemberdayaan ekonomi rendah, maka hampir tidak ada kecenderungan tindakan komunikasi kepemimpinannya yang berarti kecuali yang berkenaan dengan kepentingannya sendiri



Gambar 4.9

**Area Model Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Pengusaha
Memberdayakan Perempuan Pekerja “II”**

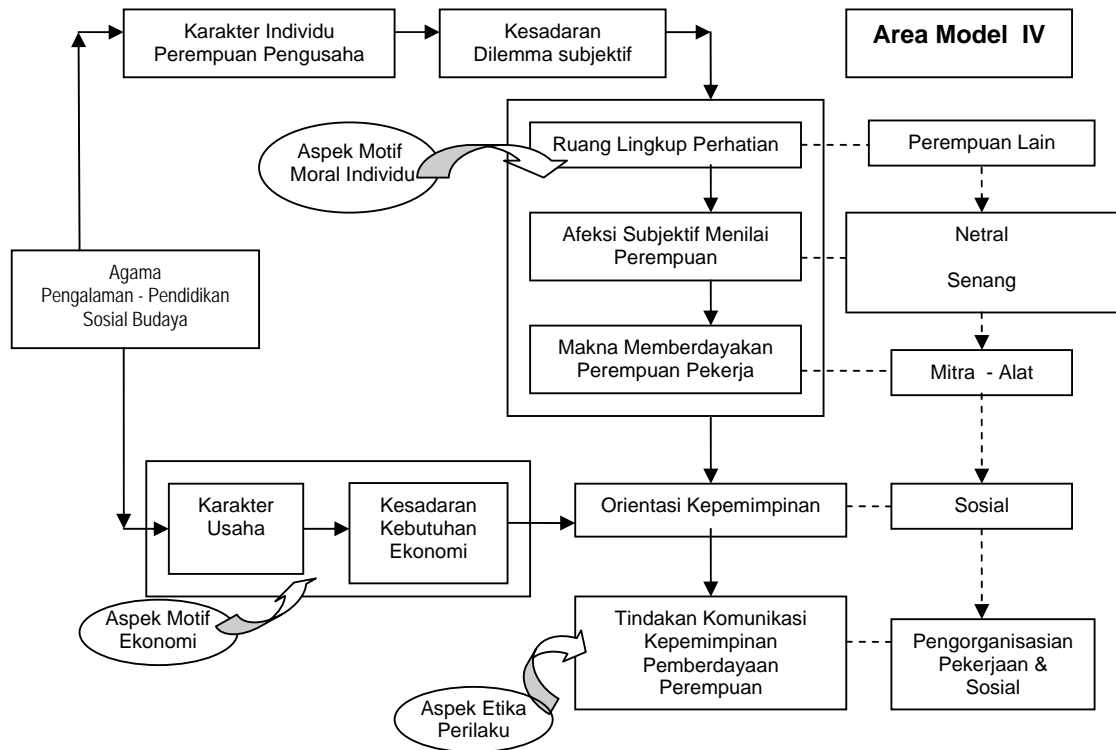
Proposisi II : Bila kesadaran subjektif perempuan pengusaha mengenai pemberdayaan perempuan pekerja cenderung tinggi namun tidak diikuti oleh pemberdayaan ekonomi yang tinggi pula, maka tindakan komunikasi kepemimpinannya cenderung bersifat pengorganisasian rasa sosial



Gambar 4.10

**Area Model Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Pengusaha
Memberdayakan Perempuan Pekerja “III”**

Proposisi III : Bila kesadaran subjektif perempuan pengusaha mengenai pemberdayaan perempuan pekerja rendah namun kesadaran pemberdayaan ekonomi tinggi, maka tindakan komunikasi kepemimpinannya cenderung bersifat pengorganisasian pekerjaan



Gambar 4.11

Area Model Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Pengusaha Memberdayakan Perempuan Pekerja “IV”

Proposisi IV : Bila kesadaran subjektif perempuan pengusaha mengenai pemberdayaan perempuan pekerja dan pemberdayaan ekonomi tinggi, maka tindakan komunikasi kepemimpinannya cenderung bersifat pengorganisasian rasa sosial dan pekerjaan

Peneliti pun menelusuri lebih lanjut sehingga dapat dipahami bahwa keempat area itu muncul sebagai suatu tindakan yang tidak berdiri sendiri tetapi berkaitan dengan latar belakang pengalaman kehidupan masing-masing. Ruang lingkup perhatian informan terhadap laki-laki dan perempuan menentukan penilaiannya terhadap perempuan lain dan lebih lanjut terimplementasi dalam kepemimpinannya.

Pengaruh pemahaman sosial budaya yang patriarkhis masih terlihat mendominasi sehingga perempuan pengusaha pun kerap kali memperlakukan perempuan pekerjanya dengan cara yang kurang berimbang pula. Semisal mengenai pembagian dan aturan kerja yang berlaku bagi perempuan berbeda dengan laki-laki.

Pola pengasuhan yang sudah diterima sejak kecil membentuknya menjadi diri yang tidak berani terlalu jauh untuk keluar dari rel stereotipe perempuan yang berlaku di masyarakat. Akibatnya, usaha untuk memberdayakan perempuan lain pun diikuti dengan kekhawatiran akan konsekuensi sosial yang bakal diterima dirinya sendiri termasuk berkenaan dengan usahanya.

Kalaupun perempuan pengusaha memiliki pengalaman mampu menembus batas, biarlah itu hanya dirasakannya sendiri saja. Pengalaman yang tidak mengenakan itu tidak ingin ditularkannya. Mereka tidak ingin dituduh merusak tatanan sosial yang sudah ada. Keberhasilannya mendobrak tradisi sangat membanggakannya.

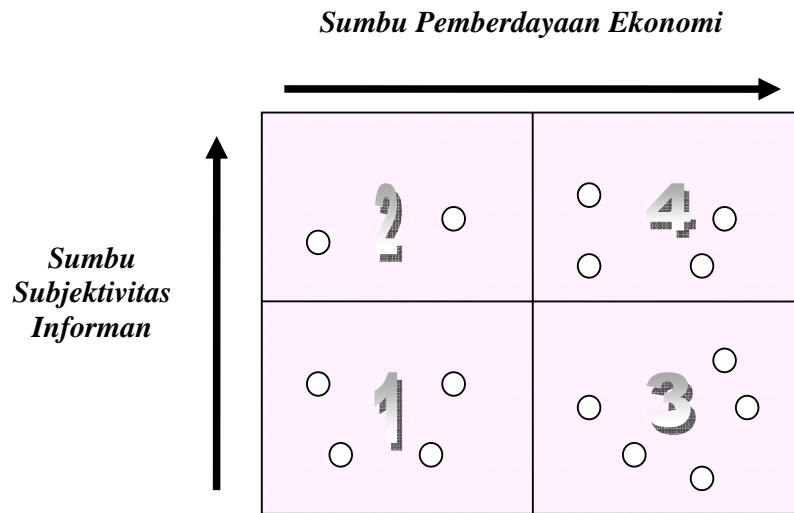
Perempuan pengusaha pun akan cenderung untuk selalu berbagi makna bahwa dirinya “berbeda” dengan perempuan pekerjanya. Kemampuannya

memiliki uang dipahami akan membuat pandangan orang lain yang semula memandang sebelah mata padanya akan berubah. Bendera yang dikibarkan akan cenderung untuk selalu memperoleh laba. Konsekuensi yang muncul disini adalah paham kesetaraan jender hampir tidak berlaku disini. Dengan tanpa disadari tindakan komunikasi yang terwujud sedikit banyak akan selalu diwarnai dengan semangat “berbeda” tersebut.

Hasil penelitian pun menunjukkan bahwa kepemimpinan perempuan pengusaha ketika memberdayakan perempuan pekerja memiliki karakter yang selalu berusaha menciptakan komunikasi terbuka, lebih suka mendengarkan, mempersuasi, memfasilitasi dan mengutamakan komunikasi yang bersifat dialog. Perempuan senang berbicara dan berusaha untuk menyampaikan pesan dengan sejelas-jelasnya serta sedapat mungkin menghindari kesalahpahaman atau konflik. Perempuan akan selalu berusaha untuk melindungi dan welas asih dalam setiap tindakannya. Perempuan dengan empatinya yang tinggi senang membangun relasi positif dan hampir selalu melibatkan emosinya. Sifat keibuan yang dimilikinya tersebut merupakan suatu kelebihan yang tercermin dalam komunikasi kepemimpinannya.

4.2.2.1 Sebaran Informan Penelitian Berdasarkan Model Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Pengusaha Memberdayakan Perempuan Pekerja

Bagaimana sebaran para informan penelitian bila mengacu pada area model sumbu seperti yang telah dijelaskan tadi, dapat dilihat gambarannya dalam gambar 5.3 berikut ini;



Gambar 4.12
Sebaran Informan Berdasarkan Model Komunikasi Kepemimpinan
Perempuan Pengusaha Memberdayakan Perempuan Pekerja

Informan yang memiliki kecenderungan model pertama, berjumlah 4 orang. Mereka ini terlihat belum memiliki bentuk atau fokus usaha yang jelas. Semua berdasarkan coba-coba. Keadaan ini tercermin juga dalam pengelolaan usahanya. Bila order datang, mereka baru berpikir karena apa yang diusahakannya itu bakal mendatangkan keuntungan. Tidak ada visi atau misi atau tujuan pasti yang sebetulnya ingin dicapai selain hanya berdasarkan pertimbangan dirinya sendiri secara pribadi.

Sementara itu dua informan yang berada pada area model kedua, kenyataannya tidak benar-benar tidak mempertimbangkan untung atau rugi. Untung memang tidak terlalu dikejar, tapi minimal jangan sampai usaha yang dilakukannya ini merugi. Sebagai konsekuensinya, ia tidak bisa banyak-banyak mempekerjakan perempuan untuk bergabung dalam usahanya.

Pada area model ketiga, lima orang informan berada di dalamnya. Jumlah terbanyak yang ada diantara para informan. Para informan yang berada pada model ini terlihat lebih mengedepankan realitas ketika menimbang sesuatu. Ia tidak terlalu mendengarkan penilaian subjektif dirinya sendiri. Tempaan hidup dan tekanan kebutuhan ekonomi lebih menjadi pertimbangannya.

Sedangkan para informan yang cenderung berada pada area model keempat berjumlah empat orang. Sebenarnya tidak ada informan yang benar-benar dalam kondisi idealis seperti yang digambarkan dalam model area empat ini. Kalaupun ada, hanya berdasarkan kecenderungan saja.

Mereka inilah yang dapat dikatakan sebagai perempuan yang mampu menembus batas sosial budaya dan tekanan ekonomi yang dialami oleh perempuan. Ketika mengambil suatu langkah, mereka berpikir tidak sebatas dirinya sendiri, tetapi mempertimbangkan pula keadaan sekitarnya. Mereka kritis melihat kondisi sosial budaya masyarakat di mana ia berada. Oleh karena itu komunikasi kepemimpinan yang mereka lakukan berlandaskan pada suatu filosofi dasar bahwa perempuan harus memiliki moral yang baik dan menunjukkan prestasi atau kemampuan sehingga dapat melakukan tugas dan tanggung jawab yang dibebankan kepadanya.

4.2.3 Transendensi Komunikasi Kepemimpinan Perempuan Pengusaha Memberdayakan Perempuan Pekerja

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa membahas isu-isu pemberdayaan perempuan tidaklah sederhana apalagi bila dilakukan oleh perempuan sendiri.

Kemampuan memimpin itu dapat dilihat dari kemampuannya berkomunikasi. Komunikasi tak ubahnya suatu sarana untuk mencapai maksud-maksud tertentu. Pemberdayaan perempuan sulit untuk dapat terwujud bila tidak diiringi dengan kemampuan pemimpin yang mampu berkomunikasi dengan baik mengarahkan setiap personal untuk mengembangkan dirinya sendiri.

Pengetahuan yang menyeluruh tentang proses komunikasi itu sendiri yang berkenaan dengan kesadaran subjektif perempuan memberikan pengayaan bahwa membahas komunikasi kepemimpinan tidaklah sederhana. Perspektif gender membukakan jendela wawasan tentang latar belakang seorang perempuan dengan segala kompleksitasnya di dalam kehidupannya bermasyarakat.

Kesadaran subjektif perempuan yang meminjam pandangan feminis modern membantu pemahaman bahwa pengalaman-pengalaman hidup, yang selalu berubah-ubah, tergantung situasi dan konteks, mengajarkan perempuan tentang banyak hal. Pemahaman terhadap pengalamannya itu terimplementasi dalam kehidupannya. Begitu pun dengan pemahamannya tentang perempuan tercermin dari bagaimana ia memimpin perempuan lainnya.

Hasil penelitian mampu mengungkap proses perempuan menjadi seorang pengusaha. Semua informan mengawalinya dengan suatu momentum kritis yang seolah menjadi titik balik dan membulatkan tekadnya untuk maju. Kedekatannya pada Sang Illahi menjadi tak terelakkan. Dunia usaha penuh dengan ketidakpastian. Mereka membutuhkan sandaran yang membuatnya berkeyakinan dan selalu optimis menghadapi hari demi hari.

Fenomena perempuan pengusaha yang memiliki cara tersendiri memberdayakan perempuan pekerja merupakan hasil dari interpretasinya terhadap realitas dunia sosialnya. Fenomena sosial ini dapat dijelaskan melalui pendekatan konstruktivisme. Pendekatan ini berada dalam rumpun ilmu-ilmu sosial interpretatif yang dapat ditelusuri mulai dari pemikiran Max Weber.

Para konstruktivis ini memandang bahwa realitas dunia ini sangat beragam. Masing-masing individu memiliki interpretasinya sendiri-sendiri terhadap dunia sosial dimana ia berada. Interpretasi yang dibangun atas kesadaran subjektif masing-masing ini memiliki konsekuensi yang mengarahkannya pada berbagai tindakan sosial.

Fenomena perempuan pengusaha, yang berinteraksi dan berkomunikasi dengan simbol-simbol bermakna, untuk memberdayakan perempuan pekerjanya dipahami dengan menelusuri tindakan sosial seperti diungkapkan oleh Max Weber tersebut. Menurut kaca mata Weber, manusia itu adalah individu yang mampu berpikir dan tidak pasif. Mereka aktif melakukan berbagai tindakan sosial yang bermakna, tidak saja bagi dirinya sendiri tetapi juga bagi individu lainnya.

Berdasarkan pemahaman tersebut, para perempuan pengusaha berperan sebagai aktor sosial yang melakukan tindakan-tindakan komunikasi kepemimpinan dalam organisasi bisnisnya. Ia aktif memaknai lingkungan sosialnya secara subjektif. Ia melakukan tindakan-tindakan yang tidak saja bermakna bagi dirinya sendiri tetapi juga bagi perempuan pekerjanya. Meskipun demikian, pandangan Weber ini tidaklah cukup untuk menjelaskan bagaimana

peran dorongan-dorongan yang ada di dalam diri perempuan pengusaha menggerakkan tindakan-tindakannya.

Pemikiran Alfred Schütz menyempurnakan pemahaman Weber dengan menekankan pada adanya hubungan kesadaran. Kesadaran ini bersifat intersubjektif dan melibatkan kemampuan mempersepsi manusia terhadap objek-objek yang ada di dunia keseharian manusia. Perempuan pengusaha dengan kesadaran intersubjektifnya, berinteraksi dengan dunia sosial sekitarnya. Ia bertukar pesan dengan menggunakan simbol-simbol yang dipahami bersama, baik verbal maupun non verbal, dan menginterpretasi maknanya dalam alur kesadarannya.

Tindakan sosial komunikasi kepemimpinan seorang perempuan pengusaha itu sangatlah rumit dan kompleks. Kesadaran terhadap pengalaman-pengalaman intersubjektif ketika berinteraksi terutama dengan perempuan pekerjanya, memberikan skema pengetahuan bagi dirinya. Skema ini seolah-olah menjadi peta atau resep yang menentukan pengambilan tindakan-tindakan komunikasi kepemimpinannya yang dilakukannya untuk memberdayakan perempuan pekerjanya.

Pengalaman-pengalaman yang pernah dialami para perempuan pengusaha menggoreskan pemaknaan tersendiri seperti tercermin dalam karakter identitas diri mereka masing-masing. Pemaknaan atas pengalaman-pengalaman tersebut juga mengarahkannya ketika memutuskan untuk membangun usaha. Tidak hanya sampai disitu, pemaknaan atas pengalaman ini menggoreskan kebijakan atau

prinsip tersendiri baginya ketika menjalankan bisnis termasuk bentuk kepemimpinan memberdayakan perempuan pekerjanya.

Pemikiran George Herbert Mead dan muridnya Herbert Blumer dapat mengantar pemikiran Alfred Schütz ke dalam khasanah interaksi simbolik dengan cara yang lebih membumi. Mead dan Blumer memahami tindakan-tindakan sosial manusia itu dari sifat interaksi sebagai suatu kegiatan sosial dinamis manusia yang melibatkan pertukaran simbol bermakna. Pertukaran ini tidak lain adalah merupakan proses komunikasi yang menghasilkan suatu konteks tatanan sosial tertentu.

Komunikasi yang dilakukan perempuan pengusaha merupakan suatu rangkaian mekanisme respon aksi reaksi terhadap simbol-simbol bermakna yang dipertukarkan dengan orang-orang sekitarnya. Tindakan komunikasi kepemimpinan yang dilakukan perempuan pengusaha ini dilakukan berdasarkan pemaknaannya terhadap simbol-simbol yang dipertukarkan dalam proses komunikasi tersebut. Simbol-simbol yang dipertukarkan ini juga membentuk dan dibentuk oleh konsep dirinya. Makna simbol-simbol ini relatif sifatnya dan menjadi sebagai hasil dari interaksinya dengan lingkungan sosialnya.

Berdasarkan hasil penelitian, tidak semua pemimpin perempuan memahami apa dan bagaimana perempuan itu. Belum tentu pula seorang pemimpin perempuan akan serta merta melakukan pemberdayaan terhadap perempuan lain. Komunikasi kepemimpinan perempuan pengusaha dilakukan melalui cara yang unik. Masing-masing informan mempunyai cara dan alasan sendiri-sendiri. Banyaknya jumlah perempuan yang bekerja pun bukan orientasi

mereka. Jenis pekerjaan pun sebenarnya sudah tidak perlu terlalu menjadi alasan meskipun itu seringkali diajukan untuk menjadi bahan argumentasi.

Kesadaran para perempuan pengusaha terhadap berbagai pengalaman subjektifnya yang bersifat sosio historis berpengaruh pada bagaimana ia mengkomunikasikan kepemimpinannya. Apa yang menurutnya terbaik untuk memperlakukan perempuan pekerjanya hampir selalu dilakukan dengan menimbang bagaimana reaksi sosial yang bakal ditujukan kepadanya. Pertimbangan ini mengacu pada bagaimana mereka mengarahkan lingkup kendali perhatian mereka sendiri terhadap dunia sosial sekitarnya.

