

## **MENGENAL BISNIS BERBASIS RUMAH DAN PROFIL PENGUSAHANYA**

**Azahari Ramli, Donny Abdul Latief Poespowidjojo,  
Khairunnisak Ahmad Shakir**  
[arie@uum.edu.my](mailto:arie@uum.edu.my), [donny@uum.edu.my](mailto:donny@uum.edu.my)

**Kolej Perniagaan, Universiti Utara Malaysia**

**Abstract:** Bisnis berbasis-rumah atau *Home-based business* (HBB) adalah usaha mikro yang berupaya untuk meningkatkan pendapatan pribadi, keluarga dan alasan lainnya. Dewasa ini, sangat minim perhatian para peneliti lokal kepada sektor tersebut sehingga informasi tentang profil pribadi, keluarga bahkan sifat bisnis usaha ini sukar diperoleh padahal sebenarnya mereka tahu bahwa kegiatan ini telah lama ada dan banyak yang mengusahakannya. Untuk memenuhi kekurangan tersebut dan pentingnya kesadaran dalam membantu masyarakat golongan ini, peneliti telah mengambil inisiatif untuk mengkaji profil-profil tersebut. Penelitian dilakukan di Daerah Kubang Pasu, Kedah, Malaysia dan karena tiada informasi mengenai studi populasi, kajian ini menggunakan metode pengambilan sampel bola salju. Hasilnya, sebanyak 91 responden terpilih dalam penelitian ini sebagai sampel yang ditemukan oleh pencacah survei. Temuan menunjukkan bahwa lebih banyak perempuan daripada laki-laki terlibat dalam HBB dan lebih dari 90% responden menyatakan tujuan dan dorongan mereka yang terlibat dalam bisnis adalah untuk mendapatkan penghasilan. Temuan ini diharapkan dapat membantu para peneliti lain dalam memperpanjang literatur tentang HBB. Selain itu, penelitian ini berharap dapat menyadarkan pihak pemerintah agar bersedia member bantuan-bantuan yang diperlukan sehingga mereka mampu mengembangkan dan memperluas bisnis mereka di masa depan

**Keywords:** Bisnis berbasis rumah, Kewirausahaan

### **LATAR BELAKANG**

Bisnis berbasis rumah atau *Home-based Business* (HBB) adalah kondisi di mana pengusaha menjadikan kediamannya sebagai pusat untuk menjalankan bisnis. Ia merupakan salah satu dari keragaman dalam kewirausahaan (Scarborough & Zimmerer, 2000). Bahkan menurut Sayers (2012) banyak pengusaha sukses memulai bisnis mereka di garasi, dapur atau kamar tidur rumah mereka. Beberapa perusahaan terkenal seperti Apple Computer, Hershey's, Mary Kay Cosmetics, dan Ford Motor Company adalah bisnis yang awalnya dimulai

dan beroperasi dari rumah (SBA, 2016). Pengusaha dalam kategori HBB ini ada di kota maupun di desa

Kemunculan HBB bersumber dari berbagai faktor. Bagi penduduk di desa, HBB dilihat sebagai jalan untuk menyelesaikan masalah keuangan keluarga akibat jatuhnya harga karet, kelapa sawit, dan hasil padi yang tidak menentu. Ada pula pengusaha yang terlibat dalam HBB sebagai jalan untuk menyeimbangkan kehidupan bekerja dan berkeluarga (Soldressen, Fiorito, & He, 1998). Munculnya internet yang memungkinkan pengusaha memasarkan produk atau layanan mereka dari rumah juga dilihat sebagai salah satu faktor yang mendorong keterlibatan pengusaha dalam HBB (Sayers, 2012).

Dalam konteks gender, HBB banyak diusahakan oleh wanita dibandingkan pria (Duncan, 1991, Deschamps & Dart, 1998). Bahkan jika dilihat di Amerika Serikat (USA), satu dari tiga *sole proprietorships* adalah wanita dan di Kanada wanita yang memulai bisnis jumlahnya tiga kali lipat dari pria (Deschamps & Dart, 1998). Sebesar 80% pengusaha wanita memilih HBB sebagai langkah pertama untuk menjadi pengusaha dan meskipun begitu penelitian di USA yang dilakukan oleh John Case menyatakan bahwa 47% pengusaha adalah wanita dan pria meliputi 53% dari keseluruhan populasi penelitiannya (Stanger, 1998).

Jika dilihat kategori bidang pekerjaan dalam HBB, ia melibatkan jenis pekerjaan kerah biru atau putih (Rowe, Hayne & Stanford, 1999) dan dilakukan secara sambilan atau penuh waktu (Duncan, 1991). Berdasarkan dari satu penelitian di USA di temukan sebesar 46% bidang bisnis adalah kategori pekerjaan kerah putih sedangkan 22% terdiri dari kategori pekerjaan kerah biru dan sisanya tidak dapat diidentifikasi (Stanger, 1996). Selain itu, HBB dilakukan tidak hanya di daerah pedesaan tetapi juga ada di daerah kota (Rowe, Hayne & Stanford, 1999).

