

Partisipasi Perempuan Muda dalam Wirausaha Keripik Pisang di Gampong Blang Cot Baroh Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen

Siti Farah Mayda

190405052

Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda

Aceh 190405052@student.ar-raniry.ac.id

Abstract

This research is motivated by economic problems and low levels of education, especially among young women, so that many of them prefer to work in the non-formal sector, one of which is the Banana chips entrepreneurship in Gampong Blang Cot Baroh, Jeumpa District, Bireuen Regency. The aim of this research is to find out how young women participate as sellers and what factors are behind them becoming sellers. This research uses a qualitative approach with descriptive methods. Data collection techniques through observation, interviews and documentation with 15 informants. From the research results, it was found that young women participated directly in the form of real energy provided. There are two types of participation, namely participation in sales and promotional activities. In sales activities, there are four tasks for young women, namely calling buyers, serving buyers and refilling merchandise. In promotional activities, young women use promotional techniques using WOM, namely WOM intensity, Positive Valance WOM, and WOM Content. The recruitment process for female salespeople is very simple. The indicators measuring the work ethic of women sellers are hard work, discipline, honesty, responsibility and diligence. The factors behind young women working as sellers are economic factors, where young women work to fulfill economic needs, have family responsibilities, and the desire to work to be financially independent and finance personal needs.

Keywords: Participation, Young Women, Entrepreneurship

Pendahuluan

Wirausahawan adalah orang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil resiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mendirikannya (Zimmerer & Scarborough, 2005). Kewirausahaan juga berarti upaya penggerak usaha yang dilakukan secara

mandiri baik oleh individu maupun kelompok (selama memiliki tujuan dan persepsi yang sama) dengan menemukan ide dan kreativitas untuk menciptakan atau memperoleh produk barang atau jasa yang kemudian dimanfaatkan dalam rangka mencapai tujuan (keuntungan) baik komersial maupun sosial (Ahmad, 2020).

Kewirausahaan di Indonesia memiliki tujuan sebagai pendukung Usaha Mikro Menengah Kecil Masyarakat (UMKM) yang saat ini ada 64,2 juta UMKM yang tersebar di seluruh Indonesia, Menumbuhkan semangat berinovasi, dan Kesejahteraan masyarakat terangkat. Di Kabupaten Bireuen, komoditas pertanian dengan jumlah terbanyak adalah tanaman padi, urutan kedua tanaman kedelai, yang ketiga tanaman pisang sedangkan komoditas singkong dan jagung menempati urutan keempat dan kelima. Kabupaten Bireuen merupakan salah satu daerah penghasil pisang, paling banyak terdapat di Kecamatan Jeumpa.

Bagi wisatawan yang berkunjung ke Bireuen atau kendaraan yang melintasi Bireuen, banyak yang menyempatkan untuk singgah ke kios-kios keripik yang berjejer di lintasan jalan negara, antara Kecamatan Jeumpa dan Kota Juang. Hal tersebut memudahkan untuk mendorong pencitraan kawasan yang terus berkembang sebagai lokasi penjualan aneka oleh-oleh. Prospek pemasaran keripik pisang cukup cerah, hal ini terlihat dari berbagai pengolahan keripik pisang yang berkembang namun tidak mengurangi konsumen. Selain itu, wirausaha keripik pisang mengundang partisipasi kaum perempuan atau ibu rumah tangga yang bermanfaat untuk membantu meningkatkan pendapatan keluarga.

Partisipasi merupakan keterlibatan seseorang secara sadar ke dalam interaksi sosial dalam situasi tertentu. Dengan pengertian itu, seseorang bisa berpartisipasi bila ia menemukan dirinya dengan atau dalam kelompok, melalui berbagai proses berbagi dengan orang lain dalam hal nilai, tradisi, perasaan, kesetiaan, kepatuhan dan tanggung jawab bersama (Mira, 2018). Partisipasi perempuan di dunia wirausaha baik yang berskala besar maupun kecil bisa memengaruhi pertumbuhan ekonomi ke arah yang positif. Dalam lingkup yang lebih kecil, partisipasi perempuan di ranah tersebut bisa membantu meningkatkan kesejahteraan rumah tangga, menurunkan tingkat kemiskinan, hingga mendapatkan posisi terhormat di masyarakat.

