

# MOTIVASI MOMPREENEUR UNTUK TERLIBAT DALAM KOMUNITAS INDONESIA MOMPREENEUR

**Galang Prakoso Saningputra, Ahyar Yuniawan<sup>1</sup>, Edy Rahardja<sup>2</sup>**

Program Studi Magister Fakultas Ekonomika dan Bisnis Manajemen Universitas Diponegoro  
Jl. Erlangga Tengah No. 17 Semarang 50241, Phone +62248449010

## **ABSTRACT**

*The aim of this research is to investigate the mompreneur's motivation to engage in Indonesia Mompreneur Community. This motivation research requires boundary by the type of motivation thus make deeper. To gain deeper information about the motivation, this research is use three concept of motivation of David McClelland.*

*The object of this study is members of Indonesia Mompreneur Community that has been become Indonesia Mompreneur Community membership within 4 years minimum. This research contains interview. The interviewee's object in this research is Indonesia Mompreneur Community membership living in Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, and Bekasi.*

*The result of this research shows mompreneurs membership involved to the Indonesia Mompreneur Community have three types of motivation, which are motivation of achievement, motivation of power, and motivation of affiliation. Beside motivation, there are purposes and advantages encouraged mompreneurs membership to get involved in the Indonesia Mompreneur Community*

**Keywords :** COMMUNITY, MOMPREENEUR, MOTIVATION, BENEFIT

## **I. PENDAHULUAN**

Kebutuhan akan sandang, pangan, dan papan merupakan kebutuhan pokok yang tidak dapat dihindari. Seiring dengan perkembangan massa, setiap individu sulit untuk menghindari kebutuhan sekunder ataupun tersier sehingga pemenuhan kebutuhan pokok (primer) saja tidaklah cukup. Perkembangan zaman dan kemajuan teknologi dewasa ini sejalan dengan meningkatnya kebutuhan hidup masyarakat. Semakin lama biaya hidup semakin meningkat, baik biaya hidup sehari-hari, biaya kesehatan, hingga biaya pendidikan. Oleh karena itu, menyikapi biaya hidup yang semakin tinggi ini seseorang harus memiliki penghasilan yang relatif besar agar mampu menutupi kebutuhan hidupnya.

Dalam kehidupan berumah tangga, kewajiban mencari nafkah merupakan kewajiban utama suami. Namun, hal ini tidak berarti istri tidak dapat membantu masalah keuangan keluarga. Terutama pada massa dimana emansipasi wanita sudah menjadi topik umum di masyarakat, banyak pekerjaan yang dahulu hanya dikerjakan oleh lelaki kini bisa ditekuni oleh perempuan. Ditambah lagi dengan tuntutan biaya hidup yang terus meningkat. Saat ini banyak perempuan yang memerankan peran ganda dalam kehidupannya, yaitu sebagai ibu rumah tangga dan wanita pekerja.

*Mompreneur* adalah istilah yang digunakan oleh Majalah *Entrepreneur* dari Amerika Serikat untuk menggambarkan bisnis yang dijalankan oleh para ibu di negeri tersebut. Hal yang membedakan antara *mompreneur* dengan *entrepreneur* adalah bahwa *mompreneur* merupakan bisnis yang dilakukan oleh para ibu dengan berkantor di rumah.

Mereka melakukan aktivitas bisnis disela-sela kesibukan mengasuh anak, merawat rumah, mengerjakan tugas rumah tangga dan mengurus suami. Mereka bisa mempunyai usaha mereka sendiri dengan tetap tidak melupakan status mereka sebagai ibu rumah tangga. Bahkan terdapat fenomena yang sangat menarik, yaitu mereka yang sudah sukses menjalankan usahanya bisa memiliki penghasilan yang jauh melampaui penghasilan suami mereka.

Ada berbagai macam motivasi yang melatar belakangi seorang ibu akhirnya terlibat untuk menjadi pengusaha. Ada yang motivasinya untuk menambah uang belanja untuk membantu pemenuhan kebutuhan ekonomi keluarga, ada yang hanya sekedar mengisi waktu luang, menyalurkan hobi, atau membunuh kebosanan. Bahkan ada yang lebih dari pada itu, seorang ibu memutuskan untuk terjun ke dalam dunia usaha karena dimotivasi akan keinginannya untuk berprestasi, seperti yang dikemukakan oleh David McClelland dalam McClelland's Need For Motivation Achievement Theory. (McClelland, D.C. 1961)

Jumlah anggota Komunitas Indonesia *Momprenneur* berkembang pesat, sejak awal berdirinya hingga tahun 2015 anggota komunitas ini berjumlah 6005 orang, dengan penambahan anggota mencapai hingga 2.000 orang setiap tahunnya (Database Komunitas Indonesia *Momprenneur*, 2015).

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1 Komunitas**

Secara konseptual, komunitas berasal dari suku kata Inggris *community*, yang merujuk pada level ikatan tertentu dari hasil interaksi sosial di masyarakat. Di kamus *Oxford Learner's* disebutkan bahwa *Community is all the people living in one place* atau *group of people with the some interest*. Kecilnya wilayah, kesamaan keinginan adalah ciri utama komunitas. Secara hirarkis, komunitas berada di level ketiga setelah individu dan keluarga. Komunitas, kumpulan sejumlah orang di suatu geografis yang terikat faktor kerabat atau kepentingan primordial lain dari yang bersifat praktis sampai ideologis (Masduki, 2004)

### **2.2 Momprenneur**

Momprenneur berasal dari dua kata ideologis yaitu Mom dan Preneur yang berarti ibu dan pengusaha sering digambarkan sebagai " neologisme , " tetapi tetap sering didefinisikan oleh makna fungsional dari dua kata ini , seperti dalam definisi Wikipedia, "pemilik bisnis perempuan yang secara aktif menyeimbangkan peran ibu dan peran pengusaha. Seorang individu yang menemukan dan mengeksplorasi bisnis baru peluang dalam konteks sosial dan geografis yang berupaya untuk mengintegrasikan tuntutan sebagai seorang ibu dan pebisnis" (Meredith Johnson Krueger, 2015).

### **2.4 Motivasi**

Pengertian dari motivasi sangat beragam, bahkan para ahli pun memiliki pengertian dan definisi yang berbeda tentang motivasi. Winardi (2004) mendefinisikan Istilah motivasi (*motivation*) pada dasarnya berasal dari bahasa latin "*movere*" yang memiliki arti "menggerakkan" (*to move*).

Robbins (2008) mendefinisikan motivasi sebagai kemauan mengeluarkan usaha lebih demi mencapai tujuan organisasi dengan didasari oleh kebutuhan pribadi. Ini sesuai dengan definisi sifat manusia dalam ilmu antropologi, yang menerangkan bahwa setiap manusia memang bersifat antroposentris, yakni melakukan sesuatu yang didasarkan pada kepentingan dirinya. Oleh karena itu, setiap tindakannya selalu didasari oleh motif pribadi, meskipun hal tersebut berdampak luas.

## 2.5 Teori Motivasi McClelland

McClelland, yang beraliran Behavioral Science theorists, dilahirkan di Mt. Vernon, New York pada tanggal 20 Mei 1917, memperoleh gelar *Bachelor of Art* (BA) dari Universitas Wesleyan pada tahun 1938, dan memperoleh gelar *Master of Art* (MA) dari Universitas Missouri pada tahun 1939. Sedangkan Ph. D dalam bidang psikologi eksperimental dari Universitas Yale pada tahun 1941.

McClelland membagi motivasi / kebutuhan menjadi tiga bagian, yaitu ( McClelland, 1987)

1. **Kebutuhan Prestasi / *need for achievement*** adalah seseorang yang memiliki kebutuhan dan keinginan kuat untuk berprestasi tinggi dan sukses. Mereka dikarakteristikan dengan penghargaan yang tinggi terhadap tanggung jawab personal, suka mengambil risiko, memiliki perhatian yang kuat untuk melihat hasil dari keputusan yang telah dibuatnya, menikmati dan secara teliti menghitung risiko, meneliti lingkungannya secara aktif, dan sangat tertarik pada pengukuran yang konkrit atas tindakannya.

2. **Kebutuhan Kekuasaan / *need of power*** adalah kebutuhan untuk membuat orang lain berperilaku dalam suatu cara dimana orang-orang itu tanpa dipaksa tidak akan berperilaku demikian atau suatu bentuk ekspresi dari individu untuk mengendalikan dan mempengaruhi orang lain.