Mereka yang sangat egosentris sulit untuk menerima kehadiran perempuan lain dan lebih menganggap mereka sebagai *rival* atau lawan daripada kawan. Bila ada perempuan lain yang lebih baik. Ia akan cenderung waspada karena menganggap perempuan lain sebagai ancaman. Pengalaman-pengalamannya mengajarkan bahwa perempuan itu lemah, termarginalkan dan dirinya pun seringkali mengalami ketidaknyamanan yang sama diperlakukan sebagai perempuan.

Akumulasi pengalaman-pengalaman yang pernah dialami perempuan pengusaha ini membuat mereka selalu “bersemangat” untuk melakukan tindakan-tindakan “berjuang” melawan asumsi bahwa menjadi perempuan itu merupakan “musibah”. Ia akan selalu ingin menunjukkan bahwa “saya bisa”, “saya mampu” dan “saya lebih baik dari yang lain.”

Sementara itu, perempuan pengusaha yang terlalu mengesampingkan kepentingan dirinya bersifat sangat sosial seringkali mengabaikan kebutuhan yang

sebenarnya diperlukan untuk menjalankan dan menghidupi usahanya tersebut. Seringkali mereka menyebut usahanya itu sebagai usaha yang tanpa logika. Semuanya itu lebih dilakukan dengan mempertimbangkan “hati”. Bahkan ada yang berpendapat bahwa bila usahanya dihitung menggunakan rasio, tidak mungkin bisa bertahan.

Perempuan-perempuan yang demikian ini melihat perempuan pekerja sebagai teman, mitra dan orang yang perlu dibela. Pengalaman-pengalamannya mengajarkan untuk berbuat demikian. Mereka ini justru berkeinginan untuk menunjukkan jati dirinya sebagai perempuan yang berhati seperti malaikat. Perempuan ataupun laki-laki bukanlah lawan tetapi lebih merupakan kawan baginya. Mereka berharap harmonisasi kehidupan akan terwujud sehingga tidak perlu ada lagi yang merasa dirugikan.

Sedangkan mereka yang memiliki lingkup perhatian netral, tidak terlalu ego dengan dirinya sendiri tetapi juga tidak pula terlalu mendengarkan rasa sosial dihatinya. Mereka lebih rasional. Norma budaya dan sosial masyarakat yang memarjinalkan perempuan sedikit banyak masih menjadi pertimbangan pemikirannya, sama dengan pemahamannya terhadap kebutuhan ekonomi. Pamaknaannya ini mempengaruhi bagaimana ia memperlakukan dan memberdayakan pekerja perempuannya.

Perempuan pengusaha yang seperti ini sangat dipengaruhi oleh kondisi lingkungan sekitarnya. Mereka cenderung lebih khawatir dengan resiko atau konsekuensi yang diterima bila ia tidak memenuhi apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh usaha, konsumen, ataupun mitra kerja. Begitu pun bila ia tidak

mendengarkan kebutuhan pekerjanya. Ia akan menimbanginya sebagai “masalah” atau penghambat kemajuan bisnisnya.

Mereka yang memiliki lingkup perhatian netral terhadap perempuan, juga cenderung netral melihat perempuan pekerja. Mereka tidak menganggap perempuan ini sebagai sesuatu yang spesial atau yang perlu diutamakan. Mereka melihat perempuan pekerja sebagai solusi ekonomi usahanya saja dan tidak ingin terlalu terlibat lebih jauh daripada itu.

Ruang lingkup perhatian terhadap perempuan mengarahkannya pada pertimbangan orientasi tindakan komunikasi kepemimpinan. Dalam penelitian ini orientasi ini berada pada dua konteks, yaitu kuasa yang berkenaan dengan pekerjaan dan hubungan sosial. Kedua konteks ini tidak pernah menempatkan baik pemimpin maupun pekerjanya berada dalam kondisi setara. Meskipun demikian, kedua konteks orientasi ini tidaklah berjalan sendiri-sendiri. Keduanya akan tetap berjalan beriringan dengan kadar dan kualitasnya berbeda-beda bagi masing-masing informan.

Pertukaran simbol yang dilakukan baik antara perempuan maupun laki-laki melahirkan suatu tatanan sosial yang berlaku dan ditaati oleh setiap anggota masyarakat. Peter Berger dan Thomas Luckman yang juga diwarnai oleh hasil pemikiran-pemikiran pendahulunya seperti Weber, Schütz dan Husserl dapat menjelaskan bagaimana konteks tatanan sosial itu terbentuk.

Bila menelaah pesan verbal dan non verbal yang diutarakan perempuan pengusaha ketika berkomunikasi dengan perempuan pekerja, kita dapat melihat bahwa mereka sangat dan berusaha untuk selalu berusaha menjaga agar pesan

diterima dengan baik sesuai kemauannya dan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Mereka menyampaikan pesan dengan lugas dan tegas.

Para informan tampak melakukan pembinaan untuk membangun iklim komunikasi terbuka. Meskipun demikian, pembinaan iklim terbuka ini tidaklah dimaksudkan untuk membangun hubungan setara. Ini dapat terlihat ketika para informan memanggil pekerja perempuannya. Misalnya menurut budaya Jawa atau Sunda, panggilan untuk menghormati atau sopan biasanya dilakukan dengan menyebut kata “mbak” atau “teh”, meskipun usianya lebih muda. Panggilan seperti ini tidak peneliti temukan di lapangan. Umumnya bila tidak menyebut langsung nama panggilan, para informan memanggil para pekerjanya dengan sebutan “kamu”.

Dalam aktivitas kepemimpinan kesehariannya, perempuan pengusaha berusaha untuk mengatur setiap pesan komunikasi dalam proses interaksinya sehingga menunjukkan bahwa “aku ini lebih daripada kamu.” Salah satu tanda yang mudah dikenali dapat diketahui dari penggunaan kata “kamu” untuk memanggil perempuan pekerjanya. Kata kamu ini mengandung makna jarak, bahwa “kita ini memang berbeda”.

Selain ada pula perempuan pengusaha yang mengkonstruksi pesan komunikasi kepemimpinannya ini dengan memanggil para perempuan pekerjanya ini dengan panggilan nama, namun usaha itu hanya sebagai upaya untuk memberikan kesan bahwa mereka juga membangun hubungan kedekatan. Panggilan itu hanya di awal percakapan saja, selanjutnya perempuan pengusaha

memanggilnya dengan kata “kamu”. Pada dasarnya jarak diantara keduanya itu tetap terbangun.

Menurut Berger dan Luckman realitas terbentuk secara sosial. Kehidupan sehari-hari manusia menampilkan sebagai kenyataan yang ditafsirkan oleh manusia dan mempunyai makna subjektif bagi mereka. Suatu fenomena didefinisikan sebagai sesuatu yang diakui keberadaannya (being) dan tidak tergantung kepada kehendak kita sendiri.

Asumsi ini dipicu oleh adanya pemahaman dialektika antara diri (the self) dengan dunia sosio kultural. Dialektika ini berlangsung dalam suatu proses yang simultan yaitu eksternalisasi (penyesuaian diri dengan dunia sosio kultural sebagai produk manusia), objektivasi (interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi), dan internalisasi (individu mengidentifikasi diri dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya. Dengan demikian, diharapkan uraian teoretik ini akan mampu memberikan arahan dan menjelaskan keunikan perempuan pengusaha sebagai manusia sosial secara teoritis.

Perempuan pengusaha juga melakukan kegiatan-kegiatan objektivikasi, eksternalisasi dan internalisasi yang berlangsung terus menerus sejak ia menjalani sosialisasi primer masa kanak-kanaknya hingga sosialisasi sekunder ketika ia beranjak dewasa. Kegiatan itu terjadi di sepanjang **perjalanan kehidupannya hingga saat ini.**

Di sepanjang kehidupan yang dilaluinya itu, ia berhadapan dengan konstruksi realitas sosial yang dibangunnya bersama manusia lain. Keadaan yang

sama juga terjadi ketika ia membangun usaha bisnis dan mempekerjakan karyawan atau pegawai perempuan untuk membantunya. Ia merupakan bentukan atau produk dari konstruksi realitas sosialnya, sementara dirinya pun membentuk dan mengkonstruksi sendiri komunikasi kepemimpinannya untuk memberdayakan perempuan pekerja.

Masing-masing perempuan pengusaha melakukan menyesuaikan diri dengan dunia sosio kultural sebagai produk manusia. Mereka terus menerus berinteraksi dan membiasakan dirinya pada apa yang memang dikatakan “seharusnya” dalam lingkungan dunia sosialnya. Kesadaran subjektif perempuan pengusaha mengarahkannya untuk melakukan berbagai tindakan sosial yang memang diakui sebagai “benar” oleh dunia sosialnya. Lebih lanjut mereka menginternalisasikan atau mengidentifikasikan dirinya sendiri ke dalam dunia sosialnya tersebut. Mereka mengimplementasikannya dan menjadikannya bagian dari dirinya sendiri.

Ketika memimpin pemberdayaan perempuan pekerjanya, perempuan pengusaha juga melakukan tahap eksternalisasi, dimana ia berusaha untuk mewujudkan penyesuaian dirinya dengan konstruksi dunia sosial sekitarnya. Stereotipe perempuan yang berada di bawah laki-laki seperti yang diharapkan dalam budaya patriarki menggariskan pemaknaan sendiri bagi perempuan pengusaha. Mereka mengalami bagaimana menjadi dan diperlakukan sebagai perempuan yang harus merelakan laki-laki dalam posisi dominan.

Pemahaman masyarakat yang tidak seimbang memandang perempuan itu membuka pikiran para informan. Sebagai penganut agama yang cukup taat,

mereka terlihat memahami peranannya sebagai perempuan yang tidak seharusnya dipandang berbeda dengan laki-laki. Perempuan adalah makhluk Tuhan, baik dalam pandangan agama Islam, Katolik, maupun Hindu, tidak adanya bedanya dengan laki-laki. Masing-masing terlahir untuk beribadah.

Para penganut Kristiani tidak dilarang untuk menjadi kaya, sepanjang mereka menggunakan kekayaan mereka itu untuk membantu orang-orang yang tidak mampu. Nope¹³ pun menjelaskan bahwa, “Yesus mengajarkan tentang kehidupan yang sederhana, harta benda seharusnya disimpan di surga bukan di dunia.” Mereka, para penganut agama Kristen, yang berusaha keras mencari kekayaan tidak dianggap sebagai suatu dosa atau kesalahan, namun itu berlaku sepanjang usahanya itu tidak membuatnya terpaku dan tidak berpaling dari keduniawian.

Ajaran Kristiani mengarahkan penganutnya bahwa baik perempuan maupun laki-laki mempunyai kedudukan yang sama. Mereka mempunyai kesempatan yang sama untuk berusaha mendapatkan cinta Tuhan. Keduanya berkewajiban untuk bekerja dengan sungguh-sungguh karena itu merupakan bagian dari ibadah. Bila laki-laki ataupun perempuan menjadi kaya karena usahanya, maka itu akan menjadi anugerah, hanya bila sepanjang dimaksudkan untuk mendapatkan keselamatanNya.

Begitu pun bila perempuan Kristiani menjadi pengusaha. Tidak ada larangan bagi perempuan untuk bekerja, berkarya ataupun berusaha. Tidak juga menjadi suatu kesalahan bila ia menjadi kaya karenanya. Bila dilakukan dengan

¹³ C.Y. M.Nope.2005.*Sekilas Sejarah Pertumbuhan Kapitalisme*.Yogyakarta:Resist Book. h.7-25

sungguh-sungguh dengan selalu mengedepankan kasih Tuhan, maka ia akan mendapatkan anugerah atas apa yang diusahakannya itu.

Begitu pun sama keadaannya dalam agama Hindu, agama yang dianut oleh salahs atu informan penelitian. Senen menjelaskan kemudian bahwa dalam kitab Weda IX, nomor 27 dan 28 (2005:18-19) disebutkan bahwa pada garis besarnya sebenarnya posisi perempuan itu setara dengan laki-laki. Ia merupakan *predana* (elemen feminin) dari kesatuannya dengan laki-laki atau *purusan* (elemen maskulin). Artinya tanpa ada pertemuan antara unsur perempuan dan unsur laki-laki, manusia tidak akan lahir.

Untuk mencapai keluarga *dharmika*, agama Hindu dan adat budaya Bali memberi empat jalan utama yaitu spiritual, ilmu pengetahuan, karya, dan atau pelayanan dan penyerahan diri. Setiap warga Bali yang menganut agama Hindu diwajibkan menempuh salah satu atau beberapa jalan hidup tersebut, sesuai dengan potensi dan kemampuan yang dimilikinya.

Agama Islam pun demikian. Agama ini diturunkan kepada manusia di dunia melalui perantaraan Nabi Muhammad SAW. Agama ini merupakan agama yang dianggap mendapatkan rahmat dari Allah SWT (rahmatan lil 'alamin). Tanpa membeda-bedakan jenis kelamin, ras, ataupun suku bangsa, Agama Islam disebarkan agar manusia mendapatkan kebahagiaan dan keselamatan di dunia dan akhirat (QS Al Hujurat : 13). Prinsip keadilan dalam agama Islam sangat dijunjung tinggi. Oleh karena itu merupakan suatu kemustahilan bila agama Islam mendiskriminasikan antara perempuan dan laki-laki.

Sayangnya, teologi keislaman yang sebenarnya tidak membedakan makhluk Allah SWT ini, masih dipahami para pengikutnya dengan memandang sebelah mata kepada perempuan. Pemahaman yang salah ini sering dipicu oleh interpretasi dan pencitraan yang dangkal terhadap perempuan

Sebagai contoh permasalahan laki-laki adalah pemimpin bagi kaum perempuan sebagaimana disebutkan dalam QS An Nisa : 34

“Kaum laki-laki itu adalah *qawwam* (pemimpin) bagi kaum wanita, oleh karena Allah telah melebihkan sebahagian mereka (laki-laki) atas sebahagian yang lain (wanita)...”

Teks ini bukan berarti menekankan wilayah perempuan, hanya pada aktivitas domestik dan mengurus suami, sehingga mereka tidak mempunyai kesempatan untuk berkeaktifan dan berapresiasi. Pembagian wilayah domestik dan publik antara laki-laki dan perempuan hanya pada tataran peran dan fungsi, sedangkan tanggung jawab baik laki-laki maupun perempuan, semuanya sama atau setara dihadapan Tuhan.

Begitu pun bila menelaah QS Al Ahzab : 35 berikut ini,

“Sesungguhnya laki-laki dan perempuan yang muslim, laki-laki perempuan yang mu'min, laki-laki dan perempuan yang tetp dalam keta'atannya, laki-laki dan perempuan yang benar, laki-laki dan perempuan yang sabar, laki-laki dan perempuan yang bersedekah, laki-laki dan perempuan yang berpuasa, laki-laki dan perempuan yang memelihara kehormatannya, laki-laki dan perempuan yang banyak menyebut (nama) Allah, Allah telah menyediakan untuk mereka ampunan dan pahala yang besar”

Bila membaca dan menelaah ayat tadi, kita juga akan menemukan bahwa sebenarnya tidak ada perbedaan Islam dalam memandang antara laki-laki dan perempuan. Baik perempuan maupun laki-laki akan dinilai masing-masing

berdasarkan amal perbuatannya. Keduanya akan mendapatkan ganjaran setimpal atas perbuatan-perbuatan baik yang pernah dilakukannya dan akan mendapat hukuman setimpal atas perbuatan buruk yang pernah dilakukannya masing-masing.

Pandangan ini dapat menjadi dasar bahwa setiap makhluk adalah sama, tidak dibedakan antara satu dengan yang lainnya. Keduanya bertanggungjawab untuk menjadi *khalifah* atau pemimpin atas dirinya di muka bumi ini dan menegakkan kebenaran ajaran Allah dan bertanggung jawab atas perbuatannya. Setiap manusia, laki-laki atau perempuan akan mendapatkan keselamatan bila selalu berpegang pada buhul tali agama Allah SWT dan menjauhi segala laranganNya. Tidak ada ajaran dalam Al Qur'an yang menghalangi perempuan untuk bekerja dan memperluas wilayah atau ruang kreativitasnya. Tidak ada halangan bagi perempuan untuk keluar rumah dan ikut mencari nafkah, asalkan ia tetap menjaga kesuciannya dan menahan diri dari dorongan seksualnya. Laki-laki pun mendapat tuntutan yang sama tidak berbeda dengan perempuan.

Meskipun agama mengajarkan demikian, tetapi nampaknya para informan merasa tidak perlu untuk melawan norma sosial yang ada. Mereka hanya merasa harus mampu berkehendak atau memiliki kehendak untuk melakukan tindakan-tindakan sebatas apa yang mereka dapat lakukan. Keadaan ini dapat digolongkan ke dalam tahap objektivikasi yang dijelaskan Berger dan Luckman sebagai tahap dimana realitas dibentuk berdasarkan apa yang memang diyakini.

Menjadi pengusaha membuat para informan merasa bahwa ia memiliki kebebasan bertindak karena mampu menembus batas seperti yang distandarkan

masyarakat atas laki-laki, semisal memiliki kekayaan atau modal, tetapi tetap mampu menjalankan apa yang diharapkan budaya atas perempuan seperti mengurus urusan domestik dalam rumah tangga. Pemaknaan yang demikian ini terimplikasi dari bagaimana komunikasi kepemimpinan perempuan pengusaha memberdayakan perempuan pekerjanya. Keadaan ini termasuk ke dalam tahap objektivikasi perempuan pengusaha terhadap posisinya sebagai pemimpin pemberdayaan perempuan pekerja dalam organisasi bisnisnya.

Ruang lingkup perhatian terhadap perempuan mengarahkannya pada pertimbangan orientasi tindakan komunikasi kepemimpinan. Dalam penelitian ini orientasi ini berada pada dua konteks, yaitu kuasa yang berkenaan dengan pekerjaan dan hubungan sosial. Kedua konteks ini tidak pernah menempatkan baik pemimpin maupun pekerjanya berada dalam kondisi setara. Meskipun demikian, kedua konteks orientasi ini tidaklah berjalan sendiri-sendiri. Keduanya akan tetap berjalan beriringan dengan kadar dan kualitasnya berbeda-beda bagi masing-masing informan.

Umumnya, pemberdayaan perempuan pekerja yang dilakukan oleh perempuan pengusaha ini tidaklah maksimal. Perjuangan perempuan pada abad ini bakal menghadapi tantangan persoalan perjuangan kesetaraan jender dan pada saat yang sama ia pun akan dihadapkan pada persoalan yang bertentangan dengan perjuangan kesetaraan. Gambaran tersebut sama seperti yang dialami oleh perempuan pengusaha dalam penelitian ini ketika memberdayakan perempuan pekerjanya.