Partisipasi perempuan dalam dunia kerja telah memberikan kontribusi besar terhadap kesejahteraan keluarga, khususnya dalam bidang ekonomi. Dilatar belakangi dengan tingginya angka kemiskinan, dan sulitnya memperoleh kesenangan yang bersifat material baik sandang, pangan, dan papan, maka mengharuskan keterlibatan seluruh elemen keluarga untuk meningkatkan perekonomian keluarga tak terkecuali membutuhkan peran seorang perempuan dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga (Pudjjeati, 1985). Gampong Blang Cot Baroh Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen merupakan salah satu tempat usaha keripik pisang yang banyak berjejer disepanjang jalan nasional Banda Aceh-Medan. Dan merupakan wirausaha keripik pisang yang paling banyak terdapat partisipasi perempuan yang bekerja sebagai

penjual dibandingkan di area terminal Bireuen yang juga merupakan tempat wirausaha keripik pisang.

Perempuan penjual keripik memiliki umur yang variatif dan latar belakang permasalahan sosial yang berbeda-beda. Umumnya perempuan yang bekerja sebagai penjual keripik memiliki latar belakang permasalahan ekonomi keluarga menengah kebawah, baik yang berstatus lajang, menikah ataupun yang sudah menjadi janda. Perempuan muda umumnya dengan latar belakang permasalahan ekonomi dan tingkat pendidikan yang membuat mereka memiliki keterbatasan untuk bekerja di sektor formal dan lebih memilih bekerja sebagai penjual keripik pisang pinggir jalan dengan berbagai macam motivasi pribadi yang mendorong perempuan muda untuk ikut berpartisipasi dalam wirausaha usaha keripik pisang sebagai penjual.

Dari latar belakang permasalahan ini, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang partisipasi perempuan muda yang bekerja sebagai penjual keripik pisang. Oleh karena itu tujuan dari penelitian dari penelitian ini adalah untuk mengetahui partisipasi perempuan muda dalam wirausaha keripik pisang di gampong blang cot baroh kecamatan jeumpa kabupaten bireuen, dan untuk mengetahui faktor apa saja yang melatarbelakangi perempuan muda bekerja pada wirausaha keripik pisang di gampong blang cot baroh kecamatan jeumpa kabupaten bireuen.

Metode

Fokus dan ruang lingkup penelitian ini adalah bagaimana Partisipasi Perempuan Muda serta faktor-faktor yang melatarbelakangi perempuan muda bekerja pada wirausaha keripik pisang di Gampong Blang Cot Baroh Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen. Penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan observasi secara langsung kelapangan. Objek penelitian ini adalah wirausaha keripik pisang khususnya di Gampong Blang Cot Baroh kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen.

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini merupakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dipahami subjek penelitian secara holistik dan dengan cara deskripsi yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moloeng, 2011). Pendekatan deskriptif mencoba menjelaskan fenomena-fenomena sosial yang diteliti berupa kondisi, situasi yang berlangsung dalam hubungan sosial

dengan tujuan memberikan gambaran secara menyeluruh dan mendalam mengenai fenomena yang diteliti. Penelitian kualitatif tidak menggunakan statistik tetapi melalui pengumpulan data, analisis kemudian diinterpretasikan. Penelitian kualitatif dilakukan dengan karakteristik yang mendeskripsi suatu keadaan yang sebenarnya atau fakta tetapi laporan yang dibuat bukan sekedar laporan suatu kejadian tanpa interpretasi ilmiah (Anggito & Johan, 2018).

Lokasi penelitian adalah tempat yang berkaitan dengan sasaran atau permasalahan penelitian dan juga merupakan salah satu jenis sumber data yang dimanfaatkan oleh peneliti. Lokasi penelitian ini adalah Gampong Blang Cot Baroh terletak di Kecamatan Jeumpa, kabupaten Bireuen. Sebagai lokasi penelitian dengan alasan bahwa Gampong Blang Cot Baroh merupakan salah satu lokasi wirausaha keripik pisang di Bireuen yang banyak terdapat partisipasi perempuan sebagai penjual keripik.

Dalam penelitian ini sebagai penelitian kualitatif teknik penarikan informan (subjek penelitian) yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* agar dapat memilih informasi yang dianggap mengetahui segala informasi dan masalah secara mendalam dan dapat dipercayakan sebagai sumber dalam mencari data yang diinginkan. Dalam pelaksanaan pengumpulan data, pilihan informasi dapat dikembangkan sesuai dengan kebutuhan peneliti dalam mencari dan memperoleh suatu data (Imam, 2003).