Dari sudut kepentingan ekonomi, penelitian oleh Mason, Carter, dan Tagg (2010) di Inggris telah menemukan 72% pengusaha HBB memperoleh penjualan tahunan sebesar £ 100.000 atau kurang dibandingkan hanya 27% saja yang memperoleh jumlah penjualan tahunan yang sedemikian di kalangan *Small & Medium Enterprise* (SME). Ulasan tersebut malaporkan bahwa pengusaha HBB

memperoleh margin keuntungan yang lebih tinggi dibandingkan pengusaha SME. HBB turut menawarkan peluang pekerjaan yang banyak di mana penelitian tersebut melaporkan 14,6% HBB mengambil pekerja di antara 5-9 orang dibandingkan 26,3% di kalangan pengusaha SME. Indikator ini memberikan gambaran bahwa HBB memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian. Meskipun ia tidak sebanding perusahaan kelas SME tetapi prestasi yang dicapainya hampir sebanding dengan perusahaan di sektor tersebut.

Melihat perkembangan ini, HBB bisa dianggap sebagai salah satu diversifikasi kewirausahaan yang memiliki kepentingannya sendiri. Jadi, tinjauan literatur terkait dengan HBB di Malaysia sudah dilakukan tapi sayangnya belum ada literatur yang mampu memberikan gambaran tentang kondisi HBB di Malaysia. Kondisi ini telah menyebabkan timbul persoalan-persoalan yang harus ditangani. Persoalan tersebut adalah seperti berikut : Apakah profil pengusaha HBB di Malaysia? Dan Apakah Pengusaha HBB di Malaysia berbeda dengan pengusaha HBB di luar negeri?

Informasi yang disediakan melalui penelitian ini akan dapat dijadikan dasar oleh pihak pemerintah untuk menilai apakah wajar pemberian bantuan dan dukungan kepada pengusaha HBB.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Untuk mengenali apakah itu HBB, tinjauan literatur telah dilakukan sebagai upaya untuk memberikan definisi pada HBB. Menurut Elizabeth Walker (2003), HBB adalah situasi di mana pengusaha menjadikan rumahnya sebagai pusat untuk menjalankan bisnis. Dengan kata lain, bisnis yang dijalankan tidak dilakukan di area khusus untuk berbisnis seperti area komersial. Bagi Wehrell & Fullerton (1994) pula, mereka telah mendefinisikan HBB sebagai entitas yang dimiliki dan / atau dioperasikan oleh individu yang bekerja sendiri yang bekerja dari rumahnya atau bangunan lain di tanah miliknya di mana ia mungkin mengambil atau tidak mengambil karyawan dan menyediakan layanan atau produk dari tempat di mana ia bekerja.

Selanjutnya, *Economic Recovery Commission of Newfoundland*, 1992 (Wehrell & Fullerton, 1994) mendefinisikan HBB adalah perusahaan yang berorientasi kepada keuntungan yang dioperasikan dari rumah pemiliknya atau bangunan di sekelilingnya. Stanger (2000) juga menyatakan HBB merupakan bisnis yang dipusatkan di rumah pemiliknya yang memasok produk atau layanan dari rumah tersebut. Definisi HBB seperti dinyatakan di atas adalah dilihat dari lokasi bisnis. Pendefinisian HBB berdasarkan lokasi bisnis merupakan definisi yang selalu digunakan oleh banyak peneliti di bidang ini (Wehrell & Fullerton, 1994). HBB dapat dibagi menjadi dua kategori terkait dengan pengoperasian bisnis pengusaha (SBA, 2004). Kategori pertama adalah pengusaha yang menjadikan rumahnya sebagai pusat bagi segala operasi bisnis dan kategori kedua, pengusaha yang menjadikan rumah sebagai pusat administrasi dan kegiatan nyata bisnis di jalankan di luar rumah. Jenis bisnis yang terlibat dalam kategori kedua ini adalah seperti konstruksi, layanan kabel dan pertukangan rumah.

Jika dilihat dari sudut jenis bisnis, HBB diklasifikasikan sebagai perusahaan mikro (Wehrell & Fullerton, 1994) atau dikenal juga dengan sebagai bisnis mikro (Stanger, 1998). Pengusaha yang terlibat dalam HBB dikenal sebagai *micropreneurs* (DeGarmo, 1996). Bisnis mikro menurut, Australian Bureau of Statistics (ABS) menyatakan bahwa bisnis mikro merupakan bisnis yang mengambil karyawan yang kurang dari lima orang atau tidak sama sekali (Walker, 2000). Klasifikasi HBB yang dibuat oleh ABS sama yang dilakukan oleh pihak berwenang di Kanada di mana HBB dikategorikan sebagai perusahaan mikro yang memiliki lima orang karyawan atau kurang (Wehrell & Fullerton, 1994). Di Afrika Selatan, pihak pemerintah juga ikut mencantumkan HBB sebagai bisnis mikro (Kroon, Aardt & Bisage, 1999).

