

Volume: 10 Nomor: 1 Tahun 2023

[Pp. 40-58]

ANALISIS MOTIVASI IBU RUMAH TANGGA BERBISNIS ONLINE (STUDI KASUS DISTRIK ARSO BARAT KABUPATEN KEEROM PROVINSI PAPUA)

Ira Eka Pratiwi

PhD Students of Graduate School of Pan Pacific, Kyung Hee University, South Korea

E-mail: pratiwi.iraeka@khu.ac.kr

Hp: 0811472386

Fachrudin Fiqri Affandy

IAIN Fattahul Muluk Papua, Indonesia

E-mail: affandyjo@gmail.com

Hp: 082198231413

Fatma

IAIN Fattahul Muluk Papua, Indonesia

E-mail: f4tm4aaaa17@gmail.com

Hp: 082399520432

ABSTRACT

This study aims to analyze the motivations of housewives doing online business in the Arso Barat District, Keerom Regency, Papua Province. The method used in this research is quantitative statistics using primary data. The instrument used in this study was a questionnaire that had been tested for validity and reliability. Primary data were obtained from 50 respondents who are housewives who do online business in Arso Barat District, Keerom Regency. Analysis of the data used is to use multiple linear regression test. The results showed that self-actualization variabels significantly influence the motivation of housewives doing online business in the Arso Barat District, Keerom Regency. Meanwhile, the physiology needs variabel does not significantly influence the motivation of housewives doing online business in the Arso Barat District, Keerom Regency. The independence variabel also did not significantly influence the motivation of housewives to do online business in Arso Barat District, Keerom Regency.

Keywords: Motivation of Housewives, Physiology Needs, Independence, Self-Actualization, Online Business.

PENDAHULUAN

Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi terhadap ekonomi dan pembangunan Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Depkop, 2020), pada tahun 2017 Indonesia memiliki sekitar 62.922.617 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), dimana Usaha Kecil (UK) sebanyak 757.090 sedangkan Usaha Menengah (UM) sebanyak 58.627. Dimana, mayoritas UMKM merupakan industri rumahan dengan kontributor utamanya adalah kaum perempuan (Zuraya, 2013).

Penelitian yang dilakukan oleh Rizal, Setianingsih, dan Chandra (2016), faktor modal berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi wanita berwirausaha. Namun demikian, faktor ini tidak serta merta satu-satunya penyebab khususnya bagi kaum perempuan memilih untuk menjalankan usahanya. Kusumayanti (2019) dalam penelitiannya melakukan observasi awal di Pontianak Utara dan menemukan bahwa masih banyak ibu rumah tangga yang bekerja karena alasan ekonomi keluarga. Sementara itu, Majid dan Handayani (2012) menyimpulkan bahwa keinginan perempuan yang telah menikah untuk bekerja disebabkan karena adanya dorongan untuk membatu perekonomian keluarganya. Dalam penelitian ini juga dikemukakan bahwa jumlah tanggungan keluarga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan seorang istri untuk bekerja.

Sementara itu, menurut Anoraga (2004), salah satu faktor yang mempengaruhi wanita untuk memulai suatu bisnis adalah faktor kemandirian. Hal ini dapat diartikan bahwa seorang wanita menjalankan bisnisnya disebabkan karena kemampuan dan keahlian yang dimilikinya, serta tidak ingin bergantung kepada orang lain. Namun demikian, seiring dengan perkembangan zaman, banyak perempuan kini telah mengambil banyak peran di masyarakat dengan mengaktualisasikan dirinya. Dalam teori motivasi yang dikemukakan oleh Abraham Maslow (1943), terdapat 5 tingkatan kebutuhan yang memotivasi seorang individu dalam melakukan sesuatu. Aktualisasi diri merupakan puncak hirarki dari kebutuhan manusia, dimana kebutuhan ini timbul karena adanya keinginan oleh individu untuk memperoleh kepuasan dengan dirinya sendiri, menyadari potensi

yang dimilikinya, dan tidak terlalu peduli dengan tanggapan orang lain terhadap dirinya (Mawere, et al., 2016).

Bahkan dengan meningkatnya perkembangan pengguna internet di Indonesia, maka hal ini menjadikan para kaum perempuan lebih mudah untuk menjalankan bisnisnya secara online. Menurut Safitri dan Hutammimi (2014), saat ini banyak kalangan kaum perempuan atau ibu rumah tangga yang melakukan bisnis dengan cara *online*, baik sebagai pemimpin di tempat ia bekerja atau sebagai pemilik perusahaan yang dibangun sendiri. Berawal dari ingin tahu dunia bisnis, mereka juga bekerja karena ingin mandiri secara finansial dan para ibu rumah tangga sangat menikmati usaha yang mereka jalankan.

Fanggidae, Angi, dan Nursiani (2018) menemukan ada tujuh faktor yang memotivasi kaum perempuan berwirausaha melalui bisnis online, yaitu faktor pengalaman, faktor fasilitas, faktor aktualisasi diri, faktor prestasi dan kesempatan, faktor potensi individu, faktor keluarga, dan faktor pengangguran. Selain itu, Irawati dan Sudarsono (2018) menemukan enam faktor yang memotivasi para ibu muda berwirausaha melalui bisnis online. Diantaranya adalah faktor keluarga, kepentingan pribadi, kesempatan kerja, pengetahuan teknis, pengalaman wirausaha, latar belakang keluarga, dan paasr potensial. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sucipto (2019) membuktikan bahwa motivasi memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap minat ibu rumah tangga berwirausaha secara online. Selain itu juga, penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan keluarga memiliki pengaruh signifikan positif terhadap minat ibu rumah tangga berwirausaha secara online.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh kebutuhan fisiologis terhadap motivasi Ibu rumah tangga berbisnis online di Distrik Arso Barat Kabupaten Keerom?
2. Bagaimanakah faktor kemandirian terhadap motivasi Ibu rumah tangga berbisnis online di Distrik Arso Barat Kabupaten Keerom?
3. Bagaimanakah pengaruh kebutuhan aktualisasi diri terhadap motivasi Ibu rumah tangga berbisnis online di Distrik Arso Barat Kabupaten Keerom?

KAJIAN TEORI

1. Teori Motivasi

Motivasi merupakan suatu dorongan terhadap seseorang untuk melakukan sesuatu. Menurut Siswanto, motivasi merupakan tindakan untuk menggerakkan dan mengarah atau menyalurkan perilaku kearah pencapaian kebutuhan yang dapat memberi kepuasan dan mengurangi ketidakseimbangan (Aditya, 2012). Dimana dorongan yang menggerakkan seseorang ini dapat berasal dari dalam maupun dari luar. Menurut Widayat (2015), motivasi terbagi menjadi 2 jenis yaitu motivasi intrinsik dan ekstrinsik. Motivasi intrinsik adalah motif-motif yang menjadi aktifitas atau berfungsinya tidak perlu dirangsang dari luar, karena dalam diri setiap individu sudah ada dorongan untuk melakukan sesuatu. Contohnya seseorang membuka bisnis *online* karena ia tahu bahwa dengan membuka bisnis akan menghasilkan penghasilan, tidak karena tujuan lain. Sementara itu, motivasi ekstrinsik adalah motif-motif yang aktif dan berfungsinya karena adanya perangsang dari luar. Contohnya seseorang membuka bisnis *online*, karena ia tahu bahwa bisnis online dapat menghasilkan penghasilan yang besar, sehingga ia mendapatkan pujian atas kesuksesan bisnis online yang ia jalankan.

Menurut Abraham Maslow, setiap manusia memiliki dorong yang tumbuh di dalam dirinya secara terus menerus disebabkan karena adanya kebutuhan, dimana kebutuhan ini memiliki 5 tingkatan. Tingkatan paling dasar adalah kebutuhan fisiologis, sedangkan tingkatan paling atas adalah kebutuhan aktualisasi diri (Andjarwati, 2015).

Kebutuhan fisiologis terdiri dari kebutuhan dasar dan bersifat primer. Kebutuhan ini adalah kebutuhan yang paling mendesak untuk segera dipenuhi manusia dalam menjalankan kehidupan sehari-harinya. Kebutuhan fisiologis merupakan motivasi paling besar bagi mereka yang kekurangan segala-galanya dalam kehidupannya. Setelah kebutuhan ini terpenuhi, maka akan muncul kebutuhan keamanan. Kebutuhan ini muncul karena adanya keinginan untuk melindungi diri dari ancaman, bahaya, kerugian, atau kehilangan (Iskandar, 2016).

Selanjutnya, setelah kebutuhan fisiologis dan keamanan selesai terpenuhi, maka seorang individu membutuhkan adanya penerimaan secara sosial (kebutuhan

sosial). Hal ini disebabkan karena manusia merupakan makhluk sosial yang tidak bisa hidup tanpa adanya bantuan dari orang lain. Kemudian, pada tingkatan keempat, Abraham Maslow menyatakan bahwa suatu individu membutuhkan adanya penghargaan. Ini berkaitan dengan adanya penghormatan atas segala sesuatu yang telah dicapai oleh suatu individu. Istilahnya, seseorang membutuhkan pengakuan dari orang lain. Setelah itu pada tingkatan tertinggi, Abraham Maslow menerangkan adanya kebutuhan aktualisasi diri. Dimana, kebutuhan ini akan terpenuhi jika seluruh kebutuhan pada tingkatan sebelumnya telah terpenuhi (Khadijah, et al., 2016). Menurut Iskandar (2016), kebutuhan ini merupakan kebutuhan untuk mengembangkan potensi diri, meningkatkan kemampuan diri, dan menjadi orang yang lebih baik.

2. Perempuan, Wirausaha, dan Islam

Menurut Kasmir, wirausaha adalah orang yang memiliki keberanian untuk mengambil resiko dari peluang usaha yang ada dengan harapan bisa mendapatkan pembelajaran baru (Suyana dan Bayu, 2010). Sementara itu perempuan wirausaha menurut Irawati dan Sudarsono (2018) adalah perempuan atau sekelompok perempuan yang memulai, mengatur, dan mengoperasikan perusahaan bisnis. Dalam perkembangan zaman saat ini, telah banyak kaum perempuan yang mengambil peran dalam berwirausaha. Bahkan tidak sedikit dari mereka yang usaha atau bisnisnya sukses dan berkembang dengan pesat.

Dalam kehidupan masyarakat Indonesia, berkembang stigma yang lebih memposisikan kaum perempuan khususnya yang telah berkeluarga pada posisi kerja sebagai ibu rumah tangga, yang hanya mengurus keluarganya. Hal ini tidak sepenuhnya salah, karena memang kodrat kaum perempuan adalah sebagai ibu rumah tangga. Tetapi, di saat waktu senggang atau di saat bersamaan mengurus keluarga, para perempuan yang telah berumah tangga juga dapat turut membantu suami mereka dalam meningkatkan perekonomian keluarga mereka (Nurcholifah, 2016). Salah satu kegiatan yang dapat dilakukan adalah dengan berwirausaha atau berbisnis.

Berdasarkan penelitian-penelitian yang telah dilakukan, terdapat sejumlah faktor yang memotivasi dalam memulai usaha atau bisnisnya. Menurut Anoraga

(2004), empat faktor yang memotivasi *womenpreneurship* (Perempuan Wirausaha) adalah faktor kemandirian, faktor modal, faktor emosional, dan faktor pendidikan. Sementara itu, Jesurajan dan Gnanadhas (2011) menjelaskan bahwa yang memotivasi wanita dalam berwirausaha adalah faktor kemandirian secara ekonomi, ketidakpuasan dengan pekerjaan yang ada, pengangguran, mencari tantangan, keinginan pribadi, kebanggaan diri, turun menurun, kesempatan kerja, bantuan finansial, pengetahuan teknis, serta dorongan keluarga, penggunaan dana tidak terpakai, fasilitas infrastruktur, pengalaman kewirausahaan, potensi pasar, keinginan keluarga, status sosial, dan latar belakang keluarga.

Dalam Islam, jual beli merupakan pekerjaan yang halal dan mulia apabila dilandaskan dengan kejujuran, dimana seorang pedagang harus berperilaku jujur dengan cara menjelaskan *detail* barang yang ia jual serta menjelaskan jika ada kecacatan yang ia ketahui dan yang tidak terlihat oleh pembeli. Dengan berkembangnya teknologi, tren penjualan kini bergeser pada transaksi penjualan secara online dimana barang hanya berdasar pada deskripsi yang diberikan oleh si penjual, jika barang sudah disetujui dengan pihak lain atau si pembeli menganggap sah, maka si penjual mengirim barang tersebut ke si pembeli. Namun jika deskripsi barang tidak sesuai dengan barang yang datang, maka pembeli memiliki hak khayar yang memperbolehkan pembeli untuk meneruskan atau membatalkan pembelian tersebut (Fitria, 2017). Dalam Islam, selama tidak mengandung unsur-unsur yang dapat merusaknya seperti riba, kezhaliman, penipuan, kecurangan dan yang sejenisnya serta memenuhi rukun-rukun dan syarat-syarat didalam jual belinya, maka transaksi online diperbolehkan (Salim, 2017).

3. Hipotesis

1. H_1 : Kebutuhan fisiologis berpengaruh signifikan terhadap motivasi Ibu Rumah Tangga berbisnis *online* di Distrik Arso Barat Kabupaten Keerom.
2. H_2 : Faktor kemandirian berpengaruh signifikan terhadap motivasi Ibu Rumah Tangga berbisnis *online* di Distrik Arso Barat Kabupaten Keerom.
3. H_3 : Kebutuhan aktualisasi diri berpengaruh signifikan terhadap motivasi Ibu Rumah Tangga berbisnis *online* di Distrik Arso Barat Kabupaten Keerom.

4. H_4 : Kebutuhan fisiologis, Faktor kemandirian, dan Kebutuhan aktualisasi diri secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap motivasi Ibu Rumah Tangga berbisnis *online* di Distrik Arso Barat Kabupaten Keerom.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang diperoleh dengan menggunakan kuisisioner kepada Ibu rumah tangga yang menjalankan bisnis online di Distrik Arso Barat, Kabupaten Keerom, Provinsi Papua. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 responden yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *Purposive Sampling*, atau teknik pengambilan sampel dengan menggunakan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu.

Dalam penelitian ini, kuisisioner disusun dengan menggunakan pernyataan-pernyataan yang bertujuan untuk menemukan jawaban dari masalah yang diteliti. Skala likert digunakan untuk mengukur jawaban dari semua responden. Sementara itu, untuk mengetahui apakah kuisisioner yang disusun telah valid dan sah digunakan, maka dilakukan uji validitas. Selanjutnya, untuk mengetahui apakah kehandalan dari kuisisioner, maka dilakukan uji reliabilitas.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda. Uji asumsi klasik dilakukan terlebih dahulu sebagai syarat untuk melakukan analisis regresi berganda. Uji asumsi klasik yang dilakukan terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

Model statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Dimana:

Y = Motivasi Berbisnis Online

X_1 = Kebutuhan Fisiologis

X_2 = Faktor Kemandirian

X_3 = Kebutuhan Aktualisasi Diri

a = Konstanta

b_1 = Koefisien regresi untuk X_1

b_2 = Koefisien regresi untuk X_2

b_3 = Koefisien regresi untuk X_3

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Demografi Responden

Dalam penelitian ini, sebanyak 50 responden digunakan merupakan Ibu rumah tangga yang menjalankan bisnis *online* di Distrik Arso Barat Kabupaten Keerom, Provinsi Papua. Adapun karakteristik demografi responden dalam penelitian ini meliputi usia, domisili, pendidikan terakhir, dan penghasilan perbulan seperti pada Tabel 1 di bawah.

Tabel 1. Karakteristik Demografi Responden

Usia (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase %
18-25	16	32%
26-30	26	52%
31-35	8	16%
Jumlah	50	100%
Domisili (Kampung)	Jumlah Responden	Persentase %
Kampung Yaturaharja (Arso 10)	10	20%
Kampung Ifa-fia (Arso 11)	6	12%
Kampung Yammua (Arso 6)	10	20%
Kampung Dukwia (Arso 8)	5	10%
Kampung Sanggaria (Arso 1)	14	28%
Kampung Warbo (Arso 7)	5	10%
Jumlah	50	100%
Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Persentase %
SMP	3	6%
SMA	36	72%
DIPLOMA	4	8%
S1	7	14%
Jumlah	50	100%
Penghasilan Perbulan	Jumlah Responden	Persentase %
Rp 0 - Rp 500.000	6	12%
Rp 500.000 - Rp 1.000.000	20	40%
Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000	23	46%
Lebih dari Rp 10.000.000	1	2%

Jumlah	50	100%
---------------	-----------	-------------

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dalam kuesioner mempunyai *item-total correlation* $> r_{\text{tabel}}$ (0.278), maka seluruh item pernyataan dinyatakan valid (Tabel 2). Sementara itu, suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ (Sujarweni, 2019). Tabel 3 menunjukkan bahwa berdasarkan hasil yang diperoleh dari uji reliabilitas instrument, maka dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian tersebut dinyatakan reliabel karena nilai koefisien reliabilitas > 0.60 .

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Instrumen

No	Variabel		r hitung	r tabel	Keterangan
1	Kebutuhan Fisiologis (X ₁)	X1.1	0.758	0.278	Valid
		X1.2	0.824	0.278	Valid
		X1.3	0.718	0.278	Valid
2	Kemandirian (X ₂)	X2.1	0.816	0.278	Valid
		X2.2	0.722	0.278	Valid
		X2.3	0.745	0.278	Valid
3	Aktualisasi Diri (X ₃)	X3.1	0.756	0.278	Valid
		X3.2	0.738	0.278	Valid
		X3.3	0.768	0.278	Valid
4	Motivasi Berbisnis Online (Y)	Y1	0.707	0.278	Valid
		Y2	0.734	0.278	Valid
		Y3	0.592	0.278	Valid
		Y4	0.681	0.278	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

No	Variabel	Cronbach Alpha	0.60	Keterangan
1	Kebutuhan Fisiologis (X ₁)	0.650	0.60	Reliabel
2	Kemandirian (X ₂)	0.636	0.60	Reliabel
3	Aktualisasi Diri (X ₃)	0.620	0.60	Reliabel
4	Motivasi Berbisnis Online (Y)	0.606	0.60	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

3. Deskripsi Data

Dalam penelitian ini, kuisioner yang digunakan terdiri atas 14 item pernyataan yang disusun dari setiap variabel yang diteliti. Setiap pernyataan memiliki pilihan jawaban, yaitu: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS). Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diketahui bahwa seluruh responden menyatakan bahwa bisnis online dilakukan untuk melengkapi (sebagai tambahan) kebutuhan fisiologis rumah tangganya yang terdiri dari kebutuhan pangan (makan dan minum), kebutuhan sandang (pakaian), dan kebutuhan papan.

Selain itu berdasarkan hasil survei mengenai faktor kemandirian, maka dapat diketahui bahwa seluruh responden menyatakan percaya diri dapat mengembangkan bisnis online yang dijalankan. Responden juga menyatakan bahwa dengan berbisnis online, maka mereka secara mandiri dapat mengatur waktu untuk bekerja dan mengurus rumah tangganya. Serta, seluruh responden menyatakan bahwa bisnis online yang dijalankan adalah untuk menciptakan lapangan pekerjaan untuk diri sendiri dan orang lain.

Sementara itu, hasil survei tentang motivasi berbisnis online karena kebutuhan aktualisasi diri menunjukkan bahwa seluruh responden menyatakan bahwa bisnis online merupakan cara mereka untuk bebas berkreasi dalam usaha, mengembangkan potensi diri, serta untuk menunjukkan eksistensi diri mereka sebagai Ibu rumah tangga yang juga bekerja dan memiliki penghasilan. Hasil survei juga menunjukkan bahwa seluruh responden menyatakan bahwa bisnis online yang dijalankan merupakan keinginan dan inisiatif dari dirinya sendiri. Mereka juga yakin dapat berperan sebagai seorang pebisnis online. Namun demikian, beberapa responden menyatakan bahwa bisnis online yang dilakukan merupakan usaha untuk bangkit dari kegagalan pada bisnis sebelumnya. Tabel 4 menunjukkan hasil survei untuk masing-masing variabel.

Tabel 4 Hasil Survei Variabel Penelitian

Variabel	STS	TS	S	SS
----------	-----	----	---	----

Variabel		STS	TS	S	SS
Kebutuhan Fisiologis (X ₁)	Saya menjalankan bisnis <i>online</i> untuk mendapatkan tambahan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan pangan (makan & minum) keluarga saya.	0 0%	0 0%	31 62%	19 38%
	Hasil dari bisnis <i>online</i> , dapat saya gunakan untuk membeli kebutuhan sandang (pakaian) rumah tangga saya.	0 0%	0 0%	21 42%	29 48%
	Dengan menjalankan bisnis <i>online</i> , saya dapat memenuhi kebutuhan papan (tempat tinggal) keluarga saya.	0 0%	0 0%	29 48%	21 42%
Faktor Kemandirian (X ₂)	Saya percaya diri bahwa saya dapat mengembangkan bisnis <i>online</i> yang saya jalankan.	0 0%	0 0%	22 44%	28 46%
	Dengan berbisnis <i>online</i> saya bisa mengatur kapan saya akan bekerja dan kapan saya akan mengurus rumah tangga saya.	0 0%	0 0%	25 50%	25 50%
	Saya ingin menciptakan lapangan pekerjaan untuk diri saya dan orang lain.	0 0%	0 0%	28 56%	22 44%
Kebutuhan Aktualisasi Diri (X ₃)	Dengan berbisnis <i>online</i> , saya bebas berkreasi dalam usaha.	0 0%	0 0%	18 36%	32 64%
	Dengan berbisnis <i>online</i> saya dapat mengembangkan potensi yang ada pada diri saya.	0 0%	0 0%	28 56%	22 44%
	Dengan berbisnis <i>online</i> saya ingin orang disekitar saya tahu bahwa saya sebagai Ibu Rumah Tangga juga dapat menghasilkan penghasilan.	0 0%	0 0%	23 46%	27 54%
Motivasi Berbisnis Online (Y)	Saya berbisnis <i>online</i> karena keinginan saya sendiri.	0 0%	0 0%	27 54%	23 46%
	Saya merasa yakin dapat berperan sebagai seorang pebisnis <i>online</i> .	0 0%	0 0%	24 48%	26 52%
	Saya berinisiatif sendiri untuk menjalankan bisnis <i>online</i> .	0 0%	0 0%	24 48%	26 52%
	Saya berbisnis <i>online</i> karena ingin bangkit dari kegagalan usaha saya sebelumnya.	0 0%	5 10%	32 64%	13 26%

4. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen memiliki distribusi normal. Untuk menguji normal atau tidaknya dapat menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogrov-Sminov*. Agar berdistribusi normal maka variabel residual harus memiliki nilai signifikansi > 0.05 . Hasil menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dimana nilai signifikansi adalah $0.627 > 0.05$.

Uji Multikolinieritas dan Heteroskedastisitas

Multikolinieritas terjadi apabila variabel-variabel bebas (independen) dalam suatu persamaan regresi memiliki hubungan linier atau saling berkorelasi. Menurut Nachrowi dan Usman (2008). Untuk mengetahui adanya multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai tolerance atau nilai VIF. Jika nilai nilai VIF < 10 atau nilai tolerance > 0.1 , maka dapat diasumsikan tidak terjadi multikolinieritas. Sementara itu, berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas diketahui bahwa tidak terjadi permasalahan heteroskedastisitas. Tabel 5 menunjukkan hasil uji multikolinieritas.

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel Independen	Nilai Tolerance	Nilai VIF
Kebutuhan Fisiologis	0.679	1.473
Kemandirian	0.603	1.659
Aktualisasi Diri	0.498	2.008

5. Uji Regresi Linier Berganda

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda, nilai koefisien determinasi dari model persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebesar 0.520 atau 52%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari kebutuhan fisiologis, faktor kemandirian dan kebutuhan aktualisasi diri berpengaruh sebesar 52% terhadap variabel dependen yaitu motivasi ibu rumah tangga berbisnis online. Sementara itu sisanya sebesar 48% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak

dimasukkan dalam model penelitian ini. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 6 di bawah.

**Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.721 ^a	0.520	0.489	1.017

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Uji Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini, maka digunakan dua uji, yaitu uji t dan uji F. Tujuan dilakukannya uji t adalah untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial, sedangkan uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa variabel kebutuhan fisiologis dan faktor kemandirian tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel motivasi berbisnis online. Hal ini disebabkan karena nilai nilai signifikansinya > 0.05 . Sementara itu, variabel kebutuhan aktualisasi menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap motivasi ibu rumah tangga berbisnis online. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi < 0.05 . Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 7 di bawah.

Tabel 7. Hasil Uji t

Variabel Independen	Nilai t-hitung	Nilai Signifikansi	Kesimpulan
Kebutuhan Fisiologis	1.104	0.275	Hipotesis Ditolak
Kemandirian	0.517	0.608	Hipotesis Ditolak
Aktualisasi Diri	4.077	0.000	Hipotesis Diterima

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini ditunjukkan dari nilai signifikansi < 0.05. Tabel 8 menunjukkan hasil uji F.

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	51.598	3	17.199	16.614	0.000 ^a
	Residual	47.622	46	1.035		
	Total	99.220	49			

Sumber: Data Primer Diolah 2020.

Sementara itu, berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS 16.0 diperoleh hasil sebagai berikut sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.061	1.627		1.882	0.066
Kebutuhan Fisiologis	0.171	0.155	0.137	1.104	0.275
Kemandirian	0.084	0.163	0.068	0.517	0.608
Aktualisasi Diri	0.748	0.183	0.590	4.077	0.000

Sumber: Data Primer Diolah 2020.

Berdasarkan tabel 9 di atas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 3.061 + 0.137X_1 + 0.068X_2 + 0.590X_3$$

6. Pembahasan

Pengaruh kebutuhan fisiologis terhadap motivasi ibu rumah tangga berbisnis online di Distrik Arso Barat Kabupaten Keerom.

Berdasarkan hasil uji regresi berganda, nilai uji t sebesar 1.104 dengan tingkat signifikansi 0.275. Hal ini menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} yaitu ($1.104 < 2.012$). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis dari variabel kebutuhan fisiologis (X_1) ditolak. Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Abraham Maslow, kebutuhan fisiologis merupakan kebutuhan paling dasar yang memotivasi seorang manusia.

Hasil observasi di lapangan menemukan bahwa para ibu rumah tangga di Distrik Arso Barat Kabupaten Keerom Provinsi Papua menjalankan bisnis online bukan karena menjadikan bisnis ini sebagai mata pencaharian utama keluarga atau karena kondisi keluarga yang mendesak, namun inisiatif dari para ibu rumah tangga untuk mendapatkan tambahan pendapatan dalam memenuhi kebutuhan fisiologis rumah tangganya. Hal ini sesuai dengan hasil survey, dimana seluruh responden menyatakan bahwa bisnis online yang dijalankan merupakan keinginan dan inisiatif dari dirinya sendiri. Dengan demikian, hasil menunjukkan bahwa kebutuhan fisiologis berpengaruh terhadap motivasi para ibu rumah tangga di Distrik Arso Barat untuk berbisnis online, namun tidak signifikan.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Irawati dan Sudarsono (2018) yang dalam penelitiannya menemukan bahwa dorongan keluarga tidak cukup berpengaruh dalam memotivasi perempuan dalam berbisnis online. Ia menyatakan bahwa dorongan dari keluarga tidak diperlukan dalam menumbuhkan serta mempercepat seseorang untuk mengambil keputusan berkarier sebagai seorang entrepreneur.

Pengaruh kemandirian terhadap motivasi ibu rumah tangga berbisnis online di Distrik Arso Barat Kabupaten Keerom.

Berdasarkan hasil uji regresi berganda, nilai uji t hitung sebesar 0.517 dengan tingkat signifikansi 0.608. Hal ini menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} yaitu ($0.517 < 2.012$). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis ditolak. Hal ini tidak sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Gilad & Levina yang menyatakan bahwa didalam teori motivasi untuk menjadi wirausaha yaitu seseorang

terdorong untuk berwirausaha karena unsur-unsur positif, sehingga ia mampu melihat kesempatan dan peluang bisnis tanpa bergantung dengan orang lain (Arifudin, 2018).

Namun demikian, penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian terdahulu yaitu salah satunya adalah penelitian Prasetyo (2017) yang meneliti tentang motif berwirausaha pada ibu rumah tangga. Dalam penelitiannya menunjukkan bahwa variabel kemandirian yang merupakan motif berwirausaha ibu rumah tangga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan berwirausaha. Penelitian yang dilakukan oleh Irawati dan Sudarsono (2018) juga menunjukkan bahwa berdasarkan hasil wawancaranya diketahui hanya 2 orang dari 75 ibu rumah tangga yang berbisnis online yang menyatakan ingin mandiri secara ekonomi tanpa meninggalkan rumah.

Menurut Jesuran dan Gnanadhas (2011) seseorang yang mandiri adalah mereka yang dapat mewujudkan keinginannya dengan baik tanpa bergantung pada orang lain. Meskipun hasil survey penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh responden menyatakan percaya diri dapat mengembangkan bisnis online yang dijalankan, dapat mengatur waktu untuk bekerja dan mengurus rumah tangganya, serta keinginan untuk menciptakan lapangan pekerjaan untuk diri sendiri dan orang lain, namun mereka juga menyatakan bahwa bisnis online yang dilakukan merupakan usaha untuk bangkit dari kegagalan pada bisnis sebelumnya. Dengan demikian, terdapat motivasi lain yang mendorong mereka untuk berbisnis online.

Pengaruh aktualisasi diri terhadap motivasi ibu rumah tangga berbisnis online di Distrik Arso Barat Kabupaten Keerom.

Berdasarkan hasil uji regresi berganda, nilai uji t hitung sebesar 4.077 dengan tingkat signifikansi 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu ($4.077 > 2.012$). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan hipotesis dari variabel kebutuhan aktualisasi diri diterima. Teori yang oleh Abraham Maslow yang menyatakan bahwa motivasi manusia terdiri dari 5 hirarki, dimana kebutuhan aktualisasi diri merupakan kebutuhan paling tertinggi.

Penelitian ini didukung juga oleh penelitian yang dilakukan oleh Safitri dan Hatammimi (2014) yang menyimpulkan bahwa kebutuhan aktualisasi diri

berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi wanita berwirausaha melalui bisnis *online*. Berdasarkan hasil survey, diketahui bahwa seluruh responden menyatakan bahwa bisnis online merupakan cara mereka untuk bebas berkreasi dalam usaha, mengembangkan potensi diri, serta untuk menunjukkan eksistensi diri mereka sebagai Ibu rumah tangga yang juga bekerja dan memiliki penghasilan. Dengan demikian, hasil ini menunjukkan bahwa kebutuhan aktualisasi merupakan faktor yang berpengaruh secara signifikan dalam mendorong motivasi ibu rumah tangga di Distrik Arso Barat Kabupaten Keerom dalam berbisnis online.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kebutuhan fisiologis tidak berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi ibu rumah tangga berbisnis online di Distrik Arso Barat Kabupaten Keerom.
2. Faktor kemandirian tidak berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi ibu rumah tangga berbisnis online di Distrik Arso Barat Kabupaten Keerom.
3. Kebutuhan aktualisasi diri berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi ibu rumah tangga berbisnis online di Distrik Arso Barat Kabupaten Keerom.

SARAN

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini menjadikan kaum perempuan ikut berperan serta dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, salah satunya dengan berbisnis secara online. Motivasi kaum perempuan ini dilatarbelakangi oleh sejumlah faktor, mulai dari dorongan untuk membantu memenuhi kebutuhan keluarga, hingga keinginan untuk mengembangkan potensi diri mereka dan mendapatkan apresiasi dari masyarakat. Oleh karena itu, dukungan penuh dari keluarga, masyarakat, hingga pemerintah sangat diperlukan sehingga peran kaum perempuan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia lebih optimal lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Dion Mahesa, Edy Rahardja. (2012). "Analisis Faktor-Faktor Motivasi Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha." *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 1 No.4.
- Eny Eliza Sucipto. (2019). "Pengaruh Motivasi Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Minat Ibu Rumah Tangga Berwirausaha Secara Online." *Agora*, Vol 7, No. 1.
- Fitri Kusumayanti. (2019). "Dilema Ruang Perempuan Dalam Keluarga dan Publik: Studi Kasus Peran Perempuan di Kecamatan Pontianak Utara." *Raheema: Jurnal Studi Gender dan Anak*, Vol. 6 No.2.
- Fitria Majid, Herniwati Retno Handayani. (2012). "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Perempuan Berstatus Menikah Untuk Bekerja (Studi Kasus Kota Semarang)." *Diponegoro Journal of Economics*, Vol.1 No.1.
- Iskandar. (2016). Implementasi Teori Hirarki Kebutuhan Abraham Maslow terhadap Peningkatan Kinerja Pustakawan. *Khizanah al-Hikmah : Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan*. 4. 23-34.
- Ita Nurcholifah. (2016). "Peran Perempuan Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga Melalui Pemanfaatan Potensi Lokal (Pengelolaan Sagu di Desa Sungai Bemban Kabupaten Kubu Raya)". *Reheema: Jurnal Studi Gender dan Anak*. Vol. 3 No.2.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2020). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2017-2018*. <http://www.depkop.go.id/data-umkm>.
- Mahmud Arifudin. "Motivasi Perempuan Dalam Berwirausaha (Studi Pada Perempuan Wirausaha di Pekalongan Lampung Timur." *Skripsi*, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung
- Mawere, Munyaradzi & Mubaya, Tapiwa & Reisen, Mirjam & van Stam, Gertjan. (2016). Maslow's Theory of Human Motivation and its Deep Roots in Individualism: Interrogating Maslow's Applicability in Africa.
- Muhammad Rizal, Dias Setianingsih, Riny Chandra. (2016). "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Wanita Berwirausaha (Studi Kasus di Kota Langsa)." *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol.5, No.2, November 2016.
- Munir Salim. (2017). "Jual Beli Online Menurut Pandangan Hukum Islam." *Jurnal al-Daulah*, Vol.6 No.2, Desember 2017.
- Nachrowi Djalal Nachrowi, Hardius Usman. (2008). *Penggunaan Teknik Ekonometri*, Edisi revisi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nadia Zuraya. (2013). "Menteri: Pelaku UKM Banyak Didominasi Kaum Perempuan." <https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/mikro/13/08/22/mrwzjx-menteri-pelaku-ukm-banyak-didominasi-kaum-perempuan>.
- Ni Putu Nursiani, Yohana Febiani Angi, Rolland E. Fanggidae. (2018). "Women, Entrepreneurs and Online Business (Analysis of Factors that Motivate

- Entrepreneurial Women Through Online Business)". *Conference Paper. International Conference on Indonesian Social and Politic Enquiries, Semarang.*
- Pandji Anoraga. 2004. *Manajemen Bisnis*, Cetakan Ke 3. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- S. Anugrahini Irawati, Bambang Sudarsono. (2018). "Faktor-faktor yang Memotivasi Perempuan Berwirausaha Melalui Bisnis Online: Studi Kasus Pada Ibu Muda di Kecamatan Bangkalan". *Jurnal Distribusi*, Vol.6 No.2, Desember 2018.
- S. V. Antony Jesurajan, M. Edwin Gnanadhas. (2011). "A study on the Factors Motivating Women To Become Enterpreneurs in Tirunelveli District." *Asian journal of Business and Economics*, Vo.1 No.1, 1-14.
- Tira Nur Fitria. (2017). "Bisnis Jual Beli Online (Online Shop) Dalam Hukum Islam dan Hukum Negara." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 03, No. 01.
- Tri Andjarwati. (2015). "Motivasi dari Sudut Pandang Teori Hirarki Kebutuhan Maslow, Teori Dua Faktor Herzberg, Teori X Y Mc Gregor, dan Teori Motivasi Perstasi Mc Clelland." *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, Vol.2 No.1.
- Tria Yulius Safitri, Jurry Hutammimi. (2014). "Analisis Faktor-faktor yang Memotivasi Wanita Berwirausaha Melalui Bisnis Online (Studi Pada Mahasiswa Sekolah Bisnis di Bandung)." *Jurnal terlkomuniversity*.
- Ute Lies Siti Khadijah, Diah Sri Rejeki, Sukaesih Sukaesih, Rully Khairul Anwar. (2016). "Literasi Informasi Motivasi Berwirausaha Ibu Rumah Tangga Kelurahan Nagasari Kabupaten Karawang Barat." *Jurnal Kajian Informasi dan Perpustakaan*. Vol.4 No.2.
- V. Wiratna Sujarweni. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Vinsensius Widdy Tri Prasetyo. (2017). "Motif Berprestasi Wirausaha Ibu-Ibu Rumah Tangga dan Pengaruhnya terhadap Pengambilan Keputusan Berwirausaha." *Prosiding SNTI dan Satelit 2017* (pp. F34-39).
- Widayat Prihartanta. (2015). "Teori-Teori Motivasi." *Jurnal Adabiya*, Vol. 1, No. 83, 2015.
- Yuyus Suryana, Kartib Bayu. (2010). *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Kencana.