Hasil Penelitian

A. Partisipasi Perempuan Muda dalam Wirausaha Keripik Pisang di Gampong Blang Cot Baroh Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen

Keberadaan kaum perempuan pada wirausaha keripik pisang bukanlah hal yang asing lagi. Hal tersebut sudah seperti budaya yang terus dilestarikan dan dipertahankan oleh sebagian pemilik kios keripik yang banyak berjejer di sepanjang jalan nasional Banda Aceh-Medan tepatnya di Gampong Blang Cot Baroh Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen. Ada total 10 kios keripik pisang yang termasuk dalam kawasan Gampong Blang Cot Baroh, selebihnya termasuk ke dalam Gampong Blang Cot Tunong dan Cot Keutapang. Kios keripik pisang paling banyak terdapat di Gampong Blang Cot Baroh jika dilihat dari jejeran yang panjang jika melewati jalan nasional Banda Aceh-Medan.

Hal ini diketahui dari hasil wawancara dengan bapak Hermansyah (45) berprofesi sebagai keuchik gampong Blang Cot Baroh yang mengatakan bahwa:

“Kalau dilihat dari banyak kios yang berjejer, paling banyak terdapat di gampong Blang Cot Baroh, kalau sisanya itu termasuk gampong tetangga yaitu Blang Cot Tunong dan

Cot Keutapang. hanya saja kalau di dua gampong tadi itu banyak terselang dengan usaha tempat buat perabotan jadi tidak berjejer panjang dan tidak banyak juga kios keripiknya”.

Berdasarkan hasil penelitian ada dua partisipasi utama yang dilakukan oleh perempuan muda yang bekerja sebagai penjual keripik yaitu partisipasi dalam kegiatan penjualan dan partisipasi dalam kegiatan promosi.

1. Partisipasi Perempuan Muda dalam Kegiatan Penjualan

Pada partisipasi perempuan muda yang bekerja sebagai penjual keripik pisang berdasarkan data yang diperoleh melalui observasi dan respon jawaban dari informan ketika melakukan wawancara. Ada tiga tugas pokok yang harus mereka lakukan yaitu; *Pertama*, tugas untuk memanggil pembeli. *Kedua*, tugas untuk melayani pembeli. *Ketiga*, tugas untuk mengisi ulang keripik yang sudah kosong pada etalase kios. Dari hasil wawancara peneliti lakukan maka diketahui bahwa partisipasi perempuan muda pada wirausah usaha keripik pisang yaitu; *pertama*, perempuan muda memiliki tugas untuk memanggil pembeli maupun kendaraan yang melintasi kios keripik dengan cara melambaikan tangan sambil berkata “*Pioh..Pioh*” artinya mampir. Hal ini ditemukan dari hasil wawancara dengan Rn (18). Berdasarkan pernyataan tersebut sesuai dengan observasi langsung peneliti di lapangan bahwa perempuan muda memanggil setiap kendaraan yang melintas dan hampir tidak pernah melewatkan satu kendaraan pun. Dengan panggilan khas yaitu “*Pioh...Pioh*” sembari melambaikan tangan merupakan hal yang menjadi ciri khas tersendiri jika melintasi area wirausaha keripik pisang. *Kedua*, perempuan muda memiliki tugas melayani pembeli. berdasarkan hasil wawancara dan observasi diperoleh data bahwa perempuan muda melayani setiap pembeli dengan cara menanyakan apa yang dibutuhkan pembeli kemudian menawarkan pembeli untuk mencicipi terlebih dahulu.

Hal senada juga disampaikan oleh Afh (19), pernyataan tersebut sesuai dengan observasi langsung peneliti di lapangan bahwa perempuan muda melakukan pelayanan kepada pembeli dengan cara menanyakan dan menawarkan keripik untuk dicicipi terlebih dahulu kemudian pembeli yang akan menentukan pembelian. *Ketiga*, perempuan muda memiliki tugas mengisi ulang produk keripik pada etalase kios. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi diperoleh data bahwa perempuan muda memiliki tugas untuk mengisi ulang apabila ada keripik atau produk dagangan lainnya yang sudah habis. Hal senada juga disampaikan oleh Fr (20), pernyataan tersebut sesuai dengan observasi langsung peneliti di lapangan bahwa perempuan muda mengisi setiap keripik yang hampir habis dan kerap mengecek kualitas keripik baik sebelum maupun sesudah ada keluhan dari pembeli. Keripik tersebut juga diantarkan oleh pemilik kios dikarenakan dapur dan kios keripik berada di lokasi yang berbeda.

Berdasarkan observasi peneliti terhadap partisipasi perempuan muda dalam kegiatan penjualan yang melayani pembeli dengan pelayanan yang dilakukan dengan wajah ceria seperti selalu tersenyum ketika menyapa pembeli, dan dengan etika yang baik seperti tidak membedakan pembeli, tidak pernah bosan menuruti kemauan pembeli serta tidak menyinggung perasaan pembeli dengan tindakan maupun perkataan meskipun tidak jadi membeli maupun berpindah ke kios yang lain.

Peneliti berhasil mewawancarai 3 orang pembeli untuk menanyakan respon mereka terhadap pelayanan yang didapat ketika mampir untuk membeli keripik. Berdasarkan hal tersebut Ibu As (30) yang berprofesi sebagai guru berasal dari Kabupaten Aceh Timur berpendapat bahwa:

“Saya hampir selalu setiap melewati Bireuen tidak pernah lupa untuk membeli keripik, yang biasanya akan saya jadikan cemilan dirumah. Menurut saya pelayanan yang mereka berikan ramah, baik dan kebetulan juga perempuan jadi lebih enak saya bicarannya. Langgan saya di kios Sabena kebetulan punya saudara saya”.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti bersama Ibu As peneliti menyimpulkan bahwa Ibu As selalu membeli keripik pisang jika melintasi Kabupaten Bireuen. menurutnya jika perempuan yang melayani ia lebih leluasa dalam membeli apalagi didukung dengan pelayanan yang ramah dan baik. Selanjutnya berdasarkan hasil wawancara peneliti bersama Ibu Kar (60) yang berprofesi sebagai IRT berasal dari Matang Glumpang, peneliti menyimpulkan bahwa Ibu Kar tidak memiliki kios langganan tetap beliau mengapresiasi pelayanan yang diberikan oleh perempuan penjual dengan menawarkan keripik-keripik berkualitas bagus dan memiliki rasa yang enak.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti bersama Bapak K (32) yang berprofesi sebagai supir mobil L300, peneliti menyimpulkan bahwa Bapak K selalu mampir untuk membeli keripik pada kios yang pelayanannya ramah dan responsif jika diajak untuk berbincang-bincang dan sekarang memiliki kios langganan. Diketahui bahwa shift pada kios keripik ada dua yaitu shift pagi dan malam. Jadwal pagi dimulai dari pukul 09.00 WIB sampai 18.00 WIB. Sedangkan untuk yang bekerja saat jadwal malam dimulai dari pukul 19.30 WIB sampai 06.00 WIB. Jadwal tersebut sudah ditetapkan oleh pemilik kios dengan dua kali ganti shift yaitu siang dan malam. Hal tersebut seperti diketahui dari hasil wawancara dengan Buk R (40) berprofesi sebagai pemilik kios keripik. Hal senada juga disampaikan oleh Buk E (37) berprofesi sebagai pemilik kios keripik. Hal senada juga disampaikan oleh Buk H (50) berprofesi sebagai pemilik kios keripik.

Berdasarkan wawancara dan observasi, peneliti melihat bahwa di malam hari perempuan muda yang bertugas tidak hanya menjaga kios sendiri namun kerab ditemani oleh pemilik kios tersebut sedangkan di pagi hari terlihat pekerja tidak ditemani oleh pemilik. Berdasarkan hasil

observasi langsung peneliti bahwa rata-rata kios siap menerima pembeli di jam 09.00 WIB. Berdasarkan jadwal shift, pemilik kios menetapkan upah yang diketahui berdasarkan hasil wawancara dengan Buk R(40) berprofesi sebagai pemilik kios keripik. Pernyataan tersebut diperkuat oleh Mn (22) yang mengatakan bahwa: “saya mendapat upah 10% dari hasil penjualan. Ada juga diberikan uang makan, kalau di tempat saya kerja uang makannya 20 ribu kalau ditempat lain 15 ribu. Hal senada juga disampaikan oleh Buk E (37) berprofesi sebagai pemilik wirausaha keripik pisang.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Ev (22) yang mengatakan bahwa:“saya mendapat upah 10% dari hasil penjualan. Ditambah uang makan 20 ribu perhari”. Hal senada juga disampaikan oleh Buk H (50) berprofesi sebagai pemilik kios keripik pisang. Pernyataan tersebut diperkuat oleh Af (19) yang mengatakan bahwa:“saya mendapat upah 10% dari hasil penjualan. Juga uang makan 15 ribu ”. Berdasarkan observasi peneliti, upah yang diberikan 10% kepada setiap pekerja yang di dapat dari hasil pendapatan per waktu kerja atau shift, namun nominal pendapatan relatif setiap harinya. Diketahui juga bahwa tidak ada perbedaan upah yang diberikan antara pekerja pada shift pagi dan malam hari.

Berdasarkan jam kerja malam yang ditetapkan pada wirausaha keripik pisang yaitu mulai dari jam 19.30 WIB sampai dengan jam 06.00 WIB yang mana pada jam tersebut rentan terhadap masalah kesehatan dan juga masalah keamanan. Maka sesuai dengan keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi No.224 Tahun 2003 tentang “kewajiban pengusaha yang mempekerjakan pekerja/buruh perempuan antara pukul 23.00 sampai pukul 07.00 wajib menjaga keamanan di tempat kerja dan menyediakan antar jemput mulai dari tempat penjemputan ke tempat kerja dan sebaliknya”.

Dari hasil wawancara di atas disimpulkan bahwa pemilik kios mengindahkan keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi No.224 Tahun 2003. Berdasarkan observasi peneliti yang menyangkut hal penjemputan dan pengantaran pekerja tersebut masing- masing kios memiliki kesepakatan yang berbeda-beda, antara pemilik kios dan pekerja tidak terdapat tindakan formal di dalamnya, semuanya berjalan menyesuaikan keadaan setiap hari.

Peneliti juga mengobservasi tentang persepsi masyarakat pada partisipasi perempuan

2. Partisipasi Perempuan Muda dalam Kegiatan Promosi

Promosi merupakan sebagian unsur utama dalam kampanye pemasaran merupakan kumpulan alat-alat yang insentif yang sebagian besar berjangka pendek, yang dirancang untuk merangsang pembelian produk atau jasa tertentu dengan lebih cepat dan lebih besar oleh konsumen atau pedagang (Kotler & Keller, 2007). WOM (*word of mouth communication*)

merupakan proses komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal.

Perempuan muda penjual keripik telah melakukan promosi kios dagangan kepada kerabat, teman maupun orang sekitarnya dengan cara promosi dari mulut ke mulut (WOM). Hal ini diketahui berdasarkan hasil wawancara dengan perempuan muda yang bekerja sebagai penjual keripik yaitu dengan Rn (19). Hal senada juga disampaikan oleh Mn (22) mengatakan bahwa: "saya promosi selalu bilang bilang sama orang yang kenal aja untuk datang ke tempat saya kerja kalau mau beli keripik kalau di media sosial gak".

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Rn dan Mn diketahui bahwa promosi yang dilakukan oleh perempuan muda memenuhi indikator pengukuran promosi WOM yaitu *WOM intensiy* yaitu intensitas atau banyaknya percakapan mengenai suatu produk yang terjadi dalam percakapan sehari-hari.

Berdasarkan hasil wawancara dengan perempuan muda yang bekerja sebagai penjual keripik yaitu dengan Afh (19) yang mengatakan bahwa: “saya promosinya biasa kasih tau aja sekilas sama kawan kalau mau beli keripik beli tempat saya kerja saja. Kalau promosi di media sosial saya belum pernah”. Hal senada juga disampaikan oleh Ev (22) mengatakan bahwa: “saya promosinya kasih tau keluarga sama tetangga juga kalau mau cari keripik beli tempat saya kalau posting di media sosial gak pernah”.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Afh dan Ev diketahui bahwa promosi yang dilakukan oleh perempuan muda memenuhi indikator pengukuran promosi WOM yaitu *Positive Valance WOM* yaitu penilaian positif sebagai efek dari kepuasan yang didapatkan dan dituangkan dalam percakapan sehari-hari seperti memberikan rekomendasi atau ajakan untuk membeli suatu produk. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Fr dan Nr diketahui bahwa promosi yang dilakukan oleh perempuan muda memenuhi indikator pengukuran promosi WOM yaitu *WOM Content* yaitu isi percakapan atau konten pembahasan suatu produk seperti jenis, kualitas, harga, dan lain-lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan perempuan muda diatas dapat disimpulkan bahwasanya perempuan muda mempromosikan kios keripik tempat mereka bekerja dengan cara komunikasi langsung dari mulut ke mulut(WOM). Dalam promosi yang dilakukan ada tiga indikator pengukuran WOM yang telah dilakukan oleh perempuan muda yaitu *WOM Intensity*, *Positive Valance WOM*, dan *WOM Content*.

Diketahui juga berdasarkan wawancara bahwa perempuan muda tidak mempromosikan kios keripik tempat mereka bekerja ke media sosial. Berdasarkan hasil penelitian belum ditemukan adanya promosi lebih lanjut yang dilakukan oleh perempuan muda yaitu melalui media sosial, sedangkan jika dilihat dari teori salah satu unsur yang bisa meningkatkan penjualan adalah melalui promosi dari sosial media.

3. Proses rekrutmen perempuan muda sebagai penjual

Rekrutmen merupakan aktivitas yang mempengaruhi jumlah dan jenis pelamar, apakah pelamar tersebut kemudian menerima pekerjaan atau tidak. Rekrutmen dalam wirausaha keripik pisang khususnya di Gampong Blang Cot Baroh Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen tidak memiliki langkah atau proses yang terlalu rumit. Dalam proses rekrutmen dilakukan oleh pemilik wirausaha langsung. Dalam proses rekrutmen karyawan, kriteria yang diberikan untuk masuk kualifikasi adalah niat bekerja, jujur, perempuan, dan tidak malu berjualan keripik di pinggir jalan. Metode rekrutmen yang dilaksanakan oleh pemilik wirausaha adalah metode rekrutmen secara terbuka, dengan cara mulut ke mulut. Sumber tenaga pada wirausaha keripik pisang terbagi menjadi 2 sumber yaitu sumber internal: melalui karyawan lama, selanjutnya

sumber eksternal: melalui teman, pelamar yang datang sendiri. Hal tersebut berdasarkan hasil wawancara

peneliti dengan perempuan muda yang bekerja sebagai penjual keripik mengenai pola rekrutmen.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan pemilik wirausaha dapat disimpulkan bahwa hal yang paling diutamakan dalam kriteria pelamar adalah berjenis kelamin perempuan, kemudian diutamakan juga yang jujur, dan bukan seorang yang pemalu untuk berjualan di pinggir jalan juga tidak ada batasan jenjang pendidikan dan kriteria sederhana disebutkan di atas ditetapkan oleh sejumlah wirausaha keripik yang berada di Gampong Blang Cot Baroh Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen.

4. Etos Kerja Perempuan Muda dalam peningkatan wirausaha keripik pisang

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan, peneliti menemukan beberapa hal yang berkaitan dengan etos kerja perempuan muda dalam wirausaha keripik pisang di Gampong Blang Cot Baroh Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen. Etos kerja ini penting dikaji lebih lanjut tersebut untuk melihat kepribadian, perilaku, dan karakter penjual. Berdasarkan pengamatan dan wawancara peneliti dengan sejumlah informan, etos kerja yang dimiliki perempuan muda penjual keripik pisang merupakan karakter yang tumbuh dari dalam diri mereka.

Wirausaha keripik pisang Bireuen mudah ditemukan karena letaknya yang strategis yaitu di jalan nasional Banda Aceh-Medan. Banyak produk keripik yang di tawarkan pada kios keripik seperti keripik pisang, keripik ubi, keripik sukun, keripik ketela. Masing-masing keripik tersebut memiliki harga yang bervariasi. Mulai dari keripik pisang yang di jual seharga 50 ribu/kg, keripik ubi seharga 40 ribu/kg, keripik sukun seharga 60 ribu/kg, dan keripik ketela seharga 60 ribu/kg. Selain keripik terdapat jenis makanan ringan maupun kue lainnya. Harga keripik tersebut sesuai dengan harga pasokan bahan baku.

Dari hasil wawancara dengan perempuan muda penjual keripik, peneliti menemukan bahwa setiap perempuan muda memperoleh upah dengan sistem persen yaitu 10% dari hasil penjualan. Jika perempuan muda berhasil menjual lebih banyak keripik dan dagangan lainnya maka akan semakin banyak pula hasil persentase yang akan didapat. Dari uraian diatas dapat dipahami bahwa perempuan muda dituntut untuk memperoleh angka penjualan yang tinggi, hal tersebut dikarenakan akan berpengaruh bagi upah yang akan diperoleh oleh perempuan muda perharinya. Sejalan dengan pernyataan tersebut perempuan muda terdorong untuk melakukan berbagai upaya agar dapat memperoleh angka penjualan yang tinggi. Hal tersebut terlihat dari etos kerja yang ada pada perempuan muda penjual keripik. Sehubungan dengan indikator-indikator yang dapat digunakan untuk mengukur etos kerja diantaranya: kerja keras, disiplin, jujur, tanggung jawab, dan rajin.

Berdasarkan observasi langsung dan wawancara dengan pemilik wirausaha keripik pisang di Gampong Blang Cot Baroh, peneliti menemukan bahwa partisipasi perempuan muda terbilang memenuhi semua indikator dalam pengukuran etos kerja, diantaranya: kerja keras, disiplin, jujur, tanggung jawab, rajin.

B. Faktor-faktor yang melatarbelakangi perempuan muda bekerja pada wirausaha keripik pisang di Gampong Blang Cot Baroh Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen

Faktor yang melatarbelakangi perempuan muda dalam bekerja tidaklah sama antara satu dengan yang lainnya. Ada yang didorong oleh faktor ekonomi misalnya bekerja guna menambah pendapatan keluarga atau dorongan oleh mental spiritual misalnya mempraktekkan ilmu pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh, atau sekadar menghabiskan waktu senggang. Peningkatan ekonomi keluarga merupakan salah satu alasan utama perempuan meninggalkan peran mereka sebagai ibu rumah tangga dan masuk ke pasar kerja. Sesuai dengan yang ditegaskan dalam batasan penelitian, bahwa perempuan muda yang diteliti adalah perempuan muda berumur 18-23 tahun yang bekerja sebagai penjual keripik pisang pada wirausaha keripik pisang di Gampong Blang Cot Baroh Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi di lapangan, peneliti menemukan beberapa hal yang berkaitan dengan latar belakang yang menyebabkan perempuan muda memilih bekerja sebagai penjual keripik. Dari wawancara dengan Rn (18), disimpulkan bahwa latar belakang yang menyebabkan Rn bekerja sebagai penjual keripik adalah karena tidak melanjutkan kuliah dan bekerja untuk menyibukkan dirinya disamping mendapatkan upah untuk membantu mencukupi kebutuhan rumah. faktor yang melatarbelakangi Rn bekerja sebagai penjual keripik adalah faktor ekonomi dan juga untuk mengisi waktu luang. Dimana waktu luang Rn digunakan untuk mencari nafkah dan mengisi kegiatan nya dengan hal-hal yang positif dan dapat meningkatkan ekonominya.

Dari wawancara dengan Afh, disimpulkan bahwa latar belakang yang menyebabkan Afh bekerja sebagai penjual keripik adalah untuk mencari pengalaman kerja disamping tidak melanjutkan perkuliahan karena faktor ekonomi. Dari hasil wawancara dengan Fr, disimpulkan bahwa latar belakang yang menyebabkan Fr bekerja sebagai penjual keripik adalah untuk membantu meringankan beban orang tua karena tidak mempunyai biaya kuliah jadi Fr memilih bekerja dan sudah menikmati kerjanya. Dari hasil wawancara dengan Ev, disimpulkan bahwa latar belakang yang menyebabkan Ev bekerja sebagai penjual keripik adalah sebagai bentuk kemandirian dan tidak lagi menyusahkan orang tua juga untuk membantu keluarga. Dari hasil wawancara dengan Mn, disimpulkan bahwa latar belakang yang menyebabkan Mn bekerja sebagai penjual

keripik adalah untuk mendapatkan penghasilan supaya dapat mencukupi kebutuhan pribadinya. Dari hasil wawancara dengan Nr, disimpulkan bahwa latar belakang yang menyebabkan Nr bekerja sebagai penjual keripik adalah ingin mempunyai penghasilan sendiri untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari.