Masih sedikit penelitian yang dilakukan mengenai HBB, meskipun ia merupakan bagian yang penting dalam sektor usaha kecil. Pada kenyataannya HBB telah lama ada tapi jarang diberi perhatian dan bahkan sering diabaikan oleh pembuat kebijakan (Standen, 1998). Menurut Ted Mallet, Direktur Peneliti untuk *The Canadian Federation of Independent Business* telah menyatakan bahwa sekitar 70% bisnis baru yang diciptakan adalah dimulai dari rumah. Rumah telah

di anggap sebagai inkubator munculnya lembaga-lembaga bisnis tersebut (Paul, 1996). Di Amerika Serikat sendiri dilaporkan bahwa lebih dari setengah jumlah bisnis pengusaha di sana berbasis dari rumah.

Kontradiksi dalam meletakkan status kategori HBB terjadi karena kurangnya pemahaman tentang karakteristik HBB dibandingkan dengan kategori kewirausahaan lainnya. Pierce (2009) menyebutkan bahwa sarjana dalam kewirausahaan telah membagi kewirausahaan dalam dua kategori utama yaitu kewirausahaan bisnis (*business entrepreneurship*) dan kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*). Kewirausahaan bisnis adalah kewirausahaan yang fokus ke arah meningkatkan perusahaan bisnis, sedangkan kewirausahaan sosial fokus untuk meningkatkan usaha perusahaan sosial. HBB dilihat sebagai perusahaan yang mencoba memenuhi kebutuhan gaya hidup seseorang individu melalui fokus yang dikombinasikan antara kebutuhan rumah tangga, rumah, bisnis, dan keluarga.

Untuk memahami HBB secara lebih mendalam, maka penelitian ini cenderung menggunakan penelitian yang dilakukan oleh Pierce (2009). Beliau menyediakan model HES (*Home Entrepreneur System*) yang berbasis pada Teori *Max-Neef's Human Scale Development*. Model tersebut mengungkapkan bahwa ada empat konstruk yang perlu diteliti untuk memahami HBB yaitu *Household* (rumah tangga), *Home* (rumah), *Family* (keluarga) dan *Business* (bisnis). Konstruk ini merupakan konstruk yang membentuk praktek pengusaha yang terlibat dalam HBB.

Salah satu konstruk tersebut adalah konstruk *Household*. Ia dianggap sebagai konstruk fisik yaitu pendapatan yang diperoleh dari kegiatan HBB yang digunakan untuk keperluan rumah tangga seperti membeli produk atau jasa yang dibutuhkan oleh rumah tangga tersebut. Dengan kata lain, HBB bisa menjadi sumber pendapatan bagi membiayai pengeluaran rumah tangga. Konstruk *Business* adalah konstruk sosial di mana pengusaha telah memilih HBB sebagai cara kerja yang dilakukan dalam memperoleh manfaat ekonomi. Kegiatan ini juga melibatkan pihak lain dalam lingkungan yang akhirnya mengikat para pihak-pihak tersebut dalam satu bentuk interaksi sosial. Kegiatan HBB (melalui kerja dan

tindakan bisnis) yang dilakukan oleh pengusaha akhirnya menyampaikan satu bentuk nilai sosial yang mampu membedakannya dengan kelompok-kelompok masyarakat yang lain.

Konstruk *Family* adalah konstruk biologis di mana pengusaha HBB menempatkan keluarga sebagai prioritas. Dalam konteks HBB, keluarga diikat dengan bisnis dan bisnis diikat dengan keluarga. Pengusaha HBB melihat kegiatan mereka merupakan kegiatan yang dapat memberikan sesuatu yang dapat membantu mereka membangun keluarga seperti yang diidamkan. Dalam konteks ini, pengusaha melihat HBB merupakan satu kegiatan ekonomi yang mampu memberikan keseimbangan waktu dan perhatian antara usaha ekonomi dan manajemen keluarga. Melalui HBB, pengusaha melihat keluarga tidak akan terabaikan.

Akhirnya, *Home* dianggap sebagai konstruk psikologis di mana pengusaha melihat HBB sebagai "*a work to make a house a home*". Dengan kata lain, pengusaha melihat HBB sebagai satu tindakan yang dapat membuat rumah mereka untuk segalanya (sebagai tempat menghasilkan pendapatan dan kebahagiaan keluarga). Menurut penelitian tersebut, kombinasi ke semua konstruk tersebut dapat memberikan dasar kepada individu yang terlibat dalam HBB menyelesaikan kebutuhan-kebutuhan mereka yang di kategorikan sebagai kebutuhan untuk keamanan, otonomi, keseimbangan, maksud dan komunitas.

Hal ini telah membuat HBB sebagai satu kategori usahawanan yang unik. Maka karena itu, kita harus memperbaharui pemahaman kita tentang kategori-kategori kewirausahaan yang ada dalam lingkungan masa kini. Jadi, sarjana kewirausahaan perlu menyