MODEL PENGEMBANGAN *ENTREPRENEURSHIP* DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI RUMAH TANGGA PADA MASYARAKAT MELAYU RENGAT

Tomy Fitrio¹⁾ Roky Apriansyah²⁾ Astarman³⁾

^{1) 2) 3)} Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indragiri (STIE-I) Rengat

Jl. R. Soeprapto No. 14. Rengat | Telp. (0769) 21019 | Kode Pos : 29312 | Inhu, Riau

¹⁾tomy@stieindragiri.ac.id ²⁾rokyapriansyah@stieindragiri.ac.id ³⁾astarman@stieindragiri.ac.id

Submitted: 2019.10.17 Reviewed: 2019.11.04 Accepted: 2019.11.12

<https://doi.org/10.34006/jmbi.v8i2.118>

Abstract

The main focus of this research is to find out why women participate in trading in the Rengat city people's market. How is the connection with the spirit of entrepreneurship and the relationship of entrepreneurship with economic empowerment in Indragiri Hulu Regency, Riau Province. The existence of women who participated in trading was the forerunner to the birth of other entrepreneurs in Rengat city while at the same time contributing to economic development in Indragiri Regency in Riau Province in particular and the national economy in general. The entrepreneurship spirit development model starts from small businesses and is carried out by individuals, then involves families, developing towards small-scale companies, medium-scale businesses, and large companies. The study population was 97 women who participated in trading in the Rengat People's Market with a sample of 17 informants. This research leads to a qualitative approach (qualitative approach), with information that is subjective and historical. This multi-method research includes: (1) sociological history method with a curriculum vitae approach; (2) hermeneutic interpretative method, by interpreting information from informants.

Abstrak

Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kenapa perempuan ikut berdagang di pasar rakyat kota Rengat. Bagaimana keterkaitannya dengan jiwa entrepreneurship serta keterkaitan entrepreneurship dengan pemberdayaan ekonomi di Kabupaten Indragiri Hulu Propinsi Riau. Adanya perempuan yang ikut berdagang merupakan cikal bakal lahirnya entrepreneur lainnya di kota Rengat sekaligus memberikan sumbangsih terhadap pengembangan ekonomi di Kabupaten Indragiri Propinsi Riau pada khususnya dan ekonomi nasional secara umum. Model perkembangan jiwa entrepreneurship dimulai dari usaha kecil dan dilakoni oleh individual, kemudian melibatkan keluarga, berkembang ke arah perusahaan berskala kecil, usaha berskala menengah, dan perusahaan besar. populasi penelitian adalah perempuan yang ikut berdagang di pasar Rakyat Rengat sebanyak 97 orang dengan sampel 17 orang informan. Penelitian ini mengarah pada pendekatan kualitatif (qualitative approach), dengan informasi yang bersifat subyektif dan historis. Penelitian ini multi metode antara lain: (1) metode sejarah sosiologis dengan pendekatan studi riwayat hidup; (2) metode interpretative hermeneutik, dengan menginterpretasikan, menafsirkan informasi dari informan.

JEL Classification: L26

Keywords: Entrepreneurship

PENDAHULUAN

Data Badan Pusat Statistik Pada bulan September 2017, jumlah penduduk miskin (penduduk dengan pengeluaran per kapita per bulan di bawah Garis Kemiskinan) di Indonesia mencapai 26,58 juta orang (10,12 persen), berkurang sebesar 1,19 juta orang dibandingkan dengan kondisi Maret 2017 yang sebesar 27,77 juta orang (10,64 persen). Sejalan dengan hal tersebut diatas, kebutuhan yang paling mendesak yang harus dilakukan pemerintah adalah membangun pondasi perekonomian di daerah melalui pemberdayaan perekonomian rumah tangga khususnya di Rengat Kabupaten Indragiri Hulu.

Dengan terjunnya perempuan dalam aktivitas perdagangan pada Pasar Rakyat Rengat yang selama ini di dominasi oleh kaum laki-laki membuat peneliti tertarik memfokuskan penelitian ini di Pasar Rakyat Rengat, Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu, Riau. Pemilihan Pasar Rakyat Rengat dikarenakan penulis melihat mayoritas banyak perempuan yang menjadi pedagang dimana barang dagangannya bisa dikategorikan adalah hasil dari

potensi daerah Kabupaten Indragiri Hulu. Penelitian terdahulu oleh Zusmelia *et.al.* (2012) yang berjudul “Model Pengembangan *Entrepreneurship* dalam Pemberdayaan Ekonomi Rumah Tangga di Minangkabau” Terdapat sejumlah faktor mengapa perempuan terjun ke sektor perdagangan tanaman ekspor: (1) karena ingin melanjutkan kehidupan keluarga, karena ditinggal oleh suami; (2) ketimpangan kepemilikan lahan pertanian yang dikuasai; (3) tingkat pendidikan yang rendah; (4) asal suku perempuan pedagang terutama kelarasan Bodi Caniago yang bersifat egaliter, demokratis dan mudah menerima perubahan.

Dari uraian diatas yang menjadi pertanyaan penelitian adalah apa latar belakang perempuan ikut terlibat berdagang di pasar Rengat; bagaimana keterkaitan antara perempuan pedagang di pasar Rengat dengan lahirnya jiwa *enterprenuership* masyarakat Melayu Rengat; keterkaitan *enterprenuership* dengan pemberdayaan ekonomi Kabupaten Indragiri Hulu dan Propinsi Riau serta menemukan model pengembangan *enterprenuership* masyarakat melayu Rengat yang mendorong penguatan ekonomi daerah dan nasional umumnya.

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah untuk dapat mengembangkan model perkembangan jiwa *entrepreneurship* dimulai dari usaha kecil dan dilakoni oleh individual (*one man enterprise*), kemudian melibatkan keluarga (*family enterprise*), berkembang ke arah perusahaan berskala kecil (*small scale enterprise*), usaha berskala menengah (*medium scale enterprise*), dan perusahaan besar (*big scale enterprise*).

Urgensinya penelitian ini adalah untuk melihat perkembangan jiwa *entrepreneurship* yang dilakoni oleh perempuan untuk memberdayakan ekonomi rumah tangga. Peneliti belum menemukan penelitian tentang hal ini yang dilakukan pada pedagang di pasar Rengat, Indragiri Hulu.

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Entrepreneurship

Clelland (2009) menyatakan ada 9 karakteristik utama yang terdapat dalam diri seorang wirausaha :1). Dorongan berprestasi; 2). Bekerja keras; 3). Memperhatikan kualitas; 4). Sangat bertanggung jawab; 5). Berorientasi pada imbalan; 6). Optimis; 7). Berorientasi pada hasil karya yang baik; 8). Mampu mengorganisasikan; 9). Berorientasi pada uang. Steinhoff dan Buger (1993) menyatakan beberapa karakteristik yang diperlukan untuk menjadi wirausaha yang berhasil meliputi: 1. Memiliki visi dan tujuan usaha yang jelas. 2. Bersedia menanggung risiko waktu dan uang. 3. Berencana, mengorganisir. 4. Kerja keras sesuai dengan tingkat kepentingannya. 5. Mengembangkan hubungan dengan pelanggan, pemasok, pekerja dan yang lainnya.

Perempuan dan Entrepreneurship

Serian wijatno (2009) menyatakan bahwa saat ini *entrepreneur* wanita telah menjadi bagian dari *trend* gaya hidup yang menyebar di berbagai negara. Dengan menjalankan fungsi ganda, sebagai ibu rumah tangga dan pebisnis, seorang wanita mungkin menunggu anaknya sampai bersekolah sebelum ia memulai bisnis.

Buchari dan Alma (2006) menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi wanita berwirausaha dapat dibagi menjadi dua yaitu faktor pendorong dan faktor menghambat. Ada beberapa faktor yang menunjang berkembangnya wanita karir dalam bidang wirausaha, antara lain:

a. Faktor pendorong, meliputi:

1. Naluri kewanitaan yang bekerja lebih cermat, pandai mengantisipasi masa depan, menjaga kerhamonisan, kerjasama dalam rumah tangga dapat diterapkan dalam kehidupan usaha.
2. Mendidik anggota keluarga agar berhasil di kemudian hari, dapat dikembangkan dalam personel manajemen perusahaan.

3. Faktor adat istiadat, contohnya di Bali dan Sumatera Barat, dimana wanita memegang peranan dalam mengatur ekonomi rumah tangga.
 4. Lingkungan kebutuhan hidup seperti jahit menjahit, menyulam membuat kue, aneka masakan, kosmetika, mendorong lahirnya wanita pengusaha yang mengembangkan komoditi tersebut.
 5. Majunya dunia pendidikan wanita sangat mendorong perkembangan wanita karir, menjadi pegawai, atau membuka usaha sendiri dalam berbagai bidang usaha.
- b. Faktor Menghambat, Meliputi:
1. Faktor Kewanitaan, di mana sebagai ibu rumah tangga ada masa hamil, menyusui, tentu agak mengganggu jalannya bisnis. Hal ini dapat diatasi dengan mendelegasikan wewenang atau tugas kepada karyawan atau orang lain. Tentunya pendelegasian ini mempunyai keuntungan dan kerugian. Jalannya perusahaan tidak akan persis sama bila dipimpin oleh pemilik sendiri, jadi ada dua kemungkinan, lebih baik atau lebih buruk.
 2. Faktor sosial budaya, adat istiadat. Wanita sebagai ibu rumah tangga, bertanggung jawab penuh dalam urusan rumah tangga. Bila anak atau suami sakit, ia harus memberikan perhatian penuh, dan ini akan mengganggu aktivitas usahanya. Jalannya bisnis yang dilakukan oleh wanita tidak sebebas yang dilakukan laki-laki. Wanita tidak bebas melakukan perjalanan luar kota, mengadakan lobby, acara makan malam, dan sebagainya. Juga anggapan atau kebiasaan dalam suatu rumah tangga bahwa suamilah yang memberi nafkah, suami yang bekerja, maka sulit juga berkembangnya usaha menjadi usaha yang besar.
 3. Faktor emosional yang dimiliki wanita, di samping menguntungkan juga bisa merugikan. Misalnya dalam pengambilan keputusan, karena ada faktor emosional, maka keputusan yang diambil akan kehilangan rasionalitasnya. Juga dalam memimpin karyawan, muncul elemen- elemen emosional yang mempengaruhi hubungan dengan karyawan pria atau wanita yang tidak rasional lagi.
 4. Sifat pandai, cekatan, hemat dalam mengatur keuangan rumah tangga, akan berpengaruh terhadap keuangan perusahaan. Kadang-kadang wanita pengusaha agak sulit dalam mengeluarkan uang, dan harga- harga dipasang agak tinggi. Kebiasaan kaum ibu ialah bila mau membeli, ia menawar rendah sekali, tapi bila menjual harga ingin tinggi.

Pemberdayaan Ekonomi

Pemberdayaan menurut bahasa berasal dari kata daya, tenaga/ kekuatan, proses, cara, perbuatan memberdayakan. Pemberdayaan adalah upaya yang membangun daya masyarakat dengan mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya. Ada dua upaya agar pemberdayaan ekonomi masyarakat bisa dijalankan, diantaranya pertama, mempersiapkan pribadi masyarakat menjadi wirausaha. Karena kiat Islam yang pertama dalam mengatasi masalah kemiskinan adalah dengan bekerja. Dengan memberikan bekal pelatihan, akan menjadi bekal yang amat penting ketika akan memasuki dunia kerja.

Masyarakat Melayu

Nilai dalam masyarakat Melayu mempunyai hubungan tiga penjurur, yaitu hubungan manusia dengan Tuhan, manusia dengan manusia, dan manusia dengan alam. Maka nilai yang paling utama pastinya berpandukan hubungan antara manusia dengan Tuhan, apa juga yang ditegah oleh Tuhan menjadi perkara yang mesti dielakkan oleh manusia. Sebaliknya apa yang diperintahkan-Nya perlu dilaksanakan sebaik mungkin. Tuhan telah memaklumkan apa yang baik dan apa yang tidak baik untuk manusia. Nilai-nilai yang dinyatakan-Nya itu berhubung

dengan kehidupan sosial, ekonomi, politik, dan budaya. Tidak ada suatu pun perbuatan dan tindakan manusia yang terlepas dari pada penilaian Allah.

Penelitian yang Relevan

Penelitian terdahulu oleh Zusmelia *et.al* (2012) yang berjudul “Model Pengembangan *Entrepreneurship* dalam Pemberdayaan Ekonomi Rumah Tangga di Minangkabau” Terdapat sejumlah faktor mengapa perempuan terjun ke sektor perdagangan tanaman ekspor: (1) karena ingin melanjutkan kehidupan keluarga, karena ditinggal oleh suami; (2) ketimpangan kepemilikan lahan pertanian yang dikuasai; (3) tingkat pendidikan yang rendah; (4) asal suku perempuan pedagang terutama kelarasan Bodi Caniago yang bersifat egaliter, demokratis dan mudah menerima perubahan.

Hasil Penelitian Rubio *et. al* (2016) yang berjudul “*Cultural Factor and Gender Role in Female Entrepreneurship*” menyatakan bahwa perempuan memainkan peran penting dalam kewirausahaan meskipun *entrepreneurship* perempuan lebih rendah dari *entrepreneurship* laki-laki. Namun jarak antara kedua *entrepreneurship* (pria-wanita) bervariasi di seluruh negara karena pengaruh dari peran dan *stereotype* yang berbeda pada perilaku *entrepreneurship*. Dalam rangka untuk memahami perbedaan, penelitian ini menganalisis beda antara *entrepreneurship* perempuan *entrepreneurship* laki-laki dari perspektif budaya di 55 negara. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang kuat antara maskulinitas, negara dan jenis kelamin *entrepreneurship*.

Arifah A.R (2015) dalam penelitiannya yang berjudul “keterampilan berwirausaha bagi perempuan dalam upaya peningkatan kesejahteraan keluarga” menyimpulkan bahwasannya keterampilan berwirausaha bagi perempuan dapat dipilih yang sesuai dengan keterampilan yang biasa dilakukan seperti yang terkait dengan bidang boga, bidang busana, ataupun bidang kerajinan tangan. Keterampilan yang dimiliki seseorang, khususnya para perempuan yang bekerja di rumah dapat dijadikan kegiatan wirausaha. Dengan memiliki berbagai keterampilan dapat melakukan kegiatan berwirausaha, yang penting punya minat, semangat, dan jiwa wirausaha, serta mengimplementasi kegiatan usahanya. Ada lima keterampilan yang harus dimiliki calon wirausaha, yaitu (1) keterampilan mengatur skala prioritas; (2) keterampilan manajemen waktu; (3) pengetahuan, dan keterampilan selalu di *uprgade*; (4) keterampilan multitasking; dan (5) keterampilan dalam berkomunikasi. Hasil keterampilan berwirausaha yang dilakukan perempuan ini dapat dijadikan untuk menambah penghasilan keluarga terutama bagi mereka yang masih membutuhkan. Dengan pemenuhan kebutuhan yang optimal dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga.

Rizal *et.al* (2016) dalam penelitiannya yang berjudul “ Faktor-faktor yang mempengaruhi wanita berusaha studi kasus di kota Langsa”. Hasil penelitian menunjukkan variabel modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi wanita berwirausaha, variabel kemandirian dan pendidikan berpengaruh positif tidak signifikan sedangkan variabel emosional berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap minat wanita berwirausaha. Variabel kemandirian, modal, emosional, dan pendidikan mempengaruhi wanita berwirausaha di Kota Langsa sebesar 24,3%, sedangkan sisanya sebesar 75,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

Hasil penelitian Ceyda .M (20115) telah mengungkapkan bahwa ada kesamaan penting di antara pengusaha perempuan Turki sehubungan dengan sifat atau karakteristik kepribadian mereka. Pengusaha wanita yang sukses di Turki digambarkan sebagai orang yang gigih, sabar, kuat mental, visioner, dan inovatif. Wawancara juga mengungkapkan bahwa mengeksplorasi peluang unik di lingkungan bisnis, bekerja untuk kebaikan masyarakat dan menjadi mandiri dalam keputusan dan tindakan seseorang adalah faktor utama di balik keputusan pengusaha wanita Turki untuk menjadi pengusaha. Di sisi lain, menemukan dan mengelola modal muncul sebagai masalah paling penting bagi wirausaha perempuan di Turki terlepas dari adanya berbagai mekanisme dukungan. Akhirnya, temuan menunjukkan bahwa mayoritas
Vol. 8, No. 2, Desember 2019, pp. 270-277
<https://doi.org/10.34006/jmbi.v8i2.118>

pengusaha wanita di Turki menggunakan cara tradisional (yaitu mekanisme dukungan pemerintah dan non-pemerintah dan bank) untuk mendapatkan dukungan keuangan. Anggota keluarga dan mitra bisnis adalah sumber lain dari dukungan keuangan, yang juga dapat memberikan dukungan moral kepada pengusaha perempuan.

Hasil penelitian Sucheta Agarwal dan Usha Lenka (2018) yang berjudul "*why research is needed in women entrepreneurship in India: a viewpoint*" menemukan bahwa Pemerintah India telah meluncurkan beberapa kebijakan dan program pengembangan untuk menanamkan semangat kewirausahaan di antara kelompok-kelompok perempuan dan dengan demikian tidak hanya membuat mereka mandiri secara finansial tetapi juga untuk berkontribusi pada proses pertumbuhan ekonomi. Namun, masih ada banyak kesenjangan dalam mencapai tujuan karena berbagai faktor. Ini menjadi lebih signifikan karena tingkat kewirausahaan perempuan di India sangat rendah dibandingkan dengan ekonomi lain dan juga antara pengusaha laki-laki dan perempuan di negara tersebut. Studi ini memunculkan kebutuhan dan pentingnya penelitian di masa depan dalam bidang kewirausahaan perempuan dan dengan demikian mengeksplorasi bidang-bidang yang menjadi perhatian dan membawa perbaikan yang diperlukan untuk memperkuat program dan kebijakan kewirausahaan perempuan.

Hasil penelitian dari Sullaida et. al (2018) dengan judul "*The Development of an Independent Entrepreneurship Model Through Creative Economy for Women in Lhokseumawe City*" bahwa berdasarkan profil perempuan yang tidak bekerja, diketahui mereka memiliki akses pendidikan yang rendah dan pendapatan yang terbatas, keseluruhan wanita yang merupakan pelaku ekonomi kreatif memiliki potensi tinggi dalam menjalankan ekonomi kreatif.

Hasil penelitian dari Anggadwita et.al (2017) dengan judul "*Socio-cultural environments and emerging economy entrepreneurship: Women entrepreneurs in Indonesia*". Studi ini dimaksudkan untuk fokus pada pengusaha perempuan usaha mikro, kecil dan menengah di Bandung, Indonesia. Sebanyak 210 pengusaha wanita telah berpartisipasi dalam penelitian ini. Implikasi praktis termasuk informasi yang berguna bagi pengusaha perempuan untuk mengatasi dampak lingkungan sosial budaya dalam kegiatan kewirausahaan mereka. Lingkungan sosial budaya ditemukan secara langsung mempengaruhi aktivitas kewirausahaan perempuan, yang mengindikasikan beberapa nilai lingkungan sosial seperti: toleransi, kerja sama, kekeluargaan dan budaya sebagai pendorong mereka untuk bergerak maju. Hasil penelitian Fitrio, (2019) pada rumah Bolu ZA yang bergerak dalam usaha kue rumahan berlokasi di Rengat dimana pemiliknya seorang perempuan yang berdagang untuk menambah pendapatan ekonomi keluarga.