3. **Kebutuhan Afiliasi / *need of affiliation*** adalah hasrat untuk berhubungan antar pribadi yang ramah dan akrab. Individu merefleksikan keinginan untuk mempunyai hubungan yang erat, kooperatif dan penuh sikap persahabatan dengan pihak lain. Individu yang mempunyai kebutuhan afiliasi yang tinggi umumnya berhasil dalam pekerjaan yang memerlukan interaksi sosial yang tinggi. Kebutuhan berafiliasi, indikatornya adanya hasrat untuk berteman, bersahabat, dan kebutuhan untuk berhubungan lebih dekat secara antarpersoal.

## 2.6 Manfaat

Menurut Prof. Dr. J.S Badudu dalam kamus Umum Bahasa Indonesia, mengatakan bahwa: “Manfaat adalah hal, cara, hasil kerja dalam memanfaatkan sesuatu yang berguna”. Definisi lain dari manfaat oleh Dennis Mc Quail dan Sven Windahl (1993) :”Manfaat merupakan harapan sama artinya dengan explore (penghadapan semata-mata menunjukkan suatu kegiatan menerima)”

## III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Moleong (2005) pendekatan penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain secara holistik dan dengan cara

deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Strategi metode kualitatif dalam penelitian ini adalah fenomenologi. Tujuannya adalah menangkap fenomena motivasi dan menganalisis motivasi para mompreneur untuk terlibat dalam komunitas Indonesia Mompreneur, selanjutnya dilakukan analisis manfaat yang diperoleh para anggota mompreneur, dengan menggunakan metode triangulasi.

#### **IV. PEMBAHASAN**

##### **4.1 Kebutuhan Akan Prestasi**

Menurut McClelland (1961) *need for achievement* adalah seseorang yang memiliki kebutuhan dan keinginan kuat untuk berprestasi tinggi dan sukses. Kebutuhan akan prestasi merupakan dorongan untuk mengungguli, berprestasi sehubungan dengan seperangkat standar, bergulat untuk sukses. Pada dasarnya setiap individu memiliki keinginan untuk berprestasi.

Kebutuhan akan prestasi memiliki ciri-ciri (1) melakukan sesuatu lebih baik daripada pesaing, (2) memperoleh atau melewati sasaran yang sulit, (3) menyelesaikan tugas yang menantang dengan hasil, dan (4) mengembangkan cara terbaik untuk melakukan sesuatu. Merujuk pada ciri-ciri tersebut, diketahui bahwa kebutuhan akan prestasi menjadi salah satu motivasi mengikuti Komunitas Indonesia *Mompreneur*.

Kebutuhan akan prestasi bagi anggota komunitas ini ditandai dengan adanya keinginan untuk menyelesaikan tugas yang menantang dengan hasil. Dorongan untuk menjadi pribadi yang lebih baik bagi keluarga dan kemajuan bisnisnya, menjadikan para *mompreneur* ini aktif dalam berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh komunitas ini. Menggali ilmu, memperluas wawasan, dan meningkatkan keterampilan merupakan upaya mencapai target yang diimpikan. Anggota komunitas ini juga tidak hanya ingin menerima tetapi juga ingin memberi atau berbagi ilmu, wawasan dan keterampilan pada sesama anggota ataupun masyarakat agar kesejahteraan anggota khususnya dan masyarakat umumnya dapat meningkat.

Keinginan untuk mengembangkan cara terbaik untuk melakukan sesuatu juga ditunjukkan oleh anggota komunitas ini. Prestasi merupakan bukti usaha yang dicapai. Usaha tersebut tentunya tidak lepas dari manajemen yang baik untuk mencapai hasil yang diinginkan. Manajemen yang baik adalah manajemen yang tidak luput dari prinsip efektif dan efisien. Efektif mengacu pada upaya melakukan sesuatu dengan benar, sementara efisien mengacu pada upaya melakukan sesuatu yang benar. Peningkatan efektivitas dan efisiensi tidak hanya dapat dilakukan melalui pembelajaran atas pengalaman pribadi, buku-buku, atau pun jurnal, tetapi juga melalui pengalaman orang lain.

Lingkungan dimana seseorang berada sudah tentu akan berkontribusi pada kualitas diri orang tersebut. Berkumpul dengan orang-orang besar akan menjadikannya menjadi orang besar. Berkumpul dengan orang-orang sukses mampu membantunya meraih kesuksesan. Demikian halnya dengan berkumpulnya para *mompreneur* dalam satu komunitas dapat membantu mereka menjalankan dan mengembangkan bisnisnya menjadi lebih baik melalui perbaikan manajemen usahanya, bahkan di komunitas ini juga membantu mereka memajemen keluarga dengan lebih baik.

Kebutuhan akan prestasi juga ditandai oleh keinginan untuk melewati sasaran yang sulit. Menjadi pengusaha yang sukses tidaklah mudah. Berani bermimpi dan

mengambil resiko, sikap pantang menyerah dan kerja keras, merupakan syarat yang harus dimiliki oleh seorang pengusaha untuk dapat sukses. Pengusaha yang sukses sebagian besar adalah orang-orang yang sudah mengalami kegagalan berkali-kali.

Kondisi pasar yang semakin kompetitif baik dari segi inovasi, kualitas dan harga, menuntut setiap pengusaha dalam hal ini *mompreneur* untuk terus melakukan perbaikan yaitu perbaikan kualitas SDM, proses produksi, promosi dan pemasaran. Melakukan perbaikan-perbaikan tersebut tidak semudah membalikan telapak tangan. Meski demikian tidak lantas membuat *mompreneur* sejati berbalik arah. *Mompreneur* sejati akan terus berusaha untuk bertahan dan memenangkan persaingan.

Upaya untuk mencapai sasaran-sasaran yang sulit tentu tidak dapat dilakukan sendiri melainkan membutuhkan bantuan orang lain terutama yang telah memiliki banyak pengalaman. Bertemu dan berdiskusi dengan orang-orang yang dapat membantu mengatasi masalah dengan tepat, dapat dengan mudah dilakukan jika berada dalam lingkungan atau komunitas yang dapat memfasilitasi hal tersebut.

#### **4.2 Kebutuhan Akan Kekuasaan**

Kebutuhan akan kekuasaan juga yang memotivasi para *mompreneur* bergabung dengan Komunitas Indonesia *Mompreneur*. Menurut McClelland (1961) kebutuhan akan kekuasaan adalah kebutuhan untuk membuat orang lain berperilaku dalam suatu cara dimana orang-orang itu tanpa dipaksa tidak akan berperilaku demikian atau suatu bentuk ekspresi dari individu untuk mengendalikan dan mempengaruhi orang lain.

Menurut McClelland (1987), ciri-ciri kebutuhan akan kekuasaan adalah (1) mempengaruhi orang untuk mengubah sikap dan perilaku, (2) mengontrol orang dan aktivitas, (3) berada pada posisi berkuasa melebihi orang lain, (4) memperoleh control informasi dan sumber daya, dan (4) mengalahkan lawan atau musuh. Merujuk pada ciri-ciri tersebut, diketahui bahwa kebutuhan

Bermanfaat bagi orang lain merupakan nilai tambah akan kebanggaan terhadap diri sendiri. Bentuk manfaat yang dapat diberikan yaitu manfaat materi dan non materi. Mengubah seseorang menjadi lebih baik sehingga kualitas hidupnya pun meningkat merupakan salah satu bentuk upaya memberikan manfaat bagi orang lain

Sebagian orang memiliki kecenderungan merasakan kepuasan tersendiri bila mampu mengajak atau mempengaruhi orang lain untuk mengubah sikap dan perilakunya, dalam hal ini terkait dengan ajakan untuk menjadi *mompreneur*. Fakta bahwa menjadi *mompreneur* dapat membantu menyelesaikan masalah keuangan keluarga sekaligus tetap dapat menjalankan peranan sebagai ibu rumah tangga, mendorong para *mompreneur* ini untuk mengajak para ibu yang belum menjadi *mompreneur* untuk menjadi bagian dari *mompreneur*.

Disamping itu, dorongan untuk memperoleh kontrol informasi dan sumber daya juga merupakan kebutuhan akan kekuasaan bagi anggota komunitas ini. Bergabung dalam satu komunitas yang memiliki kesamaan hobi atau pekerjaan tentu akan memudahkan akses informasi. Melalui *sharing* antar anggota, kegiatan seminar ataupun *workshop* para *mompreneur* ini akan memperoleh banyak informasi baru yang penting bagi perkembangan usahanya, baik informasi mengenai jaringan usaha, *supplier*, dan mitra permodalan. Mengetahui informasi-informasi tersebut selanjutnya akan memudahkan *mompreneur* untuk melakukan kontrol informasi demi eksistensi usahanya

### 4.3 Kebutuhan Akan Afiliasi

Kebutuhan akan kekuasaan juga yang memotivasi para *mompreneur* bergabung dengan Komunitas Indonesia *Mompreneur*. Menurut McClelland (1961) kebutuhan akan kekuasaan adalah kebutuhan untuk membuat orang lain berperilaku dalam suatu cara dimana orang-orang itu tanpa dipaksa tidak akan berperilaku demikian atau suatu bentuk ekspresi dari individu untuk mengendalikan dan mempengaruhi orang lain.

Motivasi anggota yang *ketiga* atau terakhir yang diidentifikasi berdasarkan hasil wawancara adalah kebutuhan untuk berafiliasi atau bersahabat. Menurut McClelland (1961) kebutuhan akan afiliasi adalah hasrat untuk berhubungan antar pribadi yang ramah dan akrab. Individu merefleksikan keinginan untuk mempunyai hubungan yang erat, kooperatif dan penuh sikap persahabatan dengan pihak lain.

Menurut McClelland (1987), kebutuhan untuk berafiliasi ditandai dengan ciri-ciri (1) disukai banyak orang, (2) diterima sebagai bagian kelompok atau tim, (3) bekerja dengan orang yang ramah dan kooperatif, (4) mempertahankan hubungan yang harmonis dan mengurangi konflik, dan (5) berpartisipasi dalam aktivitas sosial yang menyenangkan.

Sebagian besar anggota komunitas dimotivasi oleh kebutuhan untuk berafiliasi atau bersahabat. Manusia adalah makhluk sosial yang mana tidak dapat hidup sendiri tanpa bantuan orang lain. Berdasarkan pada kondisi tersebut, maka seseorang akan menjalin pertemanan dengan orang-orang yang sekiranya mampu memberikan pertolongan dikala menghadapi kesulitan, demikian pun sebaliknya. Hukum timbal balik dalam kehidupan ini tidak dapat terelakan, jika ingin dibantu maka harus mau membantu.

Komunitas Indonesia *Mompreneur* merupakan komunitas sosial atau non profit. Kegiatan dalam komunitas ini lebih banyak mengarah pada kegiatan sosial seperti mengadakan seminar, gathering, atau pun workshop. Oleh karenanya, keinginan untuk dapat berpartisipasi dalam kegiatan sosial menjadi salah satu motivasi bergabung dalam komunitas ini.”

Disamping itu, keinginan untuk disukai banyak orang juga yang mendorong *mompreneur* mengikuti Komunitas Indonesia *Mompreneur*. Sebagaimana telah dibahas sebelumnya bahwa manusia adalah makhluk social yang tidak dapat dihidup sendiri. Agar dapat bersosialisasi dengan baik maka seseorang harus memiliki kepribadian yang menyenangkan. Menjadi pribadi yang menyenangkan tidak sulit, dengan memberikan perhatian dan pertolongan terhadap sesama dapat menciptakan citra yang baik sehingga terjalinlah hubungan yang harmonis.

Pada dasarnya bergabung pada suatu komunitas dilandasi oleh harapan akan manfaat untuk kepentingan pribadi ataupun orang lain. Memenuhi harapan tersebut, tentunya disamping aktif mengikuti kegiatan yang diselenggarakan juga menjalin hubungan baik dengan sesama anggota. Terjalannya hubungan baik akan melancarkan komunikasi dan mempermudah akses informasi.

### 4.3 Tujuan dan Manfaat

Melakukan atau terlibat dalam berbagai aktivitas tentunya didasari oleh berbagai motivasi sesuai dengan kebutuhan masing-masing individu. Motivasi merupakan dorongan awal bagi langkah seseorang untuk memulai sesuatu. Selain ada yang mendorong tentunya ada tujuan yang hendak dicapai. Seseorang melakukan setiap

pekerjaan pasti diikuti oleh tujuan. Tujuan adalah hasil akhir yang ingin dicapai dalam jangka waktu tertentu.

Berdasarkan pada pembahasan sebelumnya yaitu mengenai motivasi *momprenneur* mengikuti Komunitas Indonesia *Momprenneur*, dapat dirumuskan beberapa tujuan yang diinginkan oleh *momprenneur* : (1). Produk usahanya dikenal oleh masyarakat luas. (2) Omset usaha meningkat. (3) Teman dan relasi bisnis bertambah. (4) Produktivitas ibu rumah tangga meningkat.

Tercapainya tujuan maka akan dirasakan manfaatnya. Apabila tidak membawa manfaat atau kebaikan melainkan keburukan, tentunya seorang individu akan berpikir ulang untuk meneruskan atau tidak meneruskan aktivitas yang dijalaninya. Pada umumnya, secara ideal tentu jika suatu aktivitas tidak memberikan manfaatakan ditinggalkan oleh individu yang berkecimpung di dalamnya.

Sesuai dengan namanya, maka seluruh anggota komunitas ini adalah wanita dan sebagian besarnya ibu-ibu. Pada umumnya pengusaha ibu-ibu ini masih merintis usahanya, sehingga mereka sangat membutuhkan banyak relasi atau rekan bisnis. Oleh karenanya, sebagian besar anggota menyatakan bahwa dengan mengikuti Komunitas Indonesia *Momprenneur* ini, jaringan usaha (*networking*) mereka bertambah.

Kenggotaan komunitas ini diwarnai oleh beragam latar belakang, baik itu pendidikan, pengalaman bisnis, usia, maupun profesi pendahulunya. Berbagai latar belakang ini, mendorong komunitas untuk mengadakan berbagai acara yang mampu meningkatkan kehandalan para anggotanya untuk mengembangkan bisnis mereka. Hal ini telah dirasakan manfaatnya oleh para *momprenneur* bahwa melalui Komunitas Indonesia *Momprenneur* ilmu bisnis mereka bertambah dan bahkan hingga dapat mempraktekannya secara langsung.

Wanita berdasarkan pada kodratnya memiliki tugas atau kewajiban pokok yaitu mengurus keluarga, suami dan anak-anaknya. Oleh karena itu, meski menjadi *momprenneur* tidak boleh melalaikan kewajiban utamanya tersebut. Komunitas Indonesia *Momprenneur* tidak sekedar memfasilitasi anggotanya untuk memperluas *networking* dan ilmu bisnis mereka, tetapi juga memfasilitasi para anggotanya untuk menambah ilmu dan wawasan mereka dalam mengurus keluarga dengan baik dan benar, selain itu juga wawasan umum lainnya. Tujuannya adalah agar *momprenneur* khususnya anggota dari komunitas ini sukses bisnis, sukses keluarga, dan berwawasan luas.

Intensitas berkumpul dengan orang-orang yang berlatar belakang berbeda-beda dapat membuka mata, telinga, hati dan pikiran lebih lebar lagi. Berbagai seminar, *gathering*, dan *workshop* yang diikuti mampu memperluas ilmu, wawasan dan pengetahuan. Hal-hal tersebut pada akhirnya akan membangkitkan rasa percaya diri, terlebih lagi bagi para *momprenneur* yang sebelumnya hanya seorang ibu rumah tangga biasa.

Manfaat terakhir yang dapat diidentifikasi dari hasil wawancara adalah bahwa melalui Komunitas Indonesia *Momprenneur* ini anggota dapat secara bersamaan mempromosikan produk hasil usaha mereka.

## **V. KESIMPULAN**

Jumlah *momprenneur* tiap tahunnya terus bertambah dan tersebar di seluruh pelosok Indonesia. Sama halnya dengan jumlah anggota Komunitas Indonesia *Momprenneur* yang terus bertambah tiap tahunnya. Namun, tentunya dari seluruh

*momprenneur* yang ada di Indonesia tidak semuanya bergabung dengan Komunitas Indonesia *Momprenneur*. Disamping faktor pengetahuan akan keberadaan komunitas ini juga tentunya dibarengi dengan faktor ketertarikan dan motivasi untuk mengikuti komunitas ini. Ketertarikan saja tidaklah cukup untuk menarik para *momprenneur* untuk bergabung dengan Komunitas Indonesia *Momprenneur* tetapi juga harus dilengkapi dengan motivasi. Motivasi merupakan dorongan bagi *momprenneur* untuk bergabung dengan komunitas ini. Setiap orangnya memiliki motivasi yang berbeda.

Motivasi yang melatarbelakangi anggota Komunitas Indonesia *Momprenneur* bergabung di dalamnya adalah : 1. Kebutuhan akan prestasi, yang ditandai oleh (a) Menyelesaikan tugas yang menantang dengan hasil. (b) Mengembangkan cara terbaik untuk melakukan sesuatu. (c) Memperoleh/melewati sasaran yang sulit. 2. Kebutuhan akan kekuasaan, yang ditandai oleh : (a) Mempengaruhi orang untuk mengubah sikap dan perilaku. (b) Memperoleh kontrol informasi dan sumber daya. 3. Kebutuhan untuk berafiliasi, yang ditandai oleh : (a) Berpartisipasi dalam aktivitas sosial yang menyenangkan. (b) Disukai banyak orang. (c) Mempertahankan hubungan yang harmonis dan mengurangi konflik. Berdasarkan pada motivasi tersebut tujuan yang diinginkan oleh *momprenneur* : 1. Produk usahanya dikenal oleh masyarakat luas. 2. Omset usaha meningkat. 3. teman dan relasi bisnis bertambah. 4. Produktivitas ibu rumah tangga meningkat.

Melihat jumlah anggota aktif maupun tidak aktif yang terus bertambah dapat mengindikasikan bahwa selain banyak yang termotivasi untuk bergabung juga banyak yang merasakan manfaat dari komunitas ini. Manfaat merupakan keuntungan yang dirasakan dari suatu kegiatan atau pekerjaan. Manfaat yang telah dirasakan oleh para anggota Komunitas Indonesia *Momprenneur* ini adalah : 1. Memperluas atau menambah *networking*, 2. Menambah wawasan bisnis 3. Menambah wawasan umum. 4. Menambah wawasan *parenting*. 5. Mendapat ide-ide baru melalui *sharing* info, pengalaman, ilmu, ataupun berbagai tips. 6. Membangun kepercayaan diri. 7. Sarana promosi produk.

## DAFTAR PUSTAKA

- Badudu J.S dan Zain, Sutan Mohammad. (1996). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Biography, “David McClelland [http://www.newworldencyclopedia.org/entry/David\\_McClelland](http://www.newworldencyclopedia.org/entry/David_McClelland) (diakses 07 November 2015)
- Ducker, Wayne et al, 2012, “*Affiliation Motivation And Interesting Entrepreneurial Careers*”, Journal Of Managerial Psychology, Vol. 27 No 3, pp 302-320
- Koswara, E. (1986) *Motivasi Teori dan Penelitiannya*. Bandung : Angkasa Bandung.
- Krueger, Meredith Johnsin. 2015. *Care and capitalist crisis in anglophone digital landscapes: the case of the mompreneur*. Tidak dipublikasikan. Thesis Pada University of Washington
- Luthans, Fred. 2006. *Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Andi.
- Masduki. 2005. *Perkembangan dan Problematika Radio Komunitas di Indonesia*. Jurnal Ilmu Komunikasi vol.1, No.1, pp 78-36
- McClelland, D.C. 1987. *Human Motivation*. New York: The Press Syndicate of The University of Chambridge
- McClelland, D.C. (1961). *The Achieving Society*. New Jersey : D. Van Nostrand Company, Inc.
- Miles, Matthew B. & A. Michael Huberman 1994. *Qualitative Data Analysis*. 2nd. California: SAGE Publications
- Moleong, Lexy, J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung
- Robbins, Stephen P., & Judge, Timothy A. (2008). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawati, Trias dan Anggia Paramitha (2011), “*Motivasi Ibu Rumah Tangga dalam Berwirausaha*”, PSW UII, Proceeding Seminar Bersama, Yogyakarta
- Winardi, J. 2004. *Motivasi & Pemotivasian Dalam Manajemen*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.