Pemahaman inilah yang dapat menjelaskan mengapa pemberdayaan pemimpin perempuan terhadap perempuan pekerja dikatakan berada pada level yang paling rendah. Perempuan pengusaha pun akan cenderung untuk selalu berbagi makna bahwa dirinya “berbeda” dengan perempuan pekerjanya. Tindakan komunikasi yang terwujud sedikit banyak akan selalu diwarnai dengan semangat “berbeda” tersebut.

Perempuan pekerja tidak memiliki dan tidak diberikan kebebasan sendiri. Semua dibatasi berdasarkan perintah dan aturan. Keadaan ini lebih menenangkan bagi perempuan pengusaha untuk membina dan membangun usaha. Kondisi ini selaras dengan keinginan mereka yang lebih suka membangun harmonisasi atau *comfort zone*.

Untuk mewujudkan *comfort zone* ini, perempuan pengusaha melakukan berbagai tindakan agar semua dapat berjalan selaras. Ia mengatur, mengelola dan menentukan segala sesuatunya berdasarkan hak istimewa “menguasai” wilayah mini teritorinya yaitu organisasi usaha yang dibangunnya. Aspek kuasa ini sangat mewarnai bagaimana tindakah komunikasi perempuan pengusaha. Ia lebih memiliki otoritas untuk menentukan sesuatu. Menjadi seorang pemimpin membuat posisinya berada lebih di atas daripada perempuan lainnya. Bahkan seringkali mereka cenderung menjadi seperti maskulin.

Pada tahap internalisasi, perempuan pengusaha menyadari bahwa pengalaman telah mengajarkannya bahwa bukanlah norma peran perempuan menjadi pemimpin dan memerintah. Biasanya peran itu berlaku bagi laki-laki. Masyarakat umum cenderung menyepelkan kemampuan perempuan. Bila tidak

menunjukkan wibawa, maka ia akan dianggap sebagai pemimpin yang kurang becus, namun bila ia tegas dan menjaga jarak, maka ia akan dihadapkan dengan konsekuensi dijauhi oleh perempuan pekerjanya. Dijauhi adalah tanda pertama terjadinya konflik yang bersifat pasif.

Meskipun demikian bukan berarti kepemimpinannya bersifat melulu maskulin. Stereotipe feminin, khas perempuan terlihat jelas, meskipun kepemimpinan lebih kepada orientasi kerja sekalipun. Mereka sangat menonjolkan tindakan-tindakan komunikasi untuk membina hubungan baik dengan pekerjanya.

Peneliti lebih cenderung menyebut komunikasi kepemimpinan perempuan pengusaha dalam konteks pemberdayaan perempuan ini dengan sebutan *semi otoriter*. Mereka ini ingin membangun kedekatan dan kearaban dengan perempuan pekerjanya demi menjaga kedamaian, tapi mereka juga selalu berusaha menjaga jarak. Oleh karena itu kepemimpinan perempuan pengusaha disini terlihat ingin tegas, berwibawa, tapi nalurinya mengarahkan pada ketakutannya akan konsekuensi akan dijauhi oleh dunia sosial termasuk para perempuan pekerjanya. Ia khawatir tindakan-tindakannya ini mengurangi daya dukung terhadap kemajuan usahanya.

Sebagai perempuan juga, perempuan pengusaha mengakui memahami bagaimana harus menghadapi perempuan. Mereka memahami kelemahan dan kekurangan pekerja perempuan. Sayangnya, bila diperhatikan lebih jauh, pandangannya ini berasal dari kaca mata yang biasa digunakan laki-laki untuk memandang perempuan.

Pandangan para pengusaha tentang tubuh perempuan, seperti reproduksi dan mempunyai anak adalah kelemahan. Sifat-sifat perempuan yang berbeda dengan laki-laki, seperti banyak bicara mencari kesamaan untuk mendapat perasaan kedekatan dan perasaan yang halus sehingga mudah tersinggung dianggapnya sebagai suatu kekurangan. Norma patriarkhi yang ada di masyarakat pun masih ditaatinya. Mereka ini khawatir bila menyeleweng atau menyalahi norma yang ada di masyarakat, ia akan “dihukum” secara sosial. Tentunya ini akan berdampak buruk bagi kemajuan usahanya. Ada sebagian informan yang lebih suka berlindung pada keyakinan agama daripada tidak berimbang dengan terlalu mengikuti permintaan norma sosial.

Yang jelas, perempuan pengusaha tidak ingin terlibat jauh dengan kelemahan dan kekurangan perempuan ini. Oleh karenanya ia lebih bersifat otoriter dalam hubungan pekerjaan atau tugas. Bila pekerjaan yang ditugaskan diluar kemampuan perempuan pekerja, maka ia akan mengalihkan pekerjaan itu pada orang lain meskipun nampaknya mampu perempuan pun mampu melakukannya. Sebagai contoh, bagi perempuan Indonesia tidaklah pantas naik ke atas tiang atau langit-langit rumah untuk membersihkan debu. Perempuan yang hamil dan menyusui itu juga cenderung lemah karena biasanya menjadi rewel dan banyak keluhan serta alasan. Untuk alasan-alasan itu, biasanya perempuan pengusaha tidak mempekerjakan perempuan untuk tugas-tugas tertentu.

Otoriter kepemimpinan perempuan pengusaha ini tidaklah kaku. Kemampuan ekonomi usahanya yang belum mampu memberikan upah atau gaji yang mencukupi membuatnya lebih *soft*. Untuk mengatasi ketidaknyamanan ini,

kepemimpinannya mengandalkan pembinaan komunikasi yang dimaksudkan untuk membina hubungan sosial. Membina hubungan sosial disadarinya sebagai khas kebutuhan milik perempuan. Bagi perempuan pekerja membina hubungan adalah lebih penting daripada segalanya. Hubungan yang baik dipercaya akan mempengaruhi kinerja perempuan.

Perempuan pengusaha paham sekali bahwa faktor personal dan keluarganya sangat menentukan bagaimana produktivitas seorang perempuan. Kedua aspek ini sangat dekat dengan kebutuhan perempuan. Membicarakan diri dan keluarga seolah membuka diri pada wilayah yang lebih dalam dimana tidak semua orang dapat membuka atau mengetahuinya.

Bila diri perempuan pekerja merasa diperhatikan dan dianggap, maka itu akan sangat mendukung terciptanya suatu iklim kerja yang menyenangkan. Begitu pun bila ia menyetengahkan dan mengupayakan tema pembicaraan yang mengarahkan pada keluarga. Dengan demikian, perempuan pekerja tetap akan merasa dihargai dan “dianggap”, bahkan seringkali direngkuh dan diakui sebagai bagian dari anggota keluarganya.

Meskipun demikian, perlu digarisbawahi lagi bahwa pemberdayaan perempuan dalam hubungan kerja dan sosial yang dibina oleh perempuan pengusaha ini masih dinaungi oleh konteks ketidaksetaraan. Posisinya selalu dipahami berada lebih di atas daripada perempuan pekerja. *Fairness* yang dibangunnya bukan kesetaraan antara sama-sama perempuan atau antara pemimpin dengan pekerja, tetapi perlakuan pekerjaan yang sama dengan pekerja lainnya tanpa terlalu mempertimbangkan perbedaan gender.

Pemberdayaan perempuan dalam hubungan sosial dilakukan sebagai usahanya untuk mewujudkan terbentuknya suatu iklim saling mempercayai dan dapat diandalkan. Bagi perempuan pengusaha kepercayaan adalah sangat penting. Bila kepercayaan itu sudah diperoleh, suasana keterbukaan yang menjadi modal terbentuknya *comfort zone* akan terbentuk.

Lebih lanjut, bila *comfort zone* sudah terbentuk, perempuan pengusaha pun tidak takut lagi bila ketrampilan (*skill*) dipercayakan kepada perempuan pekerjanya. Bahkan tidak hanya ketrampilan, dalam aspek keuangan pun yang sangat sensitif dan rawan, mereka percayakan kepada perempuan pekerja, bukan kepada laki-laki pekerja.

Pendeknya, kalau sudah terpaut di mata dan di hati, perempuan pengusaha akan memberikan segalanya kepada perempuan pekerjanya. Bahkan kepalanya sekalipun bila diperlukan, karena sangat percayanya kepada perempuan pekerja bagaikan bagian dari tubuh sendiri.

Tentunya keadaan ini sangat menguntungkan bagi perempuan pekerja. Melalui pemberdayaan perempuan dengan hubungan kerja, mereka memiliki ketrampilan tambahan dan wawasannya pun akan terbuka. Dibalik itu, bila ditelaah lebih jauh, hubungan kerja ini juga berpotensi untuk menjadikan mereka hanya sebagai alat untuk mencapai keuntungan bagi sang pengusaha.

Pemikiran yang demikian ini akan terpinggirkan dengan sendirinya bila pemberdayaan hubungan sosial yang membina saling kepercayaan sudah membuat emosi dan perasaan terpaut. Perempuan pekerja akan sulit untuk menoleh ke “pagar tetangga” atau ke tempat lain, atau mencari sesuatu yang lain

di luar pekerjaan yang ada sekarang ini. Oleh karena itu, akan menjadi seleksi alam bagi perempuan pekerja.

Dari sekian banyak perempuan yang bekerja, tidak semuanya mendapatkan tropi kepercayaan dari perempuan pengusaha yang menjadi majikannya. Perempuan pekerja yang berhasil mengambil porsi kepercayaan itu adalah mereka yang sudah bertahun-tahun ikut membantu usaha majikannya. Mereka sudah bersama-sama mengalami pasang surut, pahit getir membangun usaha. Mereka sudah layaknya bagian dari anggota keluarga atau tubuh sendiri. Karenanya mereka diberi “sedikit” otoritas untuk menentukan keputusan (bila diperlukan).

Berdasarkan telaah dan pembahasan hasil penelitian dapatlah diketahui bahwa ketika membicarakan bagaimana fenomena pemberdayaan perempuan yang dilakukan oleh perempuan, sebenarnya bukanlah membicarakan masalah benar atau salah. Tidak menjadi suatu kesalahan di hadapan hukum atau menjadi nilai merah bagi perempuan yang tidak melakukannya. Akan tetapi bila keadaan itu dapat terjadi tentu dunia akan menjadi lebih nyaman bila kita mengetahui mengapa fenomena itu terjadi.

Fenomena pemberdayaan ini lebih cenderung pada masalah kepantasan, pantas atau tidak pantas perempuan memberdayakan perempuan. Peneliti tidaklah mempersoalkan benar atau salah perempuan memberdayakan atau tidak memberdayakan perempuan. Masalah pemberdayaan perempuan merupakan masalah sosial yang berkenaan dengan konteks kehidupan manusia, bukanlah

berhadapan dengan sesuatu yang pasti sebagaimana dibicarakan dalam konteks ilmu alam.

Di dalam suatu konteks sosial, untuk menilai suatu tindakan manusia tidak mungkin terlepas dari konteks dimana tindakan itu dilakukan. Manusia memiliki kehendak yang berlainan sehingga sulit untuk diprediksi sebagaimana keadaan alam. Bila awan berwarna kelabu, mendung, sudah dapat dipastikan akan turun hujan. Akan tetapi bila wajah manusia mendung, belum tentu akan turun air mata, bisa saja justru menimbulkan kemarahan atau justru membuatnya menyendiri atau lebih parah lagi dapat mengarahkan kepada bunuh diri.

Maksud dari perumpamaan tadi adalah apabila mempersoalkan pemberdayaan perempuan yang dilakukan oleh perempuan lagi, merupakan sesuatu yang tidak mungkin melepaskannya dari konteks yang menaunginya. Berdasarkan konteks itulah kita bisa memberikan penilaian, memaknai ataupun mengambil pelajaran darinya. Bila telah dipahami mengapa terjadi, setidaknya dapat membuat berbagai pihak merasa tenang dari prasangka yang tidak menyenangkan dan memulai untuk mencari solusi yang terbaik.

Konteks berkenaan dengan situasi yang unik. Antara konteks satu dengan yang lainnya belum tentu sama. Apa yang diperjanjikan atau dikonsensuskan bersama belum tentu sama antara suatu konteks dengan konteks lainnya. Kiranya merupakan sesuatu yang sulit bila setiap konteks digeneralisasi dan diberikan pembenaran karena masing-masing mempunyai ciri tersendiri, dan memiliki argumentasi atas makna masing-masing.

Apa yang diperoleh dari hasil penelitian ini tidak untuk dijustifikasi. Meskipun demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi gambaran bagaimana dunia perempuan pengusaha yang melakukan tindakan-tindakan komunikasi dalam rangka memberdayakan perempuan pekerjanya. Bila gambaran ini dipahami, tentunya dapat menjadi salah satu pertimbangan untuk menentukan langkah-langkah apa yang terbaik dilakukan.

Harapan pemerintah terhadap mereka pun sebenarnya harus diakui tidak berimbang dengan realisasi fasilitas dan tindakan yang diberikan kepadanya. Aturan perundangan-undangan termasuk aturan tenaga kerja yang ada masih terlalu sulit untuk diterapkan oleh mereka yang berada pada usaha kecil menengah. Sebagai jalan keluarnya mereka seringkali mengedepankan penyelesaian secara kekeluargaan saja.

Begitu pun dengan permodalan dan dukungan penyuluhan usaha. Masalah modal masih menjadi kendala usaha. Mereka kesulitan memenuhi prasyarat yang ditentukan untuk mendapatkan modal tersebut. Penyuluhan yang mereka peroleh sangat minim. Mereka masih meragukan bahwa pemerintah memang berniat membantunya. Nampaknya untuk permasalahan ini pun pemerintah masih harus terus memperbaiki kinerjanya sebagai pelayan masyarakat.

Perempuan-perempuan pengusaha ini sudah cukup resah dengan permasalahan pengembangan usaha dan aturan perundang-undangan. Keadaan ini ditambah lagi dengan beban aturan sosial yang seringkali berkenaan dengan norma patriarkhi. Belum lagi dengan permasalahan tentang pekerja perempuan

yang mereka akui telah memahaminya padahal sebenarnya kurang mereka pahami.

Mengingat keadaan tersebut, tentulah akan sulit bagi pemerintah bila ingin mengandalkan perpanjangan tangan perempuan pengusaha untuk membantu memperbaiki kondisi perempuan Indonesia tanpa mempertimbangkan keberadaan mereka seutuhnya. Padahal mereka ini sangat berpotensi untuk menyerap masalah pengangguran yang melanda negeri ini. Mereka sangat dekat dengan perempuan pada posisi *grassroot*. Sayangnya mereka tidak mudah untuk melakukan sosialisasi pemberdayaan perempuan ini karena keterbatasan yang dimiliki. Pendeknya apa yang dapat mereka lakukan sangat terbatas.

Penelitian ini memang tidaklah dimaksudkan untuk membandingkan antara peran laki-laki dan perempuan. Saya sebagai peneliti memandang keadaan tersebut tidak perlu terlalu dipersoalkan karena memang diantara keduanya berbeda. Tugas dan tanggung jawab yang diembannya juga berbeda, dengan demikian membanding keduanya adalah suatu yang tidak perlu dilakukan.

Tidak dapat dipungkiri bahwa paham kapitalis yang mewarnai usaha perempuan untuk menghasilkan “uang” ini memang memberikan kesempatan bagi siapa saja pelaku ekonomi untuk berusaha dengan tanpa membeda-bedakan jenis kelamin. Pendekatan kapitalis menjamin kesetaraan bagi semua orang. Pandangan dan pemikiran perempuan-perempuan pengusaha ini juga diwarnai oleh semangat kesetaraan dan meyakini bahwa perempuan dan laki itu sama. Paham ini memiliki asumsi bahwa barang siapa yang mampu dan kuat dialah yang menang.

Mengingat keadaan ini kiranya dapat pula diakui bahwa pandangan kapitalis gagal untuk mewujudkan kesetaraan karena tidak mampu mengakomodir konsekuensi bahwa diantara manusia-manusia itu tidak ada yang sama. Bila dilihat dari segi biologis, kapitalis seolah-olah buta jender. Perempuan dan laki-laki dilahirkan berbeda karenanya potensinya pun tidak akan pernah sama meskipun mereka lahir, tumbuh dan dibesarkan dalam lingkungan yang sama sekalipun.

Ketika melihat fenomena perempuan pengusaha yang memberdayakan perempuan pekerja, warna kapitalis yang buta jender berpotensi untuk ditumbangkan. Para perempuan itu memang menganut kesetaraan seperti yang disuarakan paham kapitalis, namun ada sebagian kecil dari mereka yang tidak buta jender. Mereka menimbang bahwa perempuan dan laki memang berbeda dan karenanya dapat diperlakukan proporsional dalam dunia usaha untuk menghasilkan kapital. Jadi mereka ini adalah *kapitalis yang humanis*.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Secara umum, berdasarkan telaah data-data temuan hasil penelitian di lapangan dan pemaknaan berdasarkan perspektif subjektif, dapat disimpulkan bahwa komunikasi kepemimpinan perempuan pengusaha memberdayakan perempuan pekerjaannya memiliki keterkaitan dengan kesadaran subjektif mereka memaknai pengalaman kehidupan sosio historis yang pernah dilaluinya bersama-sama dengan orang lain.

Hasil penelitian pun menunjukkan bahwa perempuan yang memberdayakan perempuan lain memiliki kekhasan tersendiri yang dapat diidentifikasi dari sudut pandang subjektif tindakan komunikasi kepemimpinan yang dilakukan oleh perempuan pengusaha memberdayakan perempuan pekerjaannya seperti yang disebutkan berikut ini :

- 1) Pengalaman hidup yang pernah perempuan pengusaha lalui pada masa lalu maupun saat ini, menentukan ruang lingkup perhatian mereka memandang keberadaan perempuan lain. Sebagian besar informan memiliki kecenderungan lingkup perhatian pada dirinya sendiri sehingga cenderung terlihat lebih egois. Sementara sebagian kecil lainnya cenderung melihat lebih luas, tidak hanya dirinya tetapi juga perempuan lain. Selain itu ada pula yang lingkup perhatiannya cenderung netral, dalam arti tidak terlalu menitikberatkan perhatian pada perempuan ataupun laki-laki.

- 2) Lingkup perhatian ini memegang peranan penting ketika perempuan pengusaha menilai dan memberi makna terhadap keberadaan perempuan lain untuk menjadi pekerjanya. Mereka yang cenderung egois, menilai negatif terhadap keberadaan perempuan pekerja dan memaknainya cenderung sebagai lawan atau rival. Tidak demikian dengan mereka yang memandang netral terhadap kehadiran perempuan lain. Bagi mereka, perempuan pekerja tidak memiliki makna yang terlalu berarti. Mereka cenderung memaknainya sebagai mitra dan atau alat untuk mencapai tujuan usaha. Sementara itu mereka yang menilai positif, memaknai perempuan pekerja cenderung sebagai mitra untuk mencapai keberhasilan.
- 3) Orientasi kepemimpinan perempuan pengusaha memberdayakan perempuan pekerja terlihat sebagai perwujudan dari makna pengalamannya memandang keberadaan perempuan lain. Pada level pemberdayaan yang sederhana, terdapat dua orientasi kepemimpinan yaitu pengorganisasian sosial dan pekerjaan. Kedua orientasi ini tidak pernah berjalan sendiri-sendiri tetapi selalu beriringan atau sejalan. Mereka yang memaknai perempuan pekerja sebagai mitra dan atau alat lebih seimbang orientasi kepemimpinannya, baik itu pengorganisasian sosial maupun pekerjaan. Sementara mereka yang memaknai perempuan pekerja sebagai rival cenderung lebih mengutamakan kepemimpinan berorientasi pekerjaan daripada pengorganisasian sosial.

- 4) Terdapat beberapa aspek yang menjadi penghambat dan pendorong perempuan menjadi pengusaha yang lebih lanjut berimplikasi pada pemberdayaan perempuan pekerjanya yaitu ;
- a) Aspek yang menjadi penghambat kepemimpinan perempuan pengusaha untuk memberdayakan perempuan pekerja yaitu dominasi paham kapitalis dan tradisi sosial budaya patriarkhi yang berlaku di masyarakat. Pemikiran kapitalis yang mereka pahami berkenaan dengan persamaan dan kesetaraan antara para pelaku ekonomi perempuan dan laki-laki. Oleh karena itu agar dapat mencapai kesetaraan itu perempuan sama harus produktifnya dengan laki-laki agar dapat menghasilkan uang. Padahal keduanya tidaklah sama dan tidak mungkin dipersamakan karena jelas berbeda. Sementara tradisi patriarkhi yang sedianya dimaksudkan untuk melindungi perempuan justru membuat perempuan dipandang sebelah mata. Tradisi ini membatasi ruang gerak kepemimpinan perempuan pengusaha ketika menjalankan bisnis usaha dan memberdayakan perempuan pekerjanya.
 - b) Aspek yang menjadi pemicu perempuan menjadi pengusaha adalah kebutuhan ekonomi, pengalaman kehidupan dan peran kerabat. Selain itu terdapat beberapa aspek yang membangkitkan keinginan perempuan untuk menjadi pengusaha yaitu memiliki uang sendiri (kekayaan), keinginan berprestasi, dan kasih sayang (cinta) kepada orang-orang terdekatnya. Berdasarkan sebaran aspek-aspek tersebut

dapat ditarik gambaran motif perempuan menjadi pengusaha yaitu motif ekonomi, motif individu, motif sosial dan non arah.

- 5) Berdasarkan orientasi kepemimpinannya, perempuan pengusaha dapat digambarkan dalam 4 (empat) area model atau pola tindakan komunikatif memberdayakan perempuan pekerja. Area model ini berdasarkan pada garis sumbu aspek subjektif, moral dan etika pemberdayaan perempuan dan aspek pemberdayaan ekonomi usaha. Area model pertama memperlihatkan aspek subjektivitas informan yang kurang memahami moral dan etika pemberdayaan perempuan pekerjanya dan pemberdayaan ekonomi. Tindakan komunikasi kepemimpinannya selalu mengutamakan kepentingannya sendiri. Area model kedua menggambarkan kadar subjektivitas informan memahami moral dan etika pemberdayaan perempuan yang tinggi, namun tidak demikian dengan usahanya. Keadaan ini membuat tindakan komunikasi kepemimpinannya lebih bersifat sosial. Area model ketiga, menggambarkan subjektivitas informan memahami moral dan etika pemberdayaan perempuan yang tergolong rendah, namun pemahamannya terhadap pemberdayaan ekonomi usahanya tinggi. Tindakan komunikasi kepemimpinannya menitikberatkan pada pekerjaan atau tugas. Sedangkan area model empat, menggambarkan subjektivitas informan memahami etika dan moral pemberdayaan perempuan dan pemahaman pemberdayaan ekonomi yang cenderung tinggi. Disini komunikasi kepemimpinan yang terlihat lebih menekankan pada pekerjaan atau tanggung jawab dengan tetap mempertimbangkan keunikan

perempuan. Area model ini adalah kondisi ideal, namun pada kenyataannya tidak ada informan yang benar-benar ideal karena kecenderungan aspek ekonomi lebih mendominasi.

Selain itu, dari temuan-temuan dan penelusuran hasil penelitian, dapat diperoleh pula kesimpulan bahwa ;

- 6) Pola tindakan komunikasi perempuan pengusaha memberdayakan perempuan pekerja ini memiliki karakter-karakter dasar yaitu selalu berusaha menciptakan komunikasi terbuka, bersedia mendengarkan dan menyimak, mempersuasi, dan mengutamakan dialog.
- 7) Seorang perempuan pengusaha menjalankan usahanya dengan berpegang pada keyakinannya pada prinsip-prinsip yang diperolehnya dari bangku sekolah; pengalaman kehidupan yang mengajarkannya tentang norma-norma sosial budaya yang berlaku terutama yang berkenaan dengan perempuan seperti kebiasaan perempuan yang selalu mengutamakan keakraban untuk menciptakan hubungan yang harmonis; dan pemahaman terhadap posisi dan peran perempuan dalam pandangan agama.
- 8) Dari penelusuran hasil penelitian juga menunjukkan bahwa masalah komunikasi kepemimpinan perempuan pengusaha yang memberdayakan perempuan pekerja tidaklah tepat bila dinilai dari sudut pandang benar dan salah. Pemberdayaan perempuan pekerja lebih cenderung kepada pertimbangan etika yang sangat erat kaitannya dengan kesadaran subjektif masing-masing perempuan memaknai kehidupan hasil interaksinya dengan orang lain dimana mereka hidup bersama.

5.2 Saran

- 1) Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan paradigma subjektif interpretif yang meletakkan titik beratnya pada studi konstruksi social yang mengakar pada tradisi fenomenologi. Konsekuensi logis yang mengikutinya adalah hasil penelitian yang diperoleh tidak dapat digeneralisasi dalam setiap kasus di Kota Bandung. Mengingat potensi yang dapat dieksplorasi model tersebut, sebagai acuan pendukung bagi para praktisi maupun ilmuwan untuk menganalisis dan memahami kondisi yang ada di lapangan sebelum melakukan tindakan-tindakan preventif atau kuratif tertentu, ada baiknya bila dilakukan penelitian-penelitian survey lanjutan berperspektif objektif.
- 2) Aspek subjektif menentukan bagaimana perempuan memberdayakan perempuan lagi. Untuk mewujudkan kondisi ideal seperti dijelaskan pada area model 4 ada baiknya langkah-langkah pengarusutamaan jender sudah dilakukan sedini mungkin tidak saja kepada perempuan tetapi juga laki-laki melalui peningkatan pendidikan dan pemahaman beragama.
- 3) Perempuan perlu mengesampingkan sejauh mungkin ketidakpercayaan diri, menunjukkan jati diri sejati, dan kemampuan serta potensi yang dimiliki. Perempuan tidak perlu merasa rendah diri dengan sifat khas yang dimilikinya seperti senang berbicara, melindungi, perhatian, senang membangun relasi, senang kedamaian, welas asih, dan berempati, serta kemampuan melakukan berbagai macam pekerjaan sekaligus dalam satu

waktu. Sifat-sifat itu merupakan kelebihan yang justru perlu untuk dikembangkan ketika menjadi seorang pemimpin.

- 4) Persetujuan suami atas kegiatan usaha istrinya menentukan bagaimana perempuan menunjukkan potensi dirinya. Persetujuan ini memberikan konsekuensi bahwa “pintu kesempatan” yang diperoleh istri akan sangat ditentukan oleh laki-laki suaminya. Akan menjadi lebih baik bila bila persetujuan ini merupakan “kesepakatan pemahaman” bukan persetujuan sehingga konsekuensi yang timbul adalah kerjasama.
- 5) Ada baiknya bagi setiap organisasi usaha mengelola proses komunikasi di dalamnya secara terlembaga atau menjadi suatu bidang kerja atau garapan tersendiri (state of being). Komunikasi lebih dari sekedar motor perkembangan usaha.
- 6) Dalam kondisi organisasi yang paling rendah atau minimal sekalipun, pemberdayaan manusia masih dapat dilakukan. Pemberdayaan manusia bukan berarti hanya dilakukan melalui transfer ketrampilan atau ilmu saja tetapi dapat juga melalui sosialisasi dengan membangkitkan kesadaran penghargaan atas diri sendiri yang melibatkan proses komunikasi.
- 7) Masalah perempuan bukan hanya tindak kekerasan saja. Masih banyak permasalahan perempuan lain yang juga perlu mendapat perhatian dan mencakup semua aspek kehidupan manusia yang tidak mungkin hanya ditangani oleh satu bagian saja. Hendaknya Pemerintah Kota Bandung dalam setiap pengambilan keputusan atau kebijakan selalu menimbang dan

kelebihan dan kekurangan yang dimiliki oleh baik laki-laki maupun perempuan (pengarusutamaan jender /gender mainstreaming).

- 8) Undang-undang ketenagakerjaan yang melindungi hak-hak perempuan hanya terbatas pada unit-unit usaha formal. Sementara jumlah unit usaha formal jauh lebih sedikit jumlahnya daripada usaha non formal. Ada baiknya bila peraturan yang berlaku tersebut juga mencakup perlindungan bagi perempuan pekerja yang bekerja pada usaha sektor informal. Sumbangsih yang mereka berikan sangat besar, hanya saja selama ini tidak pernah terdata sehingga kurang mendapat perhatian. Satu-satunya perlindungan yang mereka peroleh adalah etika moral kemanusiaan dan kasih sayang “sang majikan” yang sifatnya sangat relatif.
- 9) Ada baiknya bila pemberdayaan perempuan melalui sesama perempuan dalam konteks organisasi usaha menjadi salah satu program pemberdayaan perempuan yang diatur dalam suatu perundang-undangan yang disusun oleh pihak-pihak terkait seperti pemberdayaan perempuan dan koperasi. Gagasan tersebut tidak hanya sekedar himbauan saja, akan tetapi menjadi suatu kewajiban yang mengikat bagi siapa saja untuk menaatinya.
- 10) Pemberdayaan perempuan oleh sesama perempuan dilakukan dengan membangun keakraban. Hendaknya pemberdayaan perempuan tidak hanya dilakukan di kota-kota saja. Sebaiknya kegiatan itu digiatkan pula bagi mereka yang berada pada level bawah seperti di pasar-pasar tradisional. Relasi keakraban yang mereka bangun selama ini merupakan warisan tradisi norma budaya yang menjadi ciri khas bangsa.

DAFTAR PUSTAKA

- Editus Adisu & Libertus Jehani. 2006. *Hak-Hak Pekerja Perempuan*. Tangerang : Agromedia Pustaka
- Buchari Alma.2005. Edisi Revisi.*Kewirausahaan*.Bandung :CV Alfabeta.h.24-25, 31-30
- _____. 1998. *Pengantar Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta. h. 96
- Babbie, Earl. 2004. *The Practice of Social Research*. 10th Edition. Belmont : Wadsworth/Thomson Learning Inc. h. 336-381
- Baldwin, John R., Stephen D. Perry, & Mary Anne Moffitt. 2004. *Communication Theories for Everyday Life*. Boston : Pearson Education h.289-305
- Beckman, Peter R & Francine D'Amico (ed). *Women, Gender, and World Politics*.Westport : Bergin & Garvey h. 161
- Berger, Peter L, & Thomas Luckman. 1990.*Tafsir Sosial Atas Kenyataan*. Jakarta : LP3ES. h.1,33,185-186
- Brooks, Ann. 1997. *Posfeminisme & Cultural Studies*. Bandung : Jalasutra h.24
- Burhan Bungin. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada. h. 1-7
- Charon, Joel M. 1979. *An Introduction, An Interpretation, An Integration Symbolic Interactionism*. New Jersey : Prentice Hall Inc. h.82-82
- Creswell, John W. 1998. *Qualitative Inquiry and Research Design*. California : Sage Publications. h.5,111-114,121,148-149
- Daft., Richard L. 2005. *The Leadership Experience*. Canada : South-Western-Thomson Corp. h.298-300,302-304,315,342,345,439
- Denzin, Noman. K., & Yvonna S. Lincoln. 2000. *Handook of Qualitative Research*. USA : Sage Publications h.197
- Djalaluddin Rakhmat. 1991. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya

- Edi S. Ekadjati. 2005. *Studi Pendekatan Sejarah Kebudayaan Sunda*. Jilid 1. Jakarta : PT Dunia Pustaka Jaya. h.7-8,93,168-174
- Edy Zaques. 2004. *Kalau Kaya Ngapain Sekolah*. Yogyakarta : Gradien Book h.103-117
- Ermaya Suradinata. 2006. *Otonomi Daerah da Paradigma Baru Kepemimpinan Pemerintahan dalam Politik dan Bisnis*. Jakarta : Suara Bebas h.123
- Fisher, B. Aubrey. 1986. *Teori-Teori Komunikasi*. Bandung : CV Remadja Karya h.241
- Flick, Uwe, Ernst von Kardoff & Ines Steinke. 2004. *A Companion to Qualitative Research*. London : Sage Publications h.89-94
- Gadis Arivia. 2006. *Feminisme : Sebuah Kata Hati*. Jakarta: Buku Kompas. h.21, 115
- _____. (penyunting bersama Adriana Venny) 2004. *Menggalang Perubahan : Perlunya Perspektif Gender dalam Otonomi Daerah*. Jakarta : Yayasan Jurnal Perempuan. h.75, 161
- _____. 2003. *Filsafat Berperspektif Feminis*. Jakarta : Yayasan Jurnal Perempuan. h.6,11
- Giddens, Anthony. 1986. *Kapitalisme dan Teori Sosial Modern*. Jakarta : UI Press. h.117
- Griffin E.M. 2000. *A First Look at Communication Theory*. USA ; The MacGraw-Hill. h.64,54-55,261,451
- Griffin, Gabriele etc.(Ed). 2000. *Feminist Theory*. Volume 1, Number 1. London : Sage Publications. h.5
- Harry Hikmat. 2006. *Strategi Pemberdayaan Masyarakat*. Bandung : Humaniora Utama Press h.1,43-44,298-304
- Hamadeh-Banerjee, Lina & Paul Oquist. dalam PATTRIO (red). *Gambaran Umum :Partisipasi Politik Perempuan dan Tata Pemerintahan yang Baik : Tantangan Abad 21*. Jakarta : UNDP h.1-5
- Hamilton, Malcolm. 2001. *The Sociology of Religion*. 2nd Edition. London : Routledge h.55
- Hendropuspito,D.1994. *Sosiologi Agama*. Yogyakarta : Penerbit Kanisius h.70-75

- Hollinger, Robert. 1994. *Postmodernism and The Social Science*. California : Sage Publications h. 162-163
- Hughes, Richard L., Robert C. Ginnet & Gordon J. Curphy. 2002. *Leadership: Enhancing The Lessons of Experience*. New York : McGraw Hill.h.7,49-50
- Imam Suprayogo & Tobroni.2001. *Metodologi Penelitian Sosial-Agama*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.h.133-134
- Karam, Azza. 2003. dalam PATTRIO (red). 2003. *Gambaran Umum : Partisipasi Politik Perempuan dan Tata Pemerintahan yang Baik.: Tantangan Abad 21*.Jakarta : UNDP h.23
- Judistira Garna. 1999. *Metoda Penelitian : Pendekatan Kualitatif*. Bandung : CV Primaco Akademika h.32-33
- Kirk, Gwyn & Margo Okazawa-Rey. 2004. *Women's Lives: Multicultural Perspectives*. New York : McGraw-Hill.h.12-17
- Komnas Perempuan. 2002.*Peta Kekerasan : Pengalaman Perempuan Indonesia*. Jakarta : Ameenpro h.186-187
- Lexy J Moleong. 2006. Edisi Revisi. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya h.4,157,223-224,324,326-334
- Lindlof, Thomas R. 1995. *Qualitative Communication Research Methods*. New Delhi : Sage Publications
- Lips, Hilary M.2003. Second. Edition. *A New Psychology of Women*.New York : McGraw-Hill Companies Inc.h.6,461,470
- Littlejohn, Stephen W. 2002. *Theories of Human Communication*. USA : Wadsworth Publishing Company h.47.89-90,250,258,239-241
- Mandel, Nancy (ed). 2001. *Feminist Issue: Race, Class, and Sexuality*. 3rd Edition. Toronto : Prentice Hall. h 280
- Mansour Fakhri. 2004. *Analisis Gender & Transformasi Sosial*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar. h.9
- Martin, Roderick. 1990. *Sosiologi Kekuasaan*. Jakarta : Rajawali Press. h.193-243
- Maxwell, Joseph A. 1996. *Qualitative Research Design*. USA : Sage Publications
- McKenna, Eugene. 2000. Third Edition *Business Psychology and Organizational Behaviour*. New York : Psychology Press h.355-357

- Meredith. 1996. *Kewirausahaan*. Jakarta : LPPM h.5
- Miller, Katherine. 2002. *Perspectives, Processes, and Context Theories Communications*. Belmont : Wadsworth Publising Company h.5-8
- _____ 2003. *Organizational Communication*. Belmont : Wadsworth Publising Company h.117-118
- Miles, Matthew B. & A. Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta : UI Press h.16-21
- Mulyana, Deddy. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya h.30,60,73,74
- Murniati, A. Nunuk P.,2004. *Getar Gender*. Buku 1 & 2. Jakarta : Yayasan IKAPI & The Ford Foundation h.xix,33-40
- Noeng Muhadjir. 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi III. Yogyakarta : PT Bayu Indra Grafika. h 13, h 138-139
- Nope, C.Y. Marselina. 2005. *Jerat Kapitalisme Atas Perempuan*. Yogyakarta : Resist Book h.7-25,51-52
- Neuman, W. Lawrence. 2003. Fifth Edition. *Sosial Research Methods : Qualitative and Quantitative Approaches*. Boston : Allyn and Bacon h.31,354-355,357
- Pace, R. Wayne & Don F. Faules. 1998. *Komunikasi Organisasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya h.17,33,251,257-258,264-265,293
- Patton, Michael Quinn. 2002. *Qualitative Research & Evaluation Methods*. 3rd Edition. USA : Sage Publication h.4,96,312-313,556
- Pearson, Judy Cornelia. 1985. *Gender and Communication*. Dubuque, Iowa :Wm. C. Brown Company h.122,130-137,201-220,245,254-255,323-343
- Perelberg, Rosine Jozef & Ann C. Miller. 1990. *Gender and Power in Families*. New York : Routledge h.258
- Poloma, Margareth M. 1994. *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada h.28

- Putnam, Linda L & Frederic M. Jablin (ed.). 2001. *The New Handbook of Organizational Communication : Advances in Theory, Research, and Methods*. California : Sage Publications
- Radford, John. 1998. *Gender And Choice In Education And Occupation*. London : Routledge h.37-41,117-118
- Senen, I Wayan.2005. *Perempuan Dalam Seni Pertunjukkan di Bali*. Yogyakarta: BP ISI Yogyakarta h.9-10,12,16-19,30-32
- Shihab, Quraish. 2005. *Perempuan*. Tangerang : Lentera Hati
- Siti Musdah Mulia & Anik Farida. 2005. *Perempuan dan Politik*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama h.3,12-13,24
- _____. 2004. *Muslimah Reformis*. Bandung : PT Mizan Pustaka h.xxv,xxxi,42-45
- Siti Muslikhati. 2004. *Feminisme dan Pemberdayaan Perempuan dalam Timbangan Islam*. Jakarta : Gema Insani. h.19-48
- Soenarjati Djajanegara. 2003. *Kritik Sastra Feminis*. Jakarta : PT Gramedia h.1-14
- Stamm, Liesa & Carol D. Ryff (Ed).1984. *Social Power and Influence of Women*.USA : Westview Press Inc.
- Sterwart,Aileen Mitchell. 2006. *Empowering People*. Yogyakarta : Kanisius h.112-128
- Strauss, Anselm & Juliet Corbin. 2003. *Dasar-Dasar Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. h.7
- Sudarsono K. Kartodowiro. 2006. *Bandung Kilas Peristiwa di Mata Filatelis : Sebuah Wisata Sejarah*. Bandung : PT Kiblat Buku Utama. h 380-381
- Tong, Rosemarie Putnam. 1998. *Feminist Thought*. Bandung : Jalasutra
- Tubbs, Stewart L. & Sylva Moss. *Prinsip-Prinsip Dasar Human Communication*. Bandung : PT RemajaRosdakarya h.56
- Wallace, Ruth A. & Alison Wolf. 1986. *Contemporary Sociological Theory : Continuing The Classical Tradition*. 2nd Edition. New Jersey : Prentice Hall Inc.h.196,199,204-206

- Walsh, George & Frederick Lehnert. 1972. *The Phenomenology of The Social World*. London : Heinemann Educational Books h.5-16
- Widayati, Endah. 2005. *Kisah Sukses Pebisnis Muslimah Indonesia*. Jakarta : Pustaka Al Kautsar. h.4-22
- Yukl, Gary. 1994. *Kepemimpinan dalam Organisasi*. Edisi kelima. Jakarta : PT Indeks. h.167-175
- Zeitlin M. Irving. 1998. *Memahami Kembali Sosiologi Kontemporer*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.

Sumber-Sumber Lain :

- Brashers, Dale.E. 2001. *Communication and Uncertainty Management*. Journal of Communications No. 3 : 477-493
- Paige, Edley. P. 2004. *Entrepreneurial Mother's Balance of Wok and Family*. Dalam Buzanell, Patrice, Helen Sterk & Lynn H. Turner. (red) *Gender in Apllied Communication Contexts*. California : Sage Publications h.255-273
- Harry Hikmat. 2003. Tesis : *Marjinalisasi Komunitas Lokal dalam Perspektif Kontingensi Strategi Pemberdayaan Masyarakat*. Bandung : Pascasarjana : Unpad
- Ieke Sartika Iriany. 2000. Tesis : *Dukungan Lingkungan Sosial Terhadap Aktifitas Peran-Ganda Perempuan Keleas Menengah Etnik Sunda*. Bandung : Pascasarjana : Unpad
- Masniati Ahmad. 2001. Tesis : *Aksesibilitas Tenaga Kerja Wanita dalam Hubungan Kerja Gender pada Agribisnis Sapi Perah*. Bandung : Pascasarjana Unpad.
- Mien Hidajat. 2007. Modul Kuliah PS Ilmu Komunikasi. Metodologi Penelitian : Perbedaan Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung :PPS Unpad
- Nina Winangsih Syam. 2002. Naskah Orasi Ilmiah Pidato Pengukuhan Jabatan Guru Besar : *Rekonstruksi Ilmu Komunikasi Perspektif Pohon Komunikasi dan Pergeseran Paradigma Komunikasi Pembangunan Dalam Era Globalisasi*. Bandung : UNPAD
- Pradewi Iedarwati. 2003. *Karakteristik yang Dihubungkan dengan Pandangan tentang Laki-Laki dan Perempuan : Studi Stretipe Gender terhadap Kelompok Mahasiswa di Jabotabek*. Majalah Ilmiah Unika Atama Jaya No 2. h. 1-19

Redaksi Jurnal Perempuan No.42/2005. *Prolog : Perempuan Dalam Dimensi Kemiskinan*. Jakarta : YJP

Scheler, Max. 2004. Hand Out Journal compiled by Deddy Mulyana. *Some Structures of The Life-World*

Syukur, Muhammad. 2003. Tesis : *Perempuan Pedagang Antarpulau dalam Keterlibatan Pengambilan Keputusan pada Keluarga Bugis*. Bandung : Pascasarjana Unpad

Internet :

Ahl. Helene J. 2003. *The Scientific Reproduction of Gender Inequity A Discourse Analysis of Research Articles on Women's Entrepreneurship*. (sumber: http://www.5thfeminisist.lu.se/filer/pper_346.pdf)

Armour, Stephanie. 2005. *Do Women Compete in Unhealthy Ways at Work ?* (sumber : <http://proquest.umi.com>, ID Number 952637421)

Bakker, J.I. (Hans). 1994. *The Life World, Grief and Individual Uniqueness : "Social Definition in Dilthey, Windelband, Rikert, Weber, Simmel and Schutz*. (sumber : http://www.uoguelph.ca/~vincent/hbakker/life_world.htm)

Dreher, Jochen. 2003. Abstract ProQuest (Jurnal elektronik PPS Unpad; Human Studies) Article Id : 5120956 : *The Symbol and The Theory of The Life World : "The Transcendences of The Life World and Their Overcoming by Sign and Symbols*. h : 141-163. Kluwer Academic Publisher

FORKOMSAM (Forum Koordinasi Antar Staf Ahli Di Lingkup Kesejahteraan Rakyat). 2004. *Analisis Hasil Kajian Keterwakilan Perempuan dalam Proses Pengambilan Keputusan*. Jakarta : Kementerian Pemberdayaan Perempuan (sumber: <http://www.menegpp.go.id>)

Hari Sunaryo & Nurul Zuriah. 2004. *Pola Pengambilan Keputusan dalam Keluarga Wanita Karier di Kota Malang*. Malang : Pusat Studi Wanita dan Masyarakat Lembaga Penelitian Universitas Muhammadiyah (sumber: <http://www.menegpp.go.id>)

Harris, Scott R. 2000. Abstract ProQuest (Jurnal elektronik PPS Unpad; Human Studies) Article Id : 272023 : *The Social Construction of Equality in Everyday Life* . h : 371-393. Kluwer Academic Publisher

Hatta, Meutia. 12 April 2005. Berita Meneg Pemberdayaan Perempuan : *Kebijakan dan Strategi Pembangunan Pemberdayaan Perempuan* (sumber: <http://www.menegpp.go.id>)

Hidayatullah, Syarif dan M. Mukhtasar. *Etika Al Qur'an Bagi Peran Publik Perempuan*. Yogyakarta : Pusat Studi Islam Universitas Gajah Mada. (<http://www.menegpp.go.id/admin/upload/statistik/jurnal/1103524246/ETIKA%20Al.doc>)- file versi html

Wilson, T.D. 2002. *Alfred Schutz, Phenomenology and Research Methodology for Information Behavior Research*.

From : <http://informationr.net/tdw/publ/papers/schutz02.html>

Surat Kabar & Majalah

Angela H Wahyuningsih.(red) Majalah Femina. No. 33/2005. *Ketika Bunda Harus Memilih*

Dibyو Hartono. 16 April 2006. Artikel Desain HU Kompas : *Arsitektur Bersejarah dan Citra Kota Bandung*.

Dwi Bayu Radius. 21 Oktober 2006. Berita Usaha Mikro HU Kompas : *Sudah Ada Sejak Masa Penjajahan Belanda*

Henni T Solaeman.(red). Majalah SWA No. 8/2006. *Dan, Derap Perempuan pun Kian Bergemuruh*.

Heri Rustan 2006. 15 April 2006. Berita HU Republika : *Kekerasan Kian Ancam Perempuan*.

Joanita Roesma.(red). Majalah Femina. No. 15/2006. *Semua Dijalani Tanpa Beban*.

Kartasmita, Ginandjar. 23 Desember 2006. Opini HU Pikiran Rakyat : *Optimisme Perekonomian 2007*

Moh. Hilmi Faiq dkk. 23 September 2006. Liputan Khusus HUT Ke-196 Kota Bandung HU Kompas : *"Bandung Heurin Ku Runtah"*

Pangesti A Berardus. (red). Majalah Femina. No. 36/2005. *PRT Juga Manusia*.

Redaksi HU Pikiran Rakyat 14 Oktober 2006. Berita: *9.5 Juta Warga Jabar Masih Miskin*

Redaksi HU Pikiran Rakyat 21 Oktober 2006. Berita.: *Jawa Barat Jadi "Pilot Project"*

Redaksi HU Pikiran Rakyat 2 Desember 2006. Berita: *Pemprov Beri Porsi Bagi Perempuan*

Redaksi HU Pikiran Rakyat 4 Desember 2006. Berita: *Dewi Sartika, Jasa Besar Terlupakan*

Sudarmadi dkk (red). Majalah Swa No. 18 : Edisi Khusus 2006. Sajian Utama : *Barisan Pebisnis Berkilau dari Daerah.*

GLOSARI

B

Budaya patriarkhi : budaya yang memiliki sistem norma dan nilai menempatkan laki-laki sebagai pusat kekuasaan

C

CCTV : Closed Circuit Television. Kamera pemantau untuk mengetahui suatu keadaan pada lokasi tertentu. Biasanya digunakan sebagai alat atau sarana untuk membantu menjaga keamanan dan diletakkan di tempat-tempat tersembunyi yang nyaris tidak diketahui oleh orang lain

F

Feminis : perspektif merujuk pada cara pandang yang menekankan pada kesadaran perempuan untuk bangkit memperoleh kehidupan yang lebih baik.

I

Interpretif : pemaknaan atas realitas

J

Jender : berkenaan dengan harapan-harapan sosial terhadap sifat yang sepantasnya melekat pada perempuan/feminin dan laki-laki/maskulin.

K

Komunikasi : tindakan sosial manusia dalam proses pertukaran simbol-simbol bermakna

Komunikasi Kekuasaan : kapabilitas atau kemampuan seseorang untuk melakukan tindakan sosial manusia mempertukarkan simbol-simbol bermakna (komunikatif) untuk mendominasi sebagai suatu kekuatan dalam komunitas/kelompok masyarakat.

Komunikasi Kepemimpinan : kapabilitas atau kemampuan seseorang untuk melakukan tindakan sosial mempertukarkan simbol-simbol bermakna (komunikatif) dengan maksud mempengaruhi aktivitas tindakan atau perilaku individu lain dalam kelompok sebagai usaha mencapai tujuan bersama. Kepemimpinan juga bisa dilihat sebagai suatu kekuatan hierarki atau pengendali.

Komunikasi Pemberdayaan Perempuan : tindakan komunikatif manusia sebagai upaya untuk mengembangkan potensi unik yang dimiliki oleh perempuan sehingga mampu untuk memiliki rasa percaya diri, mandiri dan mampu berpartisipasi aktif dalam menentukan kehidupannya tanpa merusak tatanan nilai budaya yang ada

Konstruksi Jender : bentuk realitas atau produk kehidupan sosial yang dibangun secara bersama-sama di dalam masyarakat yang menentukan perbedaan peran antara laki-laki dan perempuan baik di dalam keluarga ataupun dalam masyarakat. Produk ini bersifat sosio histories dan dapat berubah-ubah sesuai dengan tuntutan jaman

Konstruksi Sosial : manusia menghasilkan bentuk sosial dirinya sendiri. Perjalanan kehidupan masyarakat dipandang sebagai produk manusia dan manusia sendiri merupakan produk dari masyarakat.

Konstruktivism : Studi sosial yang memandang bahwa realitas ini sangatlah beragam karena masing-masing individu memiliki pengalaman dan andangannya sendiri-sendiri

M

MDG : Millenium Development Goals/kesepakatan bersama negara-negara di dunia untuk bersama-sama mencapai kesejahteraan manusia yang meliputi pengentasan kemiskinan, pemerataan pendidikan, perlawanan terhadap penyakit, persamaan jender, penurunan angka kematian anak, peningkatan kesehatan ibu, pelestarian lingkungan hidup dan kerjasama global.

O

Organisasi bisnis : suatu wadah yang dibentuk oleh sekelompok manusia secara bersama-sama berusaha dan bekerjasama untuk memperoleh keuntungan/profit

P

Pekerja perempuan : perempuan yang berperan sebagai pegawai atau karyawan

Perempuan Pengusaha : perempuan yang kreatif menemukan suatu inovasi baru, memperkenalkan dan menyebarkan temuannya kepada masyarakat

Perspektif : cara pandang melihat suatu realitas

Perspektif Subjektif : cara pandang terhadap suatu realitas berdasarkan orang yang mengalaminya sendiri

Perspektif Objektif : cara pandang terhadap suatu realitas berdasarkan orang lain yang melihat suatu realitas

Posfeminis : studi perempuan yang mempersoalkan adanya perbedaan dalam perempuan sendiri dibahas oleh kaum posfeminisme yang berkembang tahun 1980-1990an

S

Stereotype : generalisasi mengenai kelompok manusia, objek, atau peristiwa, yang dianut oleh suatu budaya tertentu.

RIWAYAT HIDUP



Lahir 34 tahun yang lalu di Bogor, 13 Februari 1973, anak kelima dari enam bersaudara dari pasangan Sutarwi Surowinoto (alm) dan Mukarti (alm). Pada tanggal 14 November 2000, menikah dengan Joko Indarto, putra bungsu dari pasangan Setiardjo Sastrosoemarto dan Tiksnokamaria,. Kini dikaruniai 2 orang putra, Naufal Baqir Hafizh Ridarto (5 tahun) dan Ridhalla Afkar Muharram Sulthan Ridarto (3 tahun).

Pendidikan Formal

2004 sampai sekarang : Mahasiswa Program Doktor Ilmu Komunikasi UNPAD
 Agt 1998 - Mei 2001 : Mengikuti Program S2 Ilmu Komunikasi UNPAD
 Agt 1991 - Mei 1996 : Mengikuti pendidikan S1 jurusan *Public Relations* Fikom UNPAD
 1979 – 1991 : Mengikuti pendidikan dasar dan menengah di Bogor

Pengalaman Bekerja

Juni '03-sekarang : Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Paramadina Jakarta
 Okt '01- Des '03 : Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Komputer (UNIKOM) Bandung
 Agt – Nov 2000 : *Public Relations* PT FIT U *World Class Garment Industry* Bandung
 1996 – 1999 : Mengajar privat bahasa Inggris dan musik serta memberikan jasa terjemahan bahasa Inggris
 1997 – 1998 : Pengajar paruh waktu di Lembaga Pendidikan Triguna Bogor
 Feb – Sept 1998 : Staff *Corporate Planning & Business Development Dept.* Bumi Laut Group Jakarta
 Okt – Des 1996 : Staff *Finance & Accounting Dept.* of PT Asuransi Mitsui Marine Indonesia Jakarta
 Juni – Juli 1996 : Mengikuti *Jobtraining* Divisi *Public Relations* PT IPTN
 April – Mei 1996 : Mengikuti *Jobtraining* pada Biro Kehumasan Pemda TK I Jawa Barat

Penghargaan

- Mendapatkan Beasiswa Program Pascasarjana (BPPS) dari Departemen Pendidikan Indonesia untuk mengikuti pendidikan S3 pada Program Pascasarjana Universitas Padjadjaran di Bandung
- Mendapatkan Beasiswa Urge Project Batch V untuk mengikuti pendidikan S2, dana hibah Bank Dunia melalui Departemen Pendidikan Indonesia
- Lulus S2 Ilmu Komunikasi dengan predikat Sangat Memuaskan
- Lulus S1 dengan predikat Cum Laude
- Mendapatkan penghargaan dari Kawai pada acara konser musik klasik di Bogor

Pengalaman Berorganisasi

- Aktif dalam kelompok Seni Tari Sunda, Rampak Sekar dan Seni Degung di Bogor (1982-1987)
- Aktif dalam beberapa kegiatan Himpunan Mahasiswa (HIMA) PR FIKOM UNPAD
- Kesekretariatan Studi Banding Mahasiswa PR '91 FIKOM UNPAD ke UGM Yogyakarta, tahun '92
- Anggota Paduan Suara UNPAD
- Koordinator/Sekretaris Mahasiswa Program S2 Ilmu Komunikasi angkatan 1998
- Relawan LSM Perempuan lokal Bandung Instead (3 bulan, 1999)
- Koordinator/Sekretaris Mahasiswa Program Doktor Ilmu Komunikasi angkatan 2004
- Koordinator Studi Banding Mahasiswa Program Doktor Ilmu Komunikasi angkatan 2004 ke Flinders Univ. Adelaide & Swinburne Univ. Melbourne Australia, Mei 2005

Karya Tulis dan Penelitian

Artikel

- Keluarga Saya Menyukai Sereal NESTLÉ, Nov 2006
- Memahami Fenomenologi Kesadaran Intersubjektif Alfred Schutz, Jurnal Univ Paramadina, Vol 4 No. 2, Maret 2006.
- Bila Feminisme Berkomunikasi Di Tengah Peradaban Islam Dan Barat, Mei 2005
- Menguak Tabir Emosi dalam Mencari Kebenaran, 2005
- Membedah Proses Komunikasi Pandangan Dramaturgi Erving Goffman dan Kenneth Burke, 2005
- *Media and Disabled Women Image Representation*, dipresentasikan pada waktu Studi Tour ke Women's Studi Dept. Flinder's University Adelaide, Australia, 5 Mei 2005
- Kecerdasan Komunikasi dalam Dunia Pendidikan, 2005
- Kecemasan Itu Tak Beralasan, Renungan dalam Majalah Ayabunda, No. 3, 3-16 February 2005
- Fasilitas Internet Andalan Keberhasilan *Marketing Public Relations ?* Jurnal Univ MercuBuana, Vol 2, No. 6, Feb 2004
- "Bila Perempuan Menyoal Kenaikan Harga BBM, 2003

Penelitian

- Tipikasi Komunikasi Ekspresif Ketika Harus Berpisah hasil penelitian, Majalah Univ Pelita Harapan, Vol IV/1, Oct-Dec 2005.
- Model Perempuan Selebriti Dalam Televisi Yang Dikonstruksi Para Ibu Rumah Tangga, 2005
- Transisi Identitas : Studi Kasus Perempuan Dewasa Penyandang Cacat Bukan Bawaan, 2005
- Perempuan dalam Cerita Pendek (Analisis Isi Perempuan Dalam Cerita Pendek Majalah Femina), 2005
- Pengaruh Dinamika Komunikasi Kelompok Terhadap Kepuasan Mahasiswa (Studi Terhadap Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNIKOM, 2002)

Seminar

Aktif mengikuti beberapa seminar diantaranya adalah ;

- 5 Juli 2007 : Seminar Nasional Implikasi Teknologi Komunikasi Terhadap Globalisasi Informasi Publik yang diselenggarakan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara Jakarta.
- Mei 2005 : Bilateral Seminar "Media and Communication, diselenggarakan oleh Faculty Life & Science, Swinburne University of Technology, Melbourne, Australia dan Peserta Studi Tour Program Doktor Komunikasi UNPAD
- 28 Maret 2005 : Seminar Nasional Demokratisasi Melalui Regulasi Penyiaran diselenggarakan oleh Jurusan Ilmu Jurnalistik FIKOM UNPAD
- 29 Agt 2004 : Hak Kekayaan Intelektual, diselenggarakan oleh Tim Asistensi Mahasiswa Baru Program Pascasarjana UNPAD
- 17 Sept 2003 : Seminar Nasional Renaissans Islam, diselenggarakan oleh *Islamic College for Advanced Studies (ICAS) – Paramadina Jakarta*
- 28 Maret 2002 : Forum Diskusi Antara Bank Indonesia Dengan Perguruan Tinggi di Jawa Barat, "daya Saing Dunia Usaha dan Perbankan di Era Otonomi Daerah, diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomi UNPAD dan Bank Indonesia
- 23 Maret 2002 : Kuliah Kenangan dan Apresiasi Prof. Dr. H. Surachman Sumawihardja, SE. : Mengembangkan Keunggulan Bersaing Usaha Kecil dan Menengah Untuk Mencapai Posisi Pasar yang Kuat dan Berkesinambungan dalam Era Global
- 4 Maret 1996 : Kewirausahaan Indonesia : Strategi, Peluang, dan Tantangan dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global, diselenggarakan oleh Koperasi Mahasiswa UNPAD
- 10-11 Jan 1996 : Seminar Nasional Interaksi Aktif Perguruan Tinggi – Industri – Pemerintah dalam Pengembangan Kewirausahaan di Kampus, diselenggarakan oleh KOKESMA ITB

Kontak :

PS Ilmu Komunikasi Fakultas Falsafah dan Peradaban Universitas Paramadina
 Jl Gatot Subroto Kav 96-97 Mampang Jakarta 12700
 Tel : 62-21-79181188 (hunting), Fax : 62-21-7993375
 Mobile phone : 081 5604 0532
 Alamat email : rini.sudarmanti@paramadina.ac.id

Informan 1 (Sht) :

Berlatar belakang budaya Bali dan beragama Hindu. Berusia sekitar 38 tahun dan memiliki seorang anak perempuan dan laki-laki. Suaminya bekerja di salah satu perusahaan BUMN. Ayah dan Ibunya berpendidikan SMA dan bekerja di hotel yang berbeda di kawasan Bali. Ia anak kedua dari tiga bersaudara.

Usaha sang kakek menjadi cikal bakal usaha keluarga yang dirintisnya. Sekitar tahun 1986 kakeknya memiliki usaha memproduksi genting. Kemudian usaha ini dikendalikan ibunya hingga sekitar tahun 1992an. Ibunya melihat barang-barang keramik yang mudah rusak dan dibuang di hotel tempatnya bekerja. Kondisi ini memberikan inspirasi untuk menghasilkan produk-produk *handycraft tableware* dari keramik yang berkualitas. Selepas pendidikan S1 Manajemen, ia mengambil alih kendali perusahaan dan mengembangkannya hingga ke mancanegara.

Usahanya yang bernuansa etnis Bali modern ini tidak mudah begitu saja dibangun. Pengalamannya berorganisasi dan sebagai model membantunya mengasah kepercayaan diri, kemandirian dan kemampuannya memimpin. Selain itu kondisi lingkungan yang seringkali memandang perempuan sebelah mata memberinya energi tinggi untuk bertekad menjadi yang terbaik.

Pada kenyataannya memang tidak mudah untuk mendapatkan pinjaman modal meskipun pasar yang menjanjikan sudah di depan mata. Ia harus melakukan berbagai hal untuk meyakinkan pemodal bahwa usahanya ini layak untuk diperhatikan. Seringkali ia harus berhadapan dengan pandangan-pandangan masyarakat yang memandang ragu pada dirinya sebagai pengusaha perempuan

muda yang belum menikah. Ia seringkali direndahkan dan dianggap masih bau kencur belum mengetahui apa-apa.

Untuk itu ia berusaha mengembangkan dirinya dengan terus dan terus belajar seperti mengikuti berbagai pelatihan komunikasi/PR untuk melancarkannya berbisnis terutama ketika bernegosiasi. Ia pun rajin mengembangkan wawasannya dengan membaca buku dan bertanya pada mereka yang lebih berpengalaman yang tergabung dalam organisasi pengusaha IWAPI Bali dan Bali Eksportir Club. Ibunya sendiri dipercaya sebagai ketua IWAPI Bali.

Hal yang menjadi tanggung jawabnya adalah bagian produksi dan pengembangan pasar. Untuk itu ia harus jeli menangkap peluang. Ia pun tidak ingin menampik setiap ada kesempatan yang dapat mengembangkan dirinya. Tawaran untuk berpameran di luar negeri pun diterimanya meski ia merasa tidak terlalu fasih berbahasa Inggris. Ia berusaha melatihnya dengan para ekspatriat yang seringkali ditemui di Bali.

Prinsipnya *learning by doing* dan *trial and error*. Melakukan kesalahan tidak membuatnya patah arang. Ia terus mengembangkan kepercayaan diri dan pola pikirnya sehingga mampu menggapai lebih luas lagi. Untuk itu ia selalu berusaha berpikir positif. Tantangan demi tantangan ia lalui dengan berusaha melihat segi positifnya. Ia berusaha untuk selalu cerdas melihat dan mendengar segala sesuatunya bahkan seringkali intuisi bermain di sana. Kesemuanya itu dipikirkannya masak-masaka untuk kemudian melakukan aksi atau tindakan.

Usahanya ini membuahkan hasil. Lambat laun orang mulai melirikinya. Keberhasilannya membuat ia mulai diperhitungkan dalam kancah bisnis. Ia

mampu mengembangkan dan menghasilkan laba bagi perusahaan yang tidak sedikit. Semula karyawan hanya ada 7 orang, di bawah kendalinya, perusahaan berkembang hingga 40 orang.

Meskipun mengelola perusahaan keluarga bukan berarti ia tidak bersikap profesional. Ia berusaha menempatkan segala sesuatunya pada porsinya. Ia tetap melihat produktivitas seseorang. Ia lebih menyukai mempekerjakan perempuan karena produk yang dihasilkannya ini memerlukan sentuhan kehalusan perempuan. Karyawan laki-laki biasanya ditempatkan di bagian pekerjaan kasar seperti mengangkat barang atau bagian pembakaran. Jumlah karyawan yang tidak terlalu besar memudahkannya untuk memantau. Meskipun begitu ia tetap menempatkan supervisor untuk setiap bagian.

Hal yang menurutnya paling menyulitkan adalah menemukan ide-ide kreatif untuk produksinya. Itu pun masih mendapat tantangan ketika mentransfer ide-ide itu untuk dikerjakan oleh karyawannya yang rata-rata berpendidikan SD. Untuk itu ia berusaha untuk memperpendek jarak dengan menyamakan persepsi dengan mereka. Ia memperlakukan karyawan layaknya sebagai keluarga. Saat ini ia membangun galeri kecil di rumahnya untuk memperkenalkan produk-produknya. Ia menghentikan kesibukannya dalam usaha bisnisnya tersebut untuk sementara waktu untuk mengurus keluarga dan anak-anaknya yang masih kecil. Saat ini operasionalisasi perusahaan dipegang oleh adik iparnya.

Informan 2 (Thn) :

Usaha café ini sudah berdiri sejak tahun 1930 secara turun temurun. Café ini pada mulanya milik sang ayah mertua yang berpendidikan akhir MULO. Ia lahir di Surabaya dan mengaku sebagai orang Jawa meskipun memiliki keturunan Tionghoa. Saat ini berusia di atas 60 tahun.

Ia tidak pernah terjun langsung. Ia merasa usianya sudah cukup tua dan untuk itu ia meminta bantuan adiknya untuk mengawasi langsung pegawainya sekaligus menghadapi para customer. Adiknya ini pernah bekerja di café dan hotel milik swasta di Jakarta. Setelah suami adiknya meninggal, ia memintanya untuk membantu operasional café.

Sebagian besar pegawainya beragama Islam, termasuk adiknya sendiri yang sudah menjadi muallaf. Ia dan suaminya beragama Kristen. Meski begitu ia tidak membatasi gerak para pegawainya namun berpesan untuk memegang etika menghargai orang yang berbeda agama. Misalnya tidak boleh terlalu ramai pada saat sahur tiba.

Ia sangat hati-hati dalam menentukan pegawainya. Ia merekrut pegawainya berdasarkan persaudaraan antar pegawai. Ia menyediakan asrama dan tidak berkeberatan bila para pegawainya membawa istrinya serta. Bahkan menurutnya, istri pegawai dapat turut membantu kegiatan di café sambil *memomong* anak.

Sementara itu bagi mereka yang belum menikah, terutama gadis ia sangat memantau dan dengan keras menentukan jam malam untuk kembali ke asrama. Ia merasa harus bertanggung jawab atas keselamatan mereka. Masalah gaji pun ia

tidak ikut campur untuk digunakan apa, namun ia tidak pernah lupa mengingatkan agar uang itu digunakan untuk hal-hal yang baik.

Pengawasan kepada pegawainya dilakukan dengan memasang alat pemantau yang letaknya tidak diketahui oleh para pegawai. Meskipun begitu pegawainya mengetahui bahwa gerak gerik mereka selalu diawasi. Untuk menghindari konflik, ia juga berpesan pada adiknya ini untuk tidak pernah menegur atau marah kepada para pegawainya. Untuk urusan yang berkenaan dengan hal itu, ia yang akan langsung melakukannya. Dengan demikian diharapkan suasana kerja akan lebih teratur dan lebih nyaman.

Pembagian pekerjaan berdasarkan kemampuan masing-masing. Saat itu ada sekitar 25 orang perempuan, dan 15 orang laki-laki. Pelayan, yang bekerja di depan meja depan, bertugas menghadapi konsumen langsung. Posisi tersebut biasanya diberikan kepada pegawai perempuan. Posisi sebagai juru masak dan petugas dapur lainnya, kebanyakan diberikan kepada laki-laki. Jumlahnya ada 6 orang dan harus menguasai semua jenis masakan. Ia juga sangat hati-hati dalam menempatkan orang, jangan sampai menimbulkan konflik diantara mereka atau kecemburuan sosial.

Semua pegawainya diberi kebebasan untuk makan dan minum, bebas berperilaku, tapi harus mengerti tugas dan tanggung jawab. Kebanyakan pegawai dari suku Sunda, sementara manajemen, termasuk dirinya berasal dari dari Tionghoa Jawa. Bahasa yang digunakan sehari-hari adalah bahasa Indonesia.

Informan 3 (Lt) :

Ibu dari tiga orang anak ini mempelajari bisnis jasa *outsourcing cleaning service* pertama kali ketika ikut terjun membantu saudaranya yang telah terlebih dahulu bergelut di bidang ini. Berbekal pengalaman itu, ia memberanikan diri melebarkan sayapnya, mengelola, dan mengatur bisnisnya secara mandiri sejak tahun 2002. Meskipun sudah memiliki bisnis sendiri, tidak berarti ia meninggalkan saudara yang telah memberikan kesempatan belajar. Ia tetap masih membantu bisnis saudaranya hingga saat ini. Jumlah total orang yang berada di bawah pengelolaannya sekarang kurang lebih 200 orang. Mereka itu tersebar menangani kebersihan gedung berbagai perusahaan swasta maupun instansi pemerintah.

Usahanya ini tidaklah mudah dibangun. Dengan modal seadanya, ia memberanikan diri untuk membangun usaha. Tekadnya untuk mendapatkan penghasilan menuntutnya untuk tahan banting, tidak mudah menyerah dan selalu tabah. Saat yang menurutnya paling berat adalah ketika harus mengetuk dari pintu ke pintu untuk menawarkan jasa, mencari klien/*user* yang berminat menggunakan pelayanannya.

Agar memberikan kesan professional dan tegas, ia sering mengedepankan penampilannya *mix* gaya feminin dan maskulin. Meski demikian tidak berarti segalanya menjadi lebih mudah, ia tetap harus melakukan negosiasi dan presentasi berkali-kali, bahkan ada yang memakan kurun waktu cukup lama (maks 3 tahun) untuk bisa meyakinkan *user*. Menurut pengalamannya untuk menembus perusahaan swasta lebih mudah daripada instansi pemerintah.

Ia tidak memilih-milih klien. Kontrak kerja yang berhasil diperolehnya meskipun bernilai kecil tetap dilakukannya dengan serius. Ia membagi tugas dan kewajiban yang harus dilakukan para karyawannya dengan teliti setiap hari dan minggunya dalam sebulan. Ia pun tidak segan-segan untuk terjun langsung mendidik dan melatih para karyawannya agar dapat bekerja dengan baik memenuhi keinginan *user*nya. Salah satu hal yang menyulitkan adalah makna bersih yang tidak seragam, sehingga ia harus memberikan ekstra pengertian kepada karyawannya.

Pada umumnya, karyawannya berpendidikan SD dan hampir semua karyawannya laki-laki, kecuali sesuai permintaan *user*. Menurutnya, pekerjaan bisnisnya ini sebenarnya tidak sesuai untuk dikerjakan perempuan. Sebagai contoh memanjat, membersihkan kaca atas dan langit-langit dinggapnya tidak pantas untuk dikerjakan oleh perempuan. Selain itu, pengalamannya mengajarkan bahwa perempuan seringkali sulit sekali dipegang komitmennya, mempunyai sikap dan perilaku yang kurang terpuji. Sementara baginya kejujuran, komitmen, kesopanan, rajin bekerja adalah modal penting untuk menjalankan bisnis jasa ini.

Ia membuatkan seragam dan menunjuk leader/supervisor untuk setiap wilayah untuk membedakan dan mengawasi karyawannya yang berjumlah cukup banyak dan tersebar. Khusus untuk leader/supervisor ini berpendidikan minimal SMA/D1. Meskipun demikian, itu bukan berarti ia memberikan kepercayaan penuh. Pengawasan tetap dilakukan meskipun ia tidak datang ke lokasi. *Mobile phone* menjadi andalannya. Ia mengotrol dengan melakukan *cross check* melalui karyawannya sendiri maupun melalui *user*nya. Minimal sekali dalam sebulan, ia

melakukan *briefing* di setiap wilayah gedung untuk menyelesaikan permasalahan ataupun sekedar beramah tamah secara informal. Masalah yang sering menjadi pembicaraan adalah kinerja, kesopanan dan lain sebagainya.

Ia pun berusaha untuk mengenal nama karyawannya satu persatu dan membuka kesempatan bagi mereka untuk sekedar bercerita ataupun meminta pendapat. Cara ini membuatnya lebih mengenal orang per orang secara personal. Umumnya yang diceritakan berkisar tentang kehidupan rumah tangga mereka. Meskipun terdengar lucu, tapi ia tetap memberikan perhatian semampunya. Dalam kegiatan ini seringkali ia menggunakan bahasa daerahnya (Sunda).

Masalah ternyata juga bukan hanya berasal dari internal, tapi dari pihak *user* pun seringkali terjadi. Ia tidak segan untuk membela karyawannya yang seringkali terpojok oleh perlakuan pihak *user* yang meyamakan karyawannya dengan peran *office boy*. Menyampaikan secara lugas, jelas sesuai logika, mengesampingkan perasaan untuk bersikap tegas, serta tidak menghakimi menjadi salah satu jurus strateginya.

Sementara itu, kesibukan tidaklah membuatnya lupa membagi waktu dengan keluarganya. Ia menanamkan sikap mandiri pada anak-anaknya, agar mampu menyelesaikan permasalahannya sendiri semampu mungkin. Konsep kerjasama dalam keluarga pun ia tanamkan. Seringkali ia harus menghabiskan waktunya bersama anak-anak di kendaraan sambil berkeliling mengontrol pegawainya hingga menjelang malam. Baginya kantor adalah kendaraannya, kendaraan adalah rumahnya juga.

Informan 4 (Eln):

Sejak semula ia memang berniat untuk tidak menjadi ibu rumah tangga yang diam di rumah. Ia melihat contoh ibunya yang meskipun berada di rumah tetapi tetap berkarya. Ibunya memiliki usaha catering, menerima terjemahan bahasa Inggris dan mengajar paruh waktu untuk mata kuliah bahasa Inggris. Ia selalu teringat dengan pesan ibunya yang berharap ia menjadi perempuan yang memiliki wawasan agar mampu mendidik anak-anaknya dengan baik.

Selain itu, ia memilih berwiraswasta karena masih memungkinkan baginya mengurus anak-anaknya yang masih kecil. Ia pun beranggapan bila mampu bekerja dan menghasilkan uang, akan sulit posisi perempuan untuk disepelekan. Menurutnya laki-laki seringkali memandang rendah peran perempuan, padahal menurutnya mengurus rumah, semisal antar jemput anak tidaklah mudah. Kegiatan itu memerlukan manajemen yang baik agar dapat seiring sejalan.

Sebenarnya, ayahnya tidak setuju dengan pilihannya untuk mendalami seni desain keramik. Menurut ayahnya, pekerjaan itu tidak memberikan prospek cerah di kemudian hari. Ia sempat menuruti kemauan ayahnya untuk kuliah di jurusan ekonomi. Namun baru setahun dijalaninya, ia sudah merasa sangat tidak cocok dan langsung berbelok kembali mendalami seni desai di FSRD ITB. Sayangnya, sang ayah tidak sempat melihat pembuktian keputusannya itu. Ayahnya wafat sebelum melihatnya menjadi pengusaha yang berhasil dan sukses.

Usahanya ini bermula dari sekedar mencoba membuat hiasan-hiasan dinding. Pesanan bertambah waktu demi waktu meskipun dengan alat sekedarnya dan mampu mempunyai bakaran sendiri. Setelah mempunyai anak, ia mulai

mempekerjakan orang lain. Keinginannya mempunyai pegawai mendorongnya untuk terus berusaha agar mampu menggaji mereka. Ia terus mengusahakan jalan publikasi melalui pameran, membuat brosur, kartu nama dan lain sebagainya. Lama kelamaan, usahanya bertambah maju sehingga mampu menambah pegawai lagi. Setelah usaha dirasakan stabil, ia baru mengajukan ijin usaha resmi kepada Deperindag. Dari sanalah ia mendapat tawaran pelatihan, seminar, pameran dan sebagainya untuk melebarkan sayap usaha hingga saat ini.

Jumlah pegawai yang bekerja padanya tidak tentu jumlahnya, saat ini ada 6 orang, dimana 4 orang diantaranya tidak tetap. Dari jumlah tersebut hanya 2 orang yang berjenis kelamin perempuan. Biasanya perempuan ditempatkan pada bagian administrasi dan marketing. Menurut informan ini, dalam usaha, baik laki maupun perempuan itu sama saja. Setiap awal bulan ia selalu mengadakan rapat untuk menyelaraskan kegiatan usaha. Pada kegiatan tersebut dibicarakan berbagai permasalahan yang pernah terjadi dan apa yang akan dilakukan di masa mendatang, pekerjaan atau apapun.

Saat ini selain bertanggung jawab sebagai sekretaris ASEPHI (Asosiasi Eksportir Produsen Handycraft Indonesia) Jawa Barat, ia juga menjabat sebagai Ketua Komite Tetap Desain Produksi Kadin Badung. Ia menjalani usahanya di bidang keramik sejak sekitar 11 tahun yang lalu. Ia berasal dari suku Jawa Sunda – Madura, sementara suaminya keturunan etnis Sulawesi. Suaminya bekerja sebagai dosen salah satu perguruan tinggi negeri di Bandung. Ia juga sedang dikader untuk menjadi salah satu anggota partai tertentu untuk mewakili suara pengusaha.

Informan 5 (Ydh) :

Terlahir dari keturunan Jawa sebagai anak pertama dari empat bersaudara. Ia memiliki 2 saudara perempuan dan seorang laki-laki. Tak seorang pun dari keluarganya tertarik dengan dunia bisnis. Sebagian besar keluarganya bekerja sebagai guru atau pegawai negeri. Ibunya sendiri hanya ibu rumah tangga biasa dan ayahnya dari kalangan pendidik.

Kendala yang paling berat ketika memulai bisnis adalah masalah pernikahannya. pernikahannya digambarkan seperti *Romeo and Juliet*, namun disadarinya penuh dengan ketidakadilan. Menurutny perempuan tidak boleh berbicara, harus menurut apa yang dikatakan laki-laki. Ia melihat suaminya sebagai laki-laki yang keras pendirian. Apapun harus dengan persetujuan suaminya termasuk dalam menggunakan uang. Ketidaksetujuan dengan ayahnya yang menikah lagi juga menjadi pertimbangan. Ia pun jarang dimintai pendapat dan harus menerima doktrin bahwa perempuan harus dilindungi.

Setelah anak-anak mulai besar, ia berpikir untuk memberikan “nilai” atas dirinya sendiri yang selama ini selalu dianggap orang lain tak berarti. Selama ini, bila merasa dikerdilkan, ia hanya bisa masuk kamar dan menangis. Pendalaman agama yang dipelajarinya melalui seorang ustadz mengantarkannya pada pencerahan. Hingga suatu waktu, ia merasa sudah waktunya harus membuat pilihan. Ia memberanikan diri untuk “hijrah”, hidup mandiri dan menjadi pengusaha dengan mengharapkan ridho Allah. Tindakannya itu menjadi titik balik kehidupannya. Ia meyakini semua yang sudah terjadi adalah skenario Allah.

Menjadi pebisnis seolah membuatnya seperti lahir kembali dan kembali bergairah mengejar ketinggalan-ketinggalannya.

Ia memulai bisnisnya sekitar tahun '94 an. Ia menggadaikan perhiasan-perhiasan sebagai modal. Kegiatan ini memberikan hawa baru baginya untuk menghargai dirinya sendiri dan mempunyai keberanian untuk bicara. Setelah itu ia merasa masa terberat pernikahannya pada tahun '96-'98 ketika ia sedang mempersiapkan pameran.

Pengalaman memberdayakan orang lain sudah dilakukannya semenjak ia masih aktif di organisasi dharma wanita dimana suaminya bekerja. Ia sering datang ke daerah-daerah terpencil dan banyak melihat realitas masyarakat miskin terutama pemudanya. Mata pencaharian mereka yang sangat tergantung ladang dan hujan membuatnya terenyuh. Kemiskinan banyak dialami oleh mereka yang ada di desa terpencil. Dalam satu kamar bisa terisi lima anak dengan kasur sebagai barang yang paling berharga. Bila tidak berladang, pemuda-pemuda desa mengaji saja dan membuat kerajinan-kerajinan kayu tanpa bisa memasarkan. Begitu pun dengan perempuan mudanya, yang paling tinggi lulusan SMU. Ia berusaha memberdayakan mereka berdasarkan apa yang sudah mereka miliki dan apa yang bisa mereka kerjakan. Saat ini, kegiatan itu tetap dilakukannya. Ia memperjuangkan biaya pembinaan para pemuda itu melalui LSM-LSM. Ia bertindak sebagai *pilot project*. Ia memberikan design dan mengarahkan para pemuda untuk mengerjakannya secara mandiri serta membantu memasarkannya.

Ia mengklaim bisnis ini bukan bisnis murni akan tetapi lebih dengan hati. Rasio nomor dua. Ia pun senang berbagi pengalaman di dunia pendidikan. Ia

melihat bahwa antara dunia pendidikan dan dunia bisnis itu seperti dunia yang terpisah. Ia berusaha mengajarkan filosofi memproduksi, bagaimana bentuk awalnya berasal dari mana. Ia juga mengajari tanggung jawab kepada lingkungan. Pendidikan tugas semua bukan hanya guru.

Menurutnya semua pengusaha itu *leader*. Para pengusaha itu seperti seniman, punya pertimbangan sendiri-sendiri, tetapi itu wajar karena mereka merasa lebih tahu mengakomodir semua. Tidak semua perempuan mengalami *pressure* seperti dirinya. Menurutnya perempuan pada umumnya punya jiwa ngayomi, berpikir untuk kebersamaan, rata-rata tidak egois, jiwa sosialnya lebih besar, dan telaten. Perempuan itu merangkul, tidak mau ada perpecahan. Kalaupun ada, daripada menimbulkan suasana yang tidak enak lebih baik pekerjaan laki-laki dikerjakan saja oleh dirinya sendiri.

Pegawai workshop miliknya tidak tentunya jumlahnya. Saat ini berjumlah sebanyak 6 orang. Lima orang diantaranya dari SMK. Orang suka datang ke rumah saya, minta pekerjaan. Ia tidak memikirkan bagaimana cara menggaji. Semua diniatkan karena Allah. Ia melihat laki-laki itu akan menjadi kepala keluarga, tulang punggung keluarga. Pegawai perempuan paling banyak 2 orang, namun saat ini hanya sebanyak 1 orang untuk kasir dan administrasi. Sepak terjang dan keberhasilan usahanya membuatnya dipercaya rekan-rekannya untuk menjadi Ketua ASEPHI (Asosiasi Eksportir Produsen Handycraft Indonesia) Jawa Barat.

Informan 6 (Cht) :

Saat ini usianya menembus 71 tahun. Ia hanyalah lulusan SMA saja namun sangat memegang teguh falsafah kultur Jawa dan agama Islam. Suaminya keturunan trah Mangkunenggaran. Ia sendiri berasal Banyumas. Ayahnya seorang sarjana yang bekerja di PT Pos dan Giro sementara ibunya tamatan SMA yang kemudian bekerja sebagai pegawai swasta. Ia merupakan anak kedua dari dua orang bersaudara.

Usaha cafetaria ini dimulainya sejak suaminya pensiun dini dari jabatan kapten pengajar AURI. Usaha ini juga tidak pertama kali dirintisnya. Semula tetangga dekatnyalah yang membuka usaha susu murni. Kemudian pada tahun 1969an, untuk membiayai kepindahan tetangganya ke Jakarta, usaha ini dipindahtangankan atau dijual dengan harga kekeluargaan kepada informan.

Suaminya kemudian membuat inovasi tidak hanya menjual susu murni tetapi juga memformulasikan susu yoghurt yang diberi campuran buah. Semula hanya berhasil 2 rasa saja, namun kemudian mereka berhasil menginovasi berbagai rasa dengan tambahan buah pada minuman yoghurt.

Bisnis ini benar-benar penuh keprihatinan. Sejak semula bisnis ini bukan bisnis sampingan. Bisnis ini seolah menjadi tulang punggung menopang perekonomian keluarga. Apalagi ia harus membiyai tiga orang anak perempuan dan seorang anak laki-laki.

Masa krisis ekonomi negara yang mendera negeri ini memaksa mereka selalu untuk berupaya keras untuk mengumpulkan rupiah demi rupiah. Manajemen keuangan pun bersifat kekeluargaan, tidak ada pembukuan formal.

Prinsip mereka mensyukuri apa yang didapat meski sedikit, kedua zakat dan ketiga baru berpikir untuk menabung. Saat ini pun mereka mampu membiayai pembangunan masjid di daerah Cikaso.

Informan pantang menyerah, telaten, sabar, dan pantang meminjam uang dari manapun hingga saat ini. Usianya yang sudah tua tidak memungkinkan lagi baginya untuk terjun secara langsung ke dalam bisnis ini. Sejak tahun '84, usaha ini dikelola oleh anak laki-lakinya sepulang dari luar negeri. Meskipun begitu, garis besar keputusan masih dipegangnya.

Pada tahun '90an, mereka memperkerjakan 2 orang pembantu perempuan. Saat ini jumlah pekerja tetap mereka mencapai 16 orang, 12 orang perempuan dan 4 orang laki-laki. Bila sedang diperlukan, mereka mempunyai tenaga cadangan atau lepas sekitar 5 orang. Café buka dari sejak pukul 10 pagi hingga pukul 8 malam. Karyawan bekerja 8 jam sehari, dishift istirahat saja pukul 2 siang.

Mereka disediakan tempat menginap. Mereka bebas makan dan minum. Perekrutan juga berdasarkan kekeluargaan, siapa kenal siapa. Siapa membawa siapa. Asal usul pegawainya harus jelas dan merupakan kewajiban baginya untuk kenal dengan orang tua mereka. Informan tidak ingin mengambil pegawai seenaknya. Biasanya orang tua calon karyawan harus menemui informan terlebih dahulu. Informan juga tidak mau mempekerjakan yang sudah menikah karena dianggap merepotkan dan tidak ada tempat menginap.

Kejujuran sangat dijunjung tinggi. Ia mempercayakan perempuan pembantu senior berusia 58 tahun yang mengawasi area dapur dan meja depan. Pembantu itu seperti ibu asrama dan menjadi perpanjangan tangannya.

Informan 7 (Gn) :

Lahir sebagai anak bungsu dari keturunan suku Jawa. Ayahnya seorang pegawai negeri. Sementara ibunya pernah memiliki usaha catering. Ia memiliki 4 orang saudara kandung yang umumnya bergelut dalam bidang sains kimia.

Saat ini berusia 37 tahun, menikah dan memiliki seorang anak laki. Latar belakang pendidikannya SMA Kejuruan Kimia Analisis. Ia sempat meniti karir di salah satu perusahaan tekstil pada bagian litbang kualitas bahan pewarna kimia. Karir yang cukup menjanjikan itu ditinggalkannya untuk mencurahkan perhatian pada keluarganya. Menurutnya, putranya yang berusia balita masih memerlukan perhatian dan kasih sayang. Ia sendiri mengaku tidak mudah mempercayakan begitu saja kepada pengasuh atau orang lain.

Keadaan ekonomi keluarga yang akhirnya hanya ditopang oleh suami tidak membuatnya tinggal diam. Keinginannya untuk memenuhi kebutuhan anak semaksimal mungkin membuatnya berpikir kembali atas usulan suaminya untuk membuka usaha. Ia memproduksi bermacam-macam kue seperti , kue-kue kering, kue tart, kue bolu, kue basah jajanan pasar.

Ide usaha ini memang tidak datang tiba-tiba. Urusan masak memasak sendiri pun memang bukan hal baru. Ia memang sudah biasa membuat kue sejak masih berusia belasan tahun. Ia mengembangkan kemampuan mendekorasi kue secara otodidak. Mengetahui kemampuannya, beberapa tetangganya sering meminta bantuan untuk membuat kue. Ia sukarela menerimanya dan hanya meminta biaya pengganti bahan baku saja. Kebiasaannya ini menggelitik pikiran suaminya untuk membangun usaha pesanan kue plus dekorasinya.

Gayung bersambut. Bermodal 1 juta rupiah untuk membiayai etalase sederhana dan beberapa alat serta bahan kue, dalam waktu yang tidak lama, usahanya membuahkan hasil. Hampir seluruh kebutuhan sehari-hari keluarga, termasuk biaya sekolah dan asuransi anaknya terpenuhi dari usaha ini. Ia sendiri tidak pernah menyangka usahanya yang semula sekedarnya saja dapat demikian adanya. Begitu pun ia masih memiliki cukup waktu untuk mengurus keluarga dan termasuk menemani anaknya bermain dan belajar di luar waktu sekolah.

Memulai bisnis ini pun bukannya mudah. Ia harus pandai-pandai mengatur *budget* dan terutama sekali menghasilkan ide-ide kreatif yang dapat dihasilkan dengan peralatan yang sesederhana mungkin. Ia selalu berusaha dapat membaca keinginan pelanggannya. Ia tidak ingin dekorasi atau kue buatannya hanya enak dilihat seperti pendapat para tetanggannya menanggapi kue-kue yang dijual di toko-toko pada umumnya. Ia berusaha menghasilkan kue yang enak dipandang, enak dilidah dan mudah dijangkau oleh kantong pembelinya. Diakuinya untuk menemukan ide itu bukanlah hal mudah. Kerap kali ia melakukan survey ke toko-toko kue atau ke toko buku atau melihat-lihat majalah, menemukan ide-ide segar.

Pembawaannya ceria, sederhana, terbuka dan tidak menutup diri serta melakukannya dengan gembira tanpa keterpaksaan. Kerja keras, kerja cerdas dan *enjoy* membuatnya tidak pernah merasa terbebani meski diakuinya repot juga bila banyak pesanan. Pengalamannya bekerja memimpin beberapa staf bawahan memegang peranan penting pula di dalam menyikapi hidupnya. Ia berusaha melakukan segala sesuatunya dengan teratur dan sebaik-baiknya, bahkan sedetail mungkin. Mengurusi usaha kue tak ubahnya seperti laboratorium tempatnya bekerja yang harus selalu dilakukan dengan penuh kehati-hatian, cermat, rapi, teratur dan bersih.

Informan 8 (Pj):

Lahir sebagai anak ketiga dari enam bersaudara yang kebanyakan berjenis kelamin laki-laki. Ayahnya bekerja di salah satu perusahaan BUMN sementara ibunya hanya seorang ibu rumah tangga biasa. Keduanya berasal dari keluarga bangsawan Jawa. Fasilitas olahraga yang ada disekitar tempat tinggalnya dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya. Ia berlatih renang sejak kecil dan menggoreskan prestasi gemilang.

Sejak lulus SMA, ia melanjutkan pendidikannya di kota yang jaraknya sangat jauh dari tempat tinggal orang tuanya. Pengalaman demi pengalamannya ini membuatnya bertahan dengan tantangan dan kemandirian. Setelah lulus sarjana ia pun tidak berkeberatan bekerja di pelosok daerah, hingga ke daerah perkebunan-perkebunan terpencil sekalipun. Pekerjaannya saat itu sangat jauh dari kewanitaan dan sangat jarang diminati oleh kaum perempuan.

Informan memulai bisnisnya setelah mengalami PHK karena perusahaannya pailit terdampak krisis ekonomi Indonesia beberapa waktu lalu. Di usianya yang mendekati 40 tahun, uang pesangonnya digunakan untuk menambah keterampilannya di sela-sela mengurus anak-anak yang masih duduk di bangku SD. Sementara suaminya bekerja sebagai seorang pegawai negeri.

Pada awalnya ia mencoba kue resep milik ibu mertuanya yang diajarkan melalui suaminya. Suaminya sering membantu usaha ibunya yang menerima pesanan berbagai macam kue. Alat-alat pun sebagian diperoleh dari mertuanya itu. Ia berusaha memodifikasi bentuk dan rasa kue tersebut. Lama kelamaan, promosi mulut ke mulut dari orang-orang yang merasa puas dengan kue buatannya membuahkan hasil. Saat ini kue buatannya cukup dikenal di lingkungannya dan banyak diminati dari berbagai kalangan.

Sudah sekitar 3 tahun yang lalu ia mencoba mengembangkan kemampuannya dengan membuka salon sambil meramaikannya berjualan barang-barang lain hasil kreativitasnya sendiri seperti tas, sarung bantal, makanan dan hasil-hasil goresan lukisannya. Meskipun demikian waktu luang yang tersisa masih cukup banyak, sehingga masih memungkinkan untuk dimanfaatkan kegiatan lain.

Ia sengaja belajar dari orang-orang ternama mengambil ketrampilan memotong rambut dan kecantikan. Setelah dirasakannya cukup mahir, ia memberanikan diri membuka salon. Kemudian ia pun menghidupkan kembali dan melanjutkan minatnya terhadap seni lukis yang sempat ditinggalkannya ketika kecil dulu. Ia berguru pada seorang ahli lukis dan mengkreasikan hasilnya dengan ide-ide kreatif kerajinan tangan lainnya. Dari gurunya ia memahami apa arti dan bagaimana menghargai ide kreatif yang tidak semua orang memilikinya.

Keluarga diakuinya sangat memberikan dorongan ketika ia memutuskan untuk membangun usaha. Suami dan saudara-saudaranya menjadi orang-orang yang berada di belakang membantunya. Hal yang sama juga ia peroleh dari teman-temannya yang kebanyakan adalah ibu-ibu orang tua dari teman-teman anaknya.

Sambil menunggu anak-anaknya pulang sekolah, teman-temannya ini memiliki juga kegiatan yang kurang lebih hampir sama. Mereka berbisnis usaha kerajinan rumah tangga buah tangan mereka sendiri. Dari merekalah informan banyak bertukar pikiran dan memiliki banyak wawasan tentang usaha. Mereka pulalah yang seolah membuka pintu dan mendorongnya untuk maju dengan mengajaknya bergabung untuk bersama-sama mengerjakan order pekerjaan atau bahkan bekerjasama untuk menyelenggarakan *event* untuk penjualan hasil karya mereka.

Informan 9 (Tks)

Ayahnya seorang *wedana* dan ibunya seorang ibu rumah tangga yang sempat menjadi mata-mata pejuang Indonesia di tanah Jawa. Kehidupan masa perjuangan dahulu sangat membekas hingga saat ini. Ia terbiasa hidup prihatin dan tahan akan cobaan. Ia banyak melihat contoh patriotik orang tuanya yang kuat prihatin untuk membela bangsa.

Ia terlahir sebagai anak ke 2 dari 6 bersaudara. Dari enam bersaudara itu, hanya dua orang diantaranya yang berjenis kelamin perempuan. Ketika sang ayah meninggal, ia meninggalkan pesan agar ibunya menikah dengan orang yang telah ditunjuknya untuk mengurus dan menjaga anak-anak yang ditinggalkannya. Meskipun ia tidak cocok dengan didikan ayah tiri yang dinilainya terlampau keras, ia tetap menerima putusan itu dengan sabar.

Kakak perempuannya meninggal ketika masih muda. Dalam keprihatinan hidup, anak-anak kakak perempuannya yang masih sangat kecil kemudian diurus olehnya, ibunya dan saudara-saudaranya yang lain. Tempaan hidup yang dialaminya membuatnya terbiasa hidup dalam kesulitan. Ia tidak banyak memilih begitupun ketika menikah.

Kepandaiannya memasak tidak diperoleh dari berguru dari orang lain. Ia belajar memasak secara otodidak. Ibunya sendiri heran melihatnya karena pada saat dahulu tidak perlu pandai memasak karena tidak ada yang perlu diolah sedemikian rupa menjadi masakan yang enak. Dulu masakan ayam termasuk sangat istimewa.

Ia lulus dari pendidikan guru setingkat SMA dan bekerja menjadi guru taman kanak-kanak. Selain itu ia pun mengajarkan kepandaiannya menari. Setelah menikah, kegiatan ini ditinggalkannya untuk mengurus keluarga dan aktif berorganisasi dalam

dharma wanita tempat suaminya bekerja. Keluwesannya bergaul, komitmen dan tanggung jawab membuatnya dipercaya untuk menjabat sebagai sekretaris dan aktif di berbagai kegiatan lainnya.

Ia dikaruniai enam orang anak. Jumlah yang cukup banyak sehingga membutuhkan biaya yang cukup besar pula. Oleh karena itu, ia memberanikan diri membantu suaminya menambahkan penghasilan. Usaha catering kecil-kecilan ini dilakoninya sejak anak-anaknya masih kecil. Sedikit demi sedikit alat-alat masak yang semula terbatas jumlahnya semakin lama semakin banyak. Awalnya ia hanya dibantu oleh anak-anaknya saja. Tapi lama kelamaan order yang datang semakin banyak, sehingga seringkali ia membutuhkan tenaga tambahan. Agar tidak mengganggu keluarga, ia membatasi usaha cateringnya ini hanya untuk kegiatan-kegiatan kecil saja, bukan untuk acara perkawinan atau acara besar lainnya.

Ia memilih orang yang membantunya berdasarkan kekeluargaan dan kecocokan. Ia mengajak orang yang bekerja hanya bila ia tahu betul bagaimana karakternya. Bila ia sudah merasa cocok, ia akan berusaha untuk mempertahankannya dengan memperlakukannya seperti layaknya keluarga dekat. Hal itu dilakukannya agar orang yang membantunya itu betah bekerja dengannya dan dapat bekerja sesuai dengan apa yang diinginkannya tanpa merasa disuruh.

Meskipun usahanya tidak besar dan tidak selalu rutin, hasil usahanya ini cukup lumayan. Menurutnya asal keluarganya dapat ikut menikmati masakan saja sudah cukup, apalagi bila mendatangkan uang tambahan. Hasil usaha ini pun tidak dipegangnya atau disimpannya sendiri. Ia memberikan seutuhnya kepada suaminya yang menurutnya sudah mengijinkannya dan merelakan sebagian waktunya untuk dihabiskan di dapur.

Informan 10 (Ulf) :

Ia dilahirkan dalam keluarga berketurunan sunda yang sangat kuat memegang kaidah agama. Setelah lulus sarjana, ia menikah dengan temannya sendiri yang kini bekerja sebagai pegawai negeri sipil. Meskipun usia pernikahannya sudah cukup lama, tapi hingga saat ini ia belum dikaruniai anak. Kegiatan yang rutin dilakukannya hanya menghadiri ceramah-ceramah agama dan menjadi mentor bimbingan rohani atau agama adik-adik angkatannya.

Ketrampilan menjahit diperolehnya dari orang lain yang sukarela mengajarkan teknik-teknik menjahit kepadanya. Ia pun diberikan alat dan dimodali usaha dengan maksud dapat turut membantu produksi usaha orang tersebut.

Lambat laun ia mengembangkan ketrampilan yang diperolehnya ini. Kemudian ia memberanikan diri membangun usaha jahit menjahit dengan memanfaatkan jaringan pertemanan. Tak disangka, ternyata minat konsumen terhadap karyanya ini cukup besar sehingga ia memutuskan untuk mempekerjakan orang lain untuk membantunya. Kemampuan dan keterampilan menjahit menjadi bahan pertimbangan utamanya. Ia pun sangat mengedepankan kejujuran dan kepercayaan. Saat ini ia mampu mempekerjakan hingga empat pegawai laki-laki.

Ia memang mengakui agak sulit merekrut pegawai perempuan. Pengalamannya mengajarkan bahwa perempuan seringkali bertingkah laku tidak sesuai dengan harapannya. Perempuan sering banyak maunya apalagi bila sudah menikah, biasanya banyak permintaan seperti ijin tidak masuk karena suami sakit, anak sakit, anak tidak ada yang menjaga dan lain sebagainya. Alasan-alasan yang demikian ini tentu akan dapat mempengaruhi jalannya produksi usahanya. Bila tenggat waktu sudah tiba atau

terikat perjanjian waktu selesai order pesanan, alasan-alasan pegawai yang demikian ini seringkali membuat posisinya sulit.

Sementara itu, pegawai laki-laki tidaklah demikian adanya. Mereka tidak direpotkan permasalahan keluarga karena norma yang ada di masyarakat mengharuskan laki-laki atau suami, keluar rumah mencari nafkah. Urusan keluarga dan rumah tangga diserahkan kepada perempuan atau istri. Ia pun selalu berusaha untuk memenuhi dan menggaji pegawainya ini dengan cara yang baik. Mereka diperlakukan baik seperti anggota keluarga saja layaknya. Ia juga mengedepankan rasa saling percaya.

Informan 11 (Lnd) :

Sebenarnya tidak ada yang aneh dengan kue-kue buatannya. Semua orang juga bisa membuatnya karena resep kue ini sudah diketahui umum. Namun yang menjadi istimewa adalah kreativitasnya untuk memodifikasi rasa, bentuk serta penampilan kue buatannya yang lain daripada yang lain. Tidak semua orang mampu membuat dan menemukan ide-ide segar seperti yang dilakukannya itu.

Ia merasa tidak punya jiwa bisnis. Ia hanya terbiasa membuat kue-kue resep turun temurun dari ibundanya. Ia hanya ibu rumah tangga biasa. Setiap hari lebaran tiba ia sibuk menyiapkan kue seperti ibu-ibu lain. Ia pun memberikan hantaran kue untuk relasi dan rekan kerja suaminya.

Orang-orang yang pernah mencicipi kuenya seringkali memintanya untuk dibuatkan lagi. Ia tidak meminta bayaran untuk itu hanya minta disediakan bahan-bahannya saja. Namun lama-lama kelamaan pesanan semakin banyak. Akhirnya ia memutuskan untuk membangun usaha yang lebih serius.

Bisnis suaminya yang sempat mengalami penurunan akibat dampak krisis moneter di Indonesia juga menjadi bahan pertimbangannya. Ia pun tidak terlalu sibuk dengan urusan rumah tangga karena ketiga anak-anaknya sudah dewasa dan tidak lagi memerlukan pengawasan terlalu ketat.

Informan memahami bahwa pekerjaan membuat kue butuh kesabaran dan ketelitian tinggi. Seringkali ia menemukan kesalahan produksi sehingga kue yang dibuat tidak sesuai harapannya. Kejadian yang seperti ini sempat membuatnya tidak ingin mempercayakan persoalan membuat kue ini kepada orang lain. Salah sedikit saja, akan merusak keseluruhan produksi.

Semula ia dibantu oleh anak perempuannya. Setelah menikah dan mempunyai bayi, anak perempuannya ini tidak lagi sempat membantu usaha kuenya. Saat ini ia memiliki sekitar 20 perempuan pekerja. “Seru!” begitu jawaban perempuan keturunan Sunda ini ketika ditanya menangani perempuan pekerjanya. Sayangnya, ia tidak berminat merinci lebih lanjut. Ia berusaha mengatur dan memajemen pembagian kerja secara teliti dan seringkasan mungkin agar pekerjanya mudah mengikuti prosedur pembuatan yang telah ditentukan, dengan demikian kue buatannya akan tetap berkualitas dan kesalahan produksi tidak perlu terjadi.

Pekerjaan utama dan terpenting, yaitu resep adonan utama, masih tetap dipegangnya sendiri. Pegawainya hanya tinggal mengerjakan tahap demi tahap yang telah ditentukan selanjutnya. Mereka hanya tinggal mengikuti pesan-pesan yang telah diberikan informan dengan sebaik-baiknya. Ia sendiri masih terus sering turun ke dapur melakukan pengawasan. Belum lama ini, bila ia tidak ada ditempat, ia mempercayakannya kepada salah satu pekerja yang sudah ikut dengannya bertahun-tahun lamanya.

Informan 12 (Ldw) :

Ia membangun usaha salonnya sejak tahun 1989. Salonnya selalu dipadati banyak orang, baik tua maupun muda. Biaya yang dipatoknya pun bisa dikatakan relatif tidak terlalu mahal sehingga dapat dijangkau oleh berbagai kalangan.

Paket-paket perawatan yang ditawarkan salon kecantikannya beragam dan menggunakan bahan-bahan alami yang tidak membahayakan kesehatan sehingga cocok dipakai untuk segala jenis kulit. Melihat animo masyarakat yang cukup tinggi terhadap usahanya tersebut, akhirnya ia memberikan kesempatan bagi siapa saja yang ingin membina usaha dan bermitra dengannya.

Ia banyak belajar dari ibunya yang juga memiliki usaha yang sama. Selain membuka salon, ibunya juga menerima pesanan *catering* dan jahitan. Sementara ayahnya seorang guru masak. Kedua orang tuanya keturunan bangsawan Sunda. Mereka terbiasa bekerja keras membangun usaha keluarga untuk membiayai 13 orang anaknya.

Apa yang telah dilakukan ayah dan ibunya ini memberikan banyak bekal bagi informan ini, ditambah lagi keahlian dan keterampilan yang juga ia dapatkan dari neneknya. Sejak remaja ia juga sudah pandai bekerja di salon membantu usaha ibunya. Ia tidak menyangka apa yang dilakukannya itu akan berguna tidak saja bagi dirinya sendiri tapi juga buat orang lain. Kemampuannya ini juga didukung dengan bekal pendidikan yang menunjang seperti sekolah mode dan lulus dari jurusan ekonomi salah satu perguruan tinggi swasta. Kemudian ia menikah dengan laki-laki yang bekerja sebagai pegawai swasta dan dikaruniani empat orang anak.

Ide membangun salon sebenarnya tidak pernah terlintas sebelumnya. Semua bermula dari hanya membantu teman, tapi lama kelamaan semakin banyak orang yang

berminat dengan keahliannya. Oleh karena itu ia membutuhkan tenaga-tenaga tambahan. Ia pun merekrut perempuan pekerja dengan sangat selektif.

Ia melihat pekerja ini sebagai investasi usaha yang penting. Keterampilan dapat dipelajari dan diajarkan, tetapi kepercayaan lebih penting. Pengalamannya mengajarkan untuk selalu mengedepankan kepercayaan. Ia pernah mengalami pengalaman yang tidak menyenangkan, dikhianati oleh perempuan yang dipercayainya.

Biaya yang dikeluarkan untuk mengasah kemampuan pekerjanya memang lumayan tinggi. Meskipun demikian, bila menimbang timbal balik yang akan diperoleh dengan pengelolaan sumber daya manusia yang baik, maka keuntungan yang didapat akan jauh lebih banyak, materil maupun non materil.

(ditambahkan dari berbagai sumber publikasi tertulis lainnya)

Informan 13 (Mkl) :

Ia sarjana teknik arsitektur dari perguruan tinggi di Kota Bandung. Ayahnya seorang pegawai negeri sementara ibunya seorang ibu rumah tangga biasa yang sangat memperhatikan kebutuhan anak-anaknya meskipun sudah menikah sekalipun. Keduanya berdarah keturunan Sunda.

Setelah menikah, ia memutuskan untuk mengikuti jejak ibunya. Kini ia memiliki dua orang anak, laki-laki dan perempuan. Suaminya adalah seorang kontraktor. Bila ada order pekerjaan yang membutuhkan bantuan sentuhan desain interior, ia akan turut terjun berpartisipasi di dalamnya.

Ia tidak ingin disebut sebagai pebisnis. Menurutnya seorang pengusaha melakukan pekerjaannya secara rutin tidak seperti dirinya saat ini. Ia hanya bekerja

sambil lalu dan bilamana memungkinkan saja. Bila ada pekerjaan atau order, bilamana ada waktu, bilamana ada kesempatan dan bila hatinya mengatakan “ya”.

Anak-anak dan keluarga menjadi prioritas utama. Sudah menjadi pembagian tugas antara dirinya dan suaminya, ia bekerja di rumah mengurus anak-anak, sementara suaminya bekerja di luar mencari nafkah.

Ia terlihat sangat sederhana, ramah dan keibuan. Ia jauh dari sifat-sifat maskulin yang seringkali menempel pada bidang garapan yang menjadi keahliannya tersebut. Boleh dikatakan bidang tersebut termasuk jarang diminati oleh kaum perempuan. Saat ini ia merasa sangat sulit membagi waktu antara pekerjaan dengan anak-anaknya yang membutuhkan perhatian lebih banyak.

Ia mengakui lebih lanjut, bahwa bila ia menangani order, ia lebih suka memberikan pekerjaan pada laki-laki. Ia dan suaminya memiliki pekerja tetap bukan tukang sekitar empat orang laki-laki. Ia lebih suka berdiskusi dengan laki-laki daripada perempuan. Menurutnya laki-laki lebih enak dan lebih mudah “nyambung” bila diajak berdiskusi ketimbang perempuan. Laki-laki juga dianggapnya lebih mudah paham dan sering memberikan masukan yang lebih berarti dalam menyelesaikan permasalahan.

Informan 14 (Wd)

Sejak menikah, ia sudah memutuskan untuk menjadi ibu rumah tangga. Saat ini ia memiliki dua orang anak. Yang pertama sudah remaja, sementara yang kedua sangat jauh jaraknya, masih berusia balita. Semenjak kecil, ia sangat aktif. Ketika remaja hingga menjadi mahasiswa pun, ia aktif dalam berbagai kegiatan organisasi dan olahraga bersama teman-temannya. Ia supel dan sangat mudah bergaul.

Ia berasal dari keturunan Sunda dan berusia sekitar 35 tahun. Sebagai anak tertua dari 3 bersaudara yang semua perempuan, ia sangat dekat dengan dunia kegiatan perempuan. Ia pintar memasak. Sayangnya keahliannya itu hanya bisa dinikmati bagi kalangan terbatas saja. Hanya untuk keluarganya saja.

Selain itu ia sangat dekat dengan dunia kewanitaan. Ia gemar memasak dan menjahit, namun ia merasa tidak memiliki banyak pengalaman untuk itu. Ia juga terlihat sangat senang mengasah kemampuannya dengan ikut aktif bergabung menjadi “seksi sibuk” dapur yang mengurus konsumsi dalam setiap acara keluarga, di lingkungan tetangga atau di sekolah anak-anaknya. Ia pun senang membaca majalah-majalah wanita terutama yang membahas soal mode dan makanan terkini, tapi ia tidak senang membaca informasi-informasi atau berita terkini karena menurutnya hanya membuat cemas saja.

Sejak sekitar dua tahun yang lalu, ia membangun bisnis jahit yang ia sebut “seadanya” bersama-sama dengan dua orang adiknya yang juga sudah berumah tangga. Saat ini ia memiliki 2-3 karyawan laki-laki. Ia menyebutnya usahanya tidak serius, sambil lalu, atau hanya sambilan saja. Sepertinya ia tidak begitu percaya diri dengan kemampuan yang ada pada dirinya. Padahal bila mampu mempekerjakan karyawan, itu merupakan suatu indikasi bahwa usaha tersebut lumayan berhasil.

Berulang kali ketika bertemu dengan informan ini ia selalu mencatat pakaian yang digunakannya. Ia menyebutnya sebagai produk “gagal”, padahal kelihatannya tidak demikian. Hingga saat ini, ia hanya menerima order jahitan saja, dan sedang berusaha untuk mendesain dan membuat pakaian atau baju muslim yang mempunyai ciri khas tersendiri. Usahanya itu belum membuahkan hasil seperti yang diharapkannya, sehingga ia merasa kurang percaya diri.

Informan 15 (Eln) :

Sebenarnya ia jauh dari bisnis. Ia berangkat dari rasa kecintaannya pada seni, namun ia tuangkan dalam media industri kreatif yang agak berbeda dari pada umumnya. Ia eksklusif berkarya untuk menghasilkan kerajinan, perhiasan, lukisan, aksesoris yang unik dan berseni tinggi. Ia menjual hasil karyanya hanya lingkungan atau komunitas terbatas atau tertentu.

Kecintaannya pada seni dipupuk sejak kecil. Ia berguru pada orang-orang yang ternama dan pandai di bidang seni terutama seni lukis. Ia pun bergabung dengan perhimpunan wanita-wanita pelukis dan ia termasuk salah satunya yang sangat produktif.

Seni ini tidaklah membuat ia melupakan pendidikan. Baginya pendidikan tetap nomor satu dan terbukti dengan prestasi yang berhasil dicapainya. Ia mengkolaborasikan antara apresiasinya terhadap seni, lingkungan sekitar, dan pengetahuan yang dimilikinya dalam setiap karya-karyanya. Hal itu membuat setiap karyanya selalu memiliki nuansa tersendiri.

Seperti pelukis pada umumnya, ia berkarya apabila ide atau gagasan itu datang. Ia tidak *ngoyo* atau memaksakan diri. Ia memulai dari bawah. Sedikit demi sedikit modal dikumpulkan dari apresiasi orang terhadap karyanya. Lama kelamaan ia berani untuk memperkenalkan karyanya dalam pameran-pameran yang diusahakan dan dikelola sendiri.

Ia hanya dibantu seorang pegawai perempuan merangkap sekretaris pribadi. Kebutuhan kegiatan lukisnya diusahakan sendiri. Pekerjaan *finishing* saja yang diserahkan pada orang yang telah lama dipercayainya. Ia kadang merugi, tapi ia lebih suka melihat orang senang dengan karya yang dihasilkannya.