Hasil penelitian Namrata et.al (2019) yang berjudul "*A structural model assessing key factors affecting women's entrepreneurial success: Evidence from India*" menemukan bahwa keberhasilan kewirausahaan tergantung pada berbagai faktor kunci, dan oleh karena itu, pendidikan dan pelatihan yang sesuai dan dukungan pemerintah pada pengembangan kewirausahaan harus disediakan yang dapat membantu dalam pemberdayaan perempuan melalui budaya kewirausahaan. Merancang program pelatihan teknis dan kewirausahaan khusus untuk wirausaha perempuan agar dapat dipromosikan. Ini merupakan indikasi kuat bahwa kewirausahaan perempuan perlu diperkuat untuk menghadapi krisis ekonomi dan membangun pemberdayaan perempuan. Oleh karena itu, penemuan penelitian ini memperkaya beberapa literatur yang ada yang mendukung pandangan promosi kewirausahaan perempuan di sektor UMKM India. Peneliti melihat adanya keterkaitan antara jiwa *entrepreneurship* dan kelahiran pedagang-pedagang perempuan yang ada di Pasar Kota Rengat dan menarik untuk diteliti lebih lanjut.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Pasar Rakyat Kota Rengat dengan populasi adalah 97 orang pedagang perempuan dan sampel sebanyak 17 orang informan. Penelitian ini mengarah pada pendekatan kualitatif (*qualitative approach*), dengan informasi yang bersifat subyektif dan historis. Menurut Gunawan penelitian kualitatif berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri. Penelitian ini multi metode antara lain: (1) metode sejarah sosiologis dengan pendekatan studi riwayat hidup, untuk melihat keberadaan perempuan di pasar Rengat dan bagaimana terjadinya proses pentransferan jiwa *entrepreneurship* baik secara *value* maupun *knowledge* yang terjadi ditengah keluarga perempuan pedagang dalam bentuk keluarga inti (*nuclear family*) maupun keluarga besar (*extended family*); (2) metode *interpretative hermeneutic*, ini berangkat dari asumsi bahwa aktifitas perempuan pedagang adalah suatu realitas yang sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti politik, sosial-kultural, sehingga dibutuhkan berbagai metoda dalam mendekati fenomena yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini adalah karakteristik pedagang perempuan yang ada di Pasar Kota Rengat Kabupaten Indragiri Hulu:

Tabel 1: Karakteristik Pedagang Perempuan di Pasar Rengat

Jumlah Pedagang Perempuan	Rata-Rata Umur	Cikal Bakal Usaha			
		Ibu	Ayah	Ibu & Ayah	Keluarga Besar
97	30-69	35	26	21	15

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah)

Dari wawancara mendalam terhadap 17 (tujuh belas) informan sampai didapatkan satu kesamaan hasil dimana perempuan yang berdagang di pasar Rengat berawal dari usaha yang telah dirintis oleh ibu, ayah atau ibu dan ayah serta keluarga besar. dari 17 informan yang diwawancarai terdapat 10 informan yang mengungkapkan bahwa jiwa *entrepreneurship* memanggilnya untuk ikut berdagang disamping untuk menambah ekonomi keluarga, 10 orang informan mengungkapkan ikut berdagang karena ingin menambah perekonomian keluarga. Dari semua informan mempunyai kesamaan yaitu berasal dari keluarga yang juga pedagang baik ibu, ayah, ibu dan ayah serta keluarga besar sampai usaha menjadi besar. Berikut ini adalah model pengembangan *entrepreneurship* dalam pemberdayaan ekonomi rumah tangga pada masyarakat melayu Rengat.

Gambar 1

Model Pengembangan *entrepreneurship* dalam pemberdayaan ekonomi rumah tangga pada masyarakat Melayu Rengat

Generasi pertama dari pedagang seperti ibu, ayah dan keluarga besar akan menyiapkan generasi selanjutnya agar mampu menggantikannya berdagang bahkan bisa maju menjadi pedagang menengah dan pedagang besar. Generasi pertama akan memberikan tingkat pendidikan yang lebih baik dari diri mereka, transfer ilmu pengetahuan dalam berdagang serta transfer nilai-nilai dalam berdagang. Generasi kedua dan seterusnya harus mempunyai juga modal sosial seperti: 1) Kepercayaan; 2) Tanggung Jawab; 3) Networking. Hasil ini sesuai dengan penelitian Zasmelia, (2012) yang menyatakan bahwa pedagang yang berdagang pada pasar nagari di Minangkabau dimulai dari keluarga sampai menjadi usaha besar turun temurun.

PENUTUP

Terdapat beberapa faktor mengapa perempuan melayu Rengat ikut terjun dalam berdagang di pasar Rengat: (1) Tingkat pendidikan rendah sehingga untuk mencari pekerjaan sulit, (2) Karena ingin melanjutkan kehidupan keluarga karena ditinggal mati suami, (3) ingin menambah pendapatan keluarga. Pedagang perempuan di pasar Rengat ini adalah cikal bakal lahirnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Rengat dan Kabupaten Indragiri Hulu, hal ini berdampak pada pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Indragiri Hulu Propinsi Riau.