Berdasarkan hasil wawancara dengan perempuan muda penjual keripik pada wirausaha keripik pisang di Gampong Blang Cot Baroh Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen peneliti mendapatkan hasil bahwa faktor yang melatarbelakangi perempuan muda bekerja sebagai penjual keripik adalah faktor ekonomi yang merupakan faktor internal yang membuat perempuan muda bekerja untuk mencukupi kebutuhan pribadi dan kebutuhan keluarga. Faktor yang paling banyak melatarbelakangi perempuan muda untuk bekerja adalah faktor pemenuhan kebutuhan ekonomi, faktor adanya tanggungan keluarga, dan faktor adanya keinginan untuk bekerja.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan tentang Partisipasi Perempuan Muda dalam wirausaha keripik pisang di Gampong Blang Cot Baroh Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen. maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Partisipasi yang dilakukan perempuan muda pada wirausaha keripik pisang ada dua promosi. Pada kegiatan penjualan perempuan muda mempunyai tiga tugas yaitu tugas memanggil pembeli, tugas melayani pembeli dan tugas mengisi ulang produk dagangan yang sudah habis. Sedangkan pada kegiatan promosi, perempuan muda melakukan teknik promosi menggunakan WOM yaitu WOM Intensity, Positive Valance WOM, dan WOM Content untuk mempromosikan kios keripik tempat mereka bekerja kepada kerabat, teman dan orang yang mereka kenal. macam yaitu partisipasi dalam kegiatan penjualan dan partisipasi dalam kegiatan.
- 2) Dalam proses rekrutmen perempuan muda sebagai penjual diketahui bahwa hal yang paling diutamakan dalam kriteria pelamar adalah berjenis kelamin perempuan, kemudian diutamakan juga yang jujur, dan bukan seorang yang pemalu untuk berjualan di pinggir jalan dan juga tidak ada batasan jenjang pendidikan yang di khususkan oleh pemilik. Proses rekrutmen tersebut sangat sederhana dan simple.
- 3) Sehubungan dengan indikator-indikator yang dapat digunakan untuk mengukur etos kerja diantaranya: kerja keras, disiplin, jujur, tanggung jawab, dan rajin.

Berdasarkan observasi langsung dan wawancara dengan pemilik wirausaha keripik pisang di Gampong Blang Cot Baroh, peneliti menemukan bahwa partisipasi perempuan muda terbilang memenuhi semua indikator dalam pengukuran etos kerja.

- 4) faktor yang melatarbelakangi perempuan muda bekerja sebagai penjual keripik adalah faktor ekonomi yang merupakan faktor internal yang membuat perempuan muda bekerja untuk mencukupi kebutuhan pribadi dan kebutuhan keluarga. Faktor yang paling banyak melatarbelakangi perempuan muda untuk bekerja adalah faktor pemenuhan kebutuhan ekonomi, faktor adanya tanggungan keluarga, dan faktor adanya keinginan untuk bekerja.

Referensi

- Adam Andriansyah. "Partisipasi Kaum Perempuan Dalam Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga Pada Home Industri Di Pabrik Tahu Tempe Desa Lambusa Perspektif Ekonomi Islam", *Repository IAIN Kediri*, 2023.
- Ahmad Bairizki. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Tinjauan Strategis Berbasis Komputer) Jilid 1*. Surabaya: Pustaka Aksara, 2020.
- Anggito, Albi., Johan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: CV Jejak, 2018.
- Beti Mulu. Partisipasi Wanita Penjual Kue Tradisional Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Li Falah*, 2018.
- Dewi Sartika. Partisipasi Perempuan Dalam Pengolahan Buah Pisang (studi kasus keluarga pengolah buah pisang desa Kampala Kecamatan Eremerasa Kabupaten Bantaeng), *UNISMUH Makassar*, 2017.
- Dormin Purba, Julianto H. Partisipasi Perempuan Dalam Usaha Mikro Kuliner Terhadap Peningkatan Ekonomi Keluarga Di Desa Buntu Bedimar Kec.Tanjung Morawa. *JURPEM*, 2021.
- Imam Suprayogo Tobroni, *Metode Penelitian Sosial Agama*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003.
- Kotler., Keller. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi 12. Jakarta: PT. Indeks, 2007.
- Mira Andriani. Partisipasi Masyarakat Dalam Membayar Pajak Bumi Dan Bangunan (PBB) di Kelurahan Karangpanimbal Kecamatan Purwaharja Kota Banjar. *Jurnal Academia Praja*, 2018.
- Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011.
- Pudjjeati Sajogyo. *Peran Wanita dalam Perkembangan Masyarakat Desa*. Jakarta: CV Rajawali, 1985.
- Tibrani. Partisipasi dan Kontribusi Tenaga Kerja Wanita Pada Usaha Keripik Ubi Kayu Terhadap Pendapatan Rumah Tangga Di Kelurahan Kulim Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru, *Jurnal Dinamika Pertanian*, 2019.
- Zimmerer, Thomas W., dan Scarbrough, Norman. *Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil*. Jakarta: Erlangga. 2005.