

Sertifikat

Diberikan Kepada

Dr. Rini Sudarmanti

Atas Partisipasinya sebagai

Pemakalah

KONFERENSI NASIONAL KOMUNIKASI 2016

The Power of Communication

Seminar, Call for Papers, dan Workshop

Pangkalpinang, 20-22 September 2016



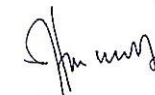
Sofia Aunul, M.Si

Ketua Panitia



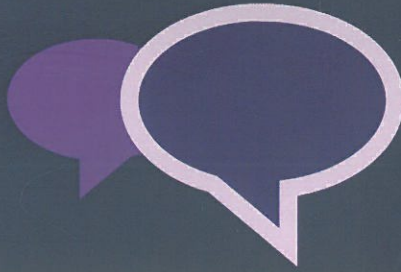
Dr. Agustina Zubair, M.Si

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana



Dr. Heri Budianto, M.Si

Steering Committee



COMMUNICOLOGY



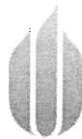
EDITOR

Dr. Agustina Zubair, M.Si.

Dr. Ely Yuliawaty, M.Si.

COMMUNICOLOGY DAN KOMPETENSI KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

COMMUNICOLOGY & KOMPETENSI KOMUNIKASI

Prosiding *THE POWER OF COMMUNICATION CONFERENCE 2016*

PANGKAL PINANG, 20-21 September 2016

Editor : Dr. Agustina Zubair, M.Si. dan Dr. Elly Yuliani, M.Si.

Penyusun: Dewi Sad Tanti, M.IKom.

Desain Cover: Aulia
Tata Letak: Dadan Iskandar

Edisi Pertama
Cetakan Pertama, September 2016

xx+700, 1 Jil, 14,8 cm 21 cm

ISBN: 978-602-60107-1-1

Hak Cipta (c) 2016 pada penulis

Hak Cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apa pun, secara elektronik maupun mekanis, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya, tanpa izin tertulis dari penerbit.

Penerbit:

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA

Bekerja sama dengan Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Komunikasi, FIKOM Universitas Mercu Buana Jogjakarta, Universitas Bangka Belitung, dan Stisipol Pahlawan 12 Sungai Liat Bangka



MENELAAH PENDEKATAN SUBTANTIF KARL POLANYI PADA PERILAKU BERKOMUNIKASI PEREMPUAN PEBISNIS

Dr. Rini Sudarmanti & Kurniawaty Yusuf, M.Si

Universitas Paramadina, Jakarta

E-mail :rini.sudarmanti@paramadina.ac.id &

kurniawaty.yusuf@paramadina.ac.id

ABSTRAK

Partisipasi perempuan sebagai pengusaha, utamanya yang berada pada sektor menengah maupun kecil berperan serta dalam memperbaiki kondisi ekonomi Indonesia. Bagi perempuan modal bukanlah satu-satunya penentu pengembangan usaha mereka. Salah satu aspek yang perlu diperhatikan untuk mengembangkan usaha ini adalah kecerdasan dalam berkomunikasi.

Artikel ini merupakan hasil studi literatur sebagai *pre-study* untuk mempelajari kemungkinan potensi penguatan atau pengembangan tindakan komunikasi perempuan pada usaha kecil dan menengah ketika menjalankan bisnisnya melalui pendekatan substantif Karl Polanyi. Bila berandai-andai, implementasi mikro dari sistem tersebut diterapkan dalam dunia usaha dimana perempuan berada, dapatkah perempuan mengembangkan potensi perilaku berkomunikasi yang dimiliki untuk mengembangkan usahanya?.

Substantif ekonomi menekankan pada sistem ekonomi swa-kelola. Sistem ekonomi yang menekankan pada kekuatan elemen-elemen organisasi untuk bekerja sendiri tanpa ada intervensi dari luar sistem. Namun untuk memahami pengembangan bisnis mikro perempuan tidak mungkin dipisahkan dari kehidupan keluarga, relasi pertemanannya beserta seperangkat elemen yang tersedia di lingkungan tempat tinggalnya.

Kemudahan perempuan terbatas dan memerlukan pengembangan yang didorong oleh intervensi pihak luar organisasi swa-kelola usaha perempuan. Langkah kunci yang perlu dilakukan adalah mengasah kemampuan berkomunikasi yang merupakan andalan dalam pengembangan bisnis. Selain itu diperlukan upaya pelatihan pengelolaan usaha dan dukungan kebijakan yang sesuai dengan kebutuhan perempuan.

Kata kunci: Perempuan, Pengusaha, Karl Polanyi

PENDAHULUAN

Partisipasi perempuan sebagai pengusaha telah terbukti mampu mendongkrak kondisi ekonomi di Indonesia. Perempuan pebisnis, yang sebagian besar berada pada sektor menengah maupun kecil, berpotensi tidak hanya mendorong perkembangan perekonomian negara tetapi juga memberdayakan perempuan secara sosial.

Perkembangan ini tentunya perlu disambut baik mengingat bahwa umumnya bisnis selalu dikaitkan dengan dunia laki-laki yang penuh persaingan. Dunia usaha dikonstruksi dalam bangunan persepsi laki-laki yang telah lebih dahulu terjun ke dalam dunia bisnis jauh sebelumnya.

Konstruksi sosial yang dibangun laki-laki ini berpotensi membawa banyak tantangan bagi perempuan untuk membangun usahanya. Menurut Noer, (2013) Sekretaris Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) Jawa Timur, "Dari 170 pengusaha perempuan mandiri, hanya 1% saja yang mampu melakukan ekspor." Kondisi ini tentu perlu menjadi perhatian mengingat sebanyak 30.000 anggota IWAPI berada pada kelompok usaha kecil dan menengah yang bergerak di bidang industri kreatif. Fokus IWAPI saat ini adalah mendorong pengembangan usaha dengan menguatkan potensi sumber daya dan memperluas jaringan pasar.

Modal bukanlah satu-satunya penentu pengembangan usaha. Salah satu aspek yang perlu diperhatikan untuk mengembang usaha ini adalah kecerdasan berkomunikasi yang disebutkan oleh McCreskey bahwa, "*The ability to communicate effectively is essential for success in many walks of life*" (dikutip Hargie, 2006; 2). Penguasaan berkomunikasi akan mengarahkan dan menentukan pengelolaan potensi sumber daya. Faktor penguasaan kemampuan berkomunikasi ini tergambarkan pada perempuan pengusaha yang menggunakan pendekatan relasional ketika membangun jaringan usaha. Perempuan pengusaha menekankan pada tindakan berkomunikasi sebagai pintu masuk terbangunnya relasi sosial yang sangat menentukan kemajuan usahanya.

Menelaah tindakan komunikasi perempuan pebisnis atau pengusaha melalui pendekatan ekonomi merupakan upaya untuk menemukan peluang atau potensi-potensi yang menarik untuk dikembangkan atau dimanfaatkan agar pengembangan roda bisnis

usaha dapat berjalan dengan lebih optimal. Karl Polanyi adalah salah seorang pemikir di bidang ekonomi. Hal yang menarik dari Polanyi adalah tergambarkannya pemikiran tentang pengembangan relasi sosial dalam pendekatan substantif ekonomi. Pendekatan ini dikemukakannya sebagai gugatan atas kondisi ekonomi yang dalam pandangannya cenderung mengabaikan ketergantungan manusia pada kehadiran manusia lainnya.

Artikel ini merupakan hasil studi awal (pre-study) untuk mempelajari kemungkinan potensi penguatan atau pengembangan tindakan komunikasi perempuan pada usaha kecil dan menengah ketika menjalankan bisnisnya melalui pendekatan substantif Karl Polanyi. Substantif ekonomi menekankan pada sistem ekonomi swa-kelola. Sistem ekonomi yang menekankan pada kekuatan elemen-elemen organisasi untuk bekerja sendiri tanpa ada intervensi dari luar sistem. Bila berandai-andai, implementasi mikro dari sistem tersebut diterapkan dalam dunia usaha dimana perempuan pebisnis/pengusaha berada, dapatkah perempuan mengembangkan potensi perilaku komunikasinya untuk mengembangkan usahanya?.

KAJIAN TEORI

Tindakan Komunikasi merupakan suatu perilaku yang merupakan salah satu produk komunikasi. "Komunikasi adalah proses timbal balik (resiprokal) pertukaran sinyal untuk memberi informasi, membujuk atau memberi perintah, berdasarkan makna yang sama dan dikondisikan oleh konteks hubungan para komunikator dan konteks sosialnya." (Wilbur Schramm dalam Cutlip, Center and Broom, 2007: 226-227). Proses komunikasi membutuhkan sedikitnya sumber (*source*), pesan (*message*) dan sasaran (*destination*) untuk mempengaruhi dan mengubah sikap orang lain. Aspek pengalaman manusia (*field of experience*) dan aspek rangka rujukan pengetahuan serta wawasan (*field of reference*) yang dimiliki oleh masing-masing partisipan komunikasi menentukan luas daerah bermakna sama diantara mereka. Semakin luas daerah bermakna sama, semakin efektif proses komunikasi yang berlangsung.

Memahami bahwa komunikasi adalah fenomena sosial yang berusaha menghasilkan daerah bermakna sama yang sama, maka dapat

disimpulkan bahwa proses komunikasi adalah suatu proses aktif kreatif. Partisipan komunikasi aktif memanfaatkan simbol-simbol komunikasi bermakna dan bereaksi atas macam-macam simbol yang diterimanya dari orang lain.

Stereotype perempuan. Seorang pemimpin erat dikaitkan dengan memiliki sifat memperlihatkan kekuasaan untuk menyalurkan ambisinya. Lips (2003, 461) menjelaskan dalam bukunya *A New Psychology of Women*,

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.

Kutipan ini menjelaskan bahwa perempuan yang memiliki kekuasaan diukur dengan dua set kontradiksi stereotype. Ambisi, tahan banting, bersikap asertif, dan berani mengambil resiko merupakan asosiasi dari maskulinitas. Sementara hangat, ekspresif, dan menyenangkan merupakan asosiasi dari feminitas. Stereotype ini terefleksikan pada gaya komunikasi atau perilaku berkomunikasi.

Perempuan sebagai pemilik usaha, pelaku bisnis, dan bertanggung jawab pada jalannya usaha akan bertindak sebagai pemimpin. Perilaku komunikasi perempuan mencerminkan stereotype yang dijelaskan tersebut. Sayangnya, sebagai pemimpin seringkali harus mencerminkan stereotype maskulin. Sementara masyarakat pada umumnya belum dapat menerima bila perempuan terlihat tegas, keras, dan kaku. Sementara bila perempuan berkomunikasi lebih mencerminkan feminitas, maka masyarakat akan menilainya sebagai pemimpin yang lemah.

Substantif Ekonomi. Karl Polanyi hanyalah salah satu pemikir ekonomi yang menggugat konsep ekonomi sebagai bentuk keprihatinannya pada perkembangan sosial ekonomi yang terjadi. Pergulatan pemikirannya berangkat pada keraguannya mengenai perkembangan sistem ekonomi.

Gugatan Polanyi pada garis besarnya sebagaimana diuraikan oleh Prastowo adalah sebagai berikut (2014; vii-xii). *Pertama*, Polanyi berusaha membedakan terlebih dahulu konsep ekonomi dalam arti formal dan

substantif. "Arti substantif ekonomi berakar dari fakta ketergantungan mata-pencarian manusia pada sesamanya dan alam." (Polanyi, dalam Prastowo, 2014; vii). Manusia mesti memenuhi kebutuhan hidupnya dengan mengandalkan hubungannya dengan manusia lain dan alam sekitar di mana ia berada. Sedangkan ekonomi dalam arti formal adalah "urusan logika memilih." (Polanyi, dalam Prastowo, 2014; vii) Ekonomi dalam arti formal adalah persoalan memilih bisa atau tidak bisa dilakukan berdasarkan ketersediaan sarana ekonomi yang ada.

Kedua, Polanyi memandang substantif ekonomi yang lebih mendasar memandang manusia justru tersingkir oleh pengertian formal ekonomi. Proses ekonomi tidak lagi merupakan suatu konstruk cara manusia bertahan hidup tapi bergeser menjadi mekanisme pasar. Dalam pengertian ini, manusia dipaksa untuk masuk dan beradaptasi pada suatu sistem ekonomi untuk bertahan hidup, bukan menciptakan sistem ekonomi untuk menunjang kehidupan. Sumberdaya kehidupan dikomodifikasi dimana untuk mendapatkannya, orang harus membayar.

Ketiga, Polanyi menekankan bahwa, "Ekonomi tak lagi tertanam dalam relasi-relasi sosial, tetapi relasi-relasi sosial tertanam dalam sistem ekonomi." (dalam Prastowo, 2014; x) Ekonomi pasar tidak lagi berdaya karena bangunan ekonomi semakin tertata dan terorganisasi. Relasi-relasi sosial mengikuti bentuk bangun tersebut sebagai konsekuensinya.

Keempat, Polanyi berargumen bahwa komodifikasi tanah, uang, dan tenaga kerja akan mengarah pada kehancuran. Polanyi menegaskan bahwa manusia dan alam perlu dilindungi dari pengaruh ini, dan karenanya perlu dikembalikan pada sistem ekonomi yang mengutamakan relasi manusia. Ini disebut sebagai gerak balik yang diartikan Prastowo sebagai dinamika pertahanan diri masyarakat untuk mengembalikan sistem ekonomi. .

METODE

Studi ini merupakan studi deskripsi yang mengandalkan pada data literatur sebagai data sekunder. Pembahasan dibatasi pada perempuan pelaku bisnis pada usaha kecil dan menengah. Teknik analisis dilakukan dengan; 1) mempelajari pemikiran Karl Polanyi, 2) mempelajari beberapa hasil penelitian terdahulu; 3) memahami konsep

teoretis yang menjadi bahan utama kajian, 4) diskusi konsep perempuan pengusaha dengan sistem ekonomi yang diusung Karl Polanyi dengan mengandaikan pada sistem dunia usaha dimana perempuan pebisnis/pengusaha berada, 5) menarik kesimpulan.

Studi ini memiliki keterbatasan karena pemikiran Polanyi pada saat studi ini ditulis tidak banyak mewarnai studi social ekonomi di Indonesia. Buku yang ditulis Polanyi berjudul *The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time*, belum dialihbahasakan ke dalam bahasa Indonesia. Buku itu sendiri dicetak dan dipublikasikan pada tahun 1944. Oleh karena itu, untuk memahami pemikiran Polanyi pada studi awal ini menggunakan buku yang ditulis Justinus Prastowo atas pemikiran Karl Polanyi yang berjudul *Ekonomi Insani*. Buku ini diterbitkan pada tahun 2014.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berkenaan dengan perempuan yang memanfaatkan kecerdasannya dalam berkomunikasi untuk menjalankan bisnisnya, Wang (2010) memberikan gambaran hasil penelitian dimana aspek pertemanan memberikan pengaruh positif pada kepercayaan diri perempuan. Selain itu, ditemukan bahwa dukungan pertemanan membuat perempuan merasa lebih percaya diri ketika menentukan keputusan dan mengambil resiko konsekuensinya.

Sementara itu perempuan yang memutuskan menjadi pengusaha seringkali disebabkan karena desakan kebutuhan ekonomi, Memiliki usaha sendiri merupakan jalan keluar untuk meredakan konflik dirinya menjembatani antara kepentingan rumah tangga dan harapan untuk memiliki uang, sekaligus sebagai upaya untuk pengembangan diri.

Perempuan yang menjalankan usaha bisnisnya sendiri, terdorong untuk menjadikan dirinya sendiri sebagai seroang pemimpin. Kepemimpinannya ini bukan hanya pada proses produksi tetapi juga semakin teruji ketika ia harus memberdayakan dan mengelola pegawai yang membantu bisnisnya. Perempuan menggunakannya untuk mengarahkan dan mengendalikan usaha serta mengorganisasikan orang-orang yang berada di bawah kepemimpinannya.

Sementara itu, pemahaman tentang stereotype laki-laki dan

perempuan membuatnya perlu memiliki gaya komunikasi yang berbeda, mengingat bila terlalu makulin ia dianggap terlalu tegas dan kaku. Namun bila terlalu feminine, ia akan dianggap lemah atau bahkan tidak mampu memimpin. Pada umumnya perempuan mengandalkan bahasa relasi dalam tindakan komunikasinya untuk membangun hubungan. Sementara laki-laki mengedepankan status dan hierarkinya di masyarakat. Namun itu bukan berarti perempuan tidak menggunakan status dan hierarkinya ketika berperan sebagai pemimpin.

Ekpe, Mat, dan Razak (2010) mengungkapkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa usaha yang dibangun perempuan seringkali tidak membutuhkan bekal keahlian tertentu. Ia tidak harus memperolehnya secara formal atau melalui pelatihan tertentu. Bisnis yang dilakukan tidak membutuhkan kompleksitas atau kerumitan tertentu. Kemampuan ini membuat bisnis perempuan nampak sederhana.

Namun kesederhanaan ini justru membuat perempuan seringkali tidak tertantang dengan pola manajerial dan pengelolaan organisasi bisnis yang baik. World Bank Indonesia (2016) mengungkapkan bahwa akses perempuan untuk mendapatkan kredit rendah. Selain karena factor rendahnya pendidikan dan ketrampilan yang dimiliki, komitmen perempuan juga seringkali dipertanyakan karena terbentur dengan kepentingan keluarga. Bisnis perempuan akan sangat tergantung pada kemampuan dan komitmen perempuan untuk mengelolanya.

Pendekatan substantif ekonomi yang diusung Polanyi merupakan pemikiran yang berkenaan dengan suatu bangunan sistem ekonomi. Sebagai suatu sistem tentunya memiliki tata organisasi yang mestinya menjamin setiap elemennya bekerja sesuai dengan fungsi dan perannya untuk saling mendukung satu dengan lainnya. Bercermin dari penjelasan ini, usaha perempuan merupakan suatu sistem ekonomi yang terbentuk dalam suatu tata organisasi sederhana yang dibangun berdasarkan kemampuan perempuan itu sendiri.

Uraian pendahuluan menjelaskan bahwa sebagian besar perempuan pebisnis di Indonesia membangun usaha pada level menengah dan kecil. Usaha yang dilakukannya pun pada umumnya berkenaan dengan industri kreatif yang memanfaatkan potensi sumber daya yang paling dekat dengan perempuan. Misalnya, perempuan yang

tinggal dekat laut akan mengembangkan usaha yang berkenaan dengan pemanfaatan alam yang bersumber dari laut. Perempuan yang dekat dengan bidang peternakan sapi akan memanfaatkan sapi peliharaannya untuk menghasilkan produk yang berbahan dasar dari unsur sapi, seperti permen susu, tahu susu, dodol susu, yogurt dan lain sebagainya.

Hal tersebut cukup menggambarkan bahwa perempuan pengusaha sejalan dengan pemikiran dasar Karl Polanyi. Manusia mengusahakan kebutuhannya dalam hubungannya dengan manusia lain dan alam sekitar di mana ia berada. Gagasan bisnis usaha perempuan seringkali tidak diperoleh dengan memilih sumber daya, tetapi lebih untuk memanfaatkan apa yang ada. Oleh karena itu, cukup beralasan bahwa perempuan tidak memerlukan keahlian khusus untuk itu karena sudah menjadi aktivitas kesehariannya.

Organisasi bisnis usaha perempuan tidak seperti organisasi ekonomi pada umumnya. Organisasi ini digerakkan dengan prinsip ekonomi untuk menghasilkan keuntungan sejauh perempuan mampu menjangkau dan merasa nyaman untuk itu untuk menghindari konflik berkepanjangan antara keluarga dan usahanya. Berdasarkan diskusi yang mengemuka, perilaku komunikasi perempuan tentu menjadi salah satu andalannya untuk dapat mengembangkan bisnisnya.

Namun perilaku komunikasi perempuan bersifat khas. Perempuan cenderung mengutamakan pertemanan dan menghindari konflik. Dukungan dari sesama perempuan dibutuhkan untuk membantu keberhasilan roda bisnis usahanya. Perilaku atau tindakan berkomunikasi perempuan menjadi penting. Pemenuhan kebutuhan perempuan untuk menghasilkan uang selain karena desakan ekonomi, terdorong pula karena relasi pertemanan dengan perempuan lainnya. Contoh kondisi ini dapat kita lihat dari adanya kelompok-kelompok usaha perempuan yang melakukan kerjasama seperti Tupperware, kelompok usaha tani perempuan, jejaring bisnis melalui komunitas online, dan sebagainya.

Sampai di sini, dunia perempuan pengusaha sejalan dengan pendekatan pemikiran 1 hingga 3. Relasi pertemanan yang terbangun berdasarkan konstruk yang diciptakan oleh perempuan sendiri. Relasi pertemanan tidak terbangun karena intervensi dari pihak lain. Perempuan mengkonstruk gaya komunikasinya sendiri yang mendukung

pengembangan bisnisnya sejauh ia mampu menjangkaunya, dan merasa nyaman. Se jauh komunikasi perempuan mampu membangun relasi pertemanan sehingga dapat membuka peluang bisnisnya.

Yang demikian ini mengindikasikan bisnis yang dibangun perempuan berpotensi akan terbatas pada suatu lingkungan tertentu, misalnya di lingkungan di mana ia berada atau sejauh ia mampu membuka akses komunikasi dengan orang lain. Akibatnya perempuan tidak akan pernah mengoptimalkan bisnisnya. Tak banyak orang yang mengetahui tentang bisnisnya. Peluang bisnisnya menjadi terbatas. Selain akses ekonomi, keterbatasan manajerial pun membatasi perkembangan dan kemajuan bisnisnya.

Substantif ekonomi menekankan pada sistem ekonomi swa-kelola. Sistem ekonomi yang menekankan pada kekuatan elemen-elemen organisasi untuk bekerja sendiri tanpa ada intervensi dari luar sistem. Implementasi swa-kelola pada konteks mikro dunia bisnis perempuan memberikan ruang kenyamanan bagi perempuan untuk mengembangkan potensi bisnisnya. Namun di sisi lain perempuan tergantung pada lingkungannya, potensinya terbatas. Perilaku berkomunikasi hanya bermanfaat sebatas relasi pertemanan yang dibangunnya, dan dirasakan memberikan dampak langsung padanya. Tentunya untuk mengembangkan perempuan, swa-kelola ini membuat perempuan terbatas mengoptimalkan kemampuannya

PENUTUP

Simpulan. Perempuan bukan makhluk kedua di dalam masyarakat. Negara membutuhkan kontribusinya yang sama dengan laki-laki untuk turut berpartisipasi membangun masyarakat. Salah satu langkah yang dapat dilakukannya adalah melalui usaha bisnis. Namun untuk memahami pengembangan bisnis mikro perempuan tidak mungkin dipisahkan dari kehidupan keluarga, relasi pertemanannya beserta seperangkat elemen yang tersedia di lingkungan tempat tinggalnya.

Saran. Kemudahan perempuan yang sudah terbatas tentu menjadi fokus dari pengembangan perempuan. Intervensi dari pihak luar organisasi swa-kelola usaha perempuan perlu dilakukan. Langkah kunci yang perlu dilakukan adalah mengasah kemampuan berkomunikasi yang

merupakan andalan pengembangan potensi yang dimiliki perempuan. Selain itu diperlukan upaya pelatihan pengelolaan usaha dan dukungan kebijakan yang sesuai dengan kebutuhan bisnis perempuan sehingga tercipta kondisi yang kondusif.

Daftar Pustaka

- Cutlip, M.Scott & Center, H. Allen; Broom, Glen M. (2007). *Effective Public Relations*. London: Prentice Hall International, Inc
- Ekpe, Isidore, Norsiah Binti Mat, and Razli Che Razak. (2010). *The Effect of Microfinance Factors on Women Entrepreneurs' Performance in Nigeria: A Conceptual Framework*. International Journal of Business and Social Science, 1(2): 255–263.
- _____. Isidore, Norsiah Mat, and Razli Che Razak. (2011). *Attributes, Environment Factors and Women Entrepreneurial Activity: A Literature Review*. Asian Social Science, 7(9): 124–130.
- Hargie, Owen. (2006). *The Handbook of Communication Skills*. 3rd ed. New York, NY: Routledge.
- Prastowo, Justinus. (2014). *Ekonomi Insani*. Tangerang Selatan: Marjin Kiri.
- Noer, Lilik. (2013). Berita: IWAPI: *Wanita Pengusaha Belum Mampu Tembus Pasar Ekspor*. <http://iwapi.id/iwapi-wanita-pengusaha-belum-mampu-tembus-pasar-ekspor/>
- Oughton, Elizabeth., Wheelock Jane., & Baine, Susan (2003). *Micro-businesses and Social Inclusion in Rural Households: a Comparative Analysis*. Sociologia Ruralis. Vol 43: Issue 4 <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1046/j.1467-9523.2003.00249.x/abstract> (Tanggal akses, 14 Agustus 2016, pukul 17.00)
- Wang, Lei. (2010). *Direct and Indirect Effects of Individual and Environmental Factors on Motivation for Self-Employment*. Journal of Developmental Entrepreneurship, 15(4): 481–502.
- World Bank Indonesia. (2016). *Women Entrepreneur in Indonesia: A Pathway to Increasing Shared Prosperity*. Jakarta