REFERENCE

- Alma, Buchari. (2006). Kewirausahaan. Bandung : Alfabeta
- Arifah. A.Riyanto. (2015). Keterampilan berwirausaha bagi perempuan dalam peningkatan kesejahteraan keluarga. *Empowerment*, 4(2 September 2015).
- Ceyda Maden. (2015) "A gendered lens on entrepreneurship: women entrepreneurship in Turkey", *Gender in Management: An International Journal*, Vol. 30 Issue: 4, pp.312-331, <https://doi.org/10.1108/GM-11-2013-0131>
- Daniel Sukalele, "Pemberdayaan Masyarakat Miskin di Era Otonomi Daerah", dalam <https://wordpress.com/about/pemberdayaan-masyarakat-miskin-di-era-otonomi-daerah>.
- Dun Steinhoff, John F. Burgess. (1993). Small Business Management Fundamentals 6th ed. New York: McGraw Hill, Inc
- Fitrio, T. (2019). STRATEGI BISNIS RUMAH BOLU ZA RENGAT. *Media Mahardhika*; Vol 17 No 2 (2019): January 2019. <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v17i2.88>
- Zusmelia, et all. (2012). Model Pengembangan Enterpreneurship dalam Pemberdayaan Ekonomi Rumah Tangga di Minangkabau. *Mimbar*, 28(2), 125–134.
- Grisna Anggadwita, Bachruddin Saleh Luturlean, Veland Ramadani, Vanessa Ratten, (2017) "Socio-cultural environments and emerging economy entrepreneurship: Women entrepreneurs in Indonesia", *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, Vol. 9 Issue: 1, pp.85-96, <https://doi.org/10.1108/JEEE-03-2016-0011>
- Hisrich, et, all. (2016). Entrepreneurship 10th Edition, Mc Graw Hill International Book Company, New York.
- Imam Gunawan. (2013). Metode Penelitian Kualitatif, Teori dan Praktek. Bumi Aksara. Jakarta.
- Kasmir. (2016). Kewirausahaan, Penerbit Rajawali Press, Jakarta.
- Mardi Yatmo Hutomo. (2000). Pemberdayaan Masyarakat dalam Bidang Ekonomi, Adiyana Press ,Yogyakarta.
- McClelland, David C. 2009. Entrepreneur Behavior and Characteristics of Entrepreneurs.The Achieving Society.
- Namrata Chatterjee, Niladri Das, Nishit Kumar Srivastava, (2019) "A structural model assessing key factors affecting women's entrepreneurial success: Evidence from India", *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, Vol. 11 Issue: 1, pp.122-151, <https://doi.org/10.1108/JEEE-08-2016-0030>.
- Noriati A. Rashid. (2005). Nilai Kesantunan dalam Konteks Sosial Budaya Masyarakat Melayu. *Jurnal Pengajian Melayu*, Jilid 15
- Rizal, Setianingsih, Chandra (2016). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Wanita Berwirausaha (Studi Kasus di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol 5 Jilid 2, 525–534.
- Rubio-Bañón, A., & Esteban-Lloret, N. (2016). Cultural factors and gender role in female entrepreneurship. *Suma de Negocios*, 7(15), 9–17. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2015.12.002>
- Serian Wijatno. (2009). Pengantar Kewirausahaan, Penerbit Grasindo, Jakarta.
- Sucheta Agarwal, Usha Lenka, (2018) "Why research is needed in women entrepreneurship in India: a viewpoint", *International Journal of Social Economics*, Vol. 45 Issue: 7, pp.1042-1057, <https://doi.org/10.1108/IJSE-07-2017-0298>
- Sullaida, Nurmala, Chairil Ahyar (2018), The Development of an Independent Entrepreneurship Model Through Creative Economy for Women in Lhokseumawe City, in (ed.) *Proceedings of MICoMS 2017 (Emerald Reach Proceedings Series, Volume 1)* Emerald Publishing Limited, pp.87 - 92
- Zusmelia, et, all. (2012). Model Pengembangan Enterpreneurship dalam Pemberdayaan Ekonomi Rumah Tangga di Minangkabau, *Mimbar*, 28 (2), 125–134.
- Vol. 8, No. 2, Desember 2019, pp. 270-277
<https://doi.org/10.34006/jmbi.v8i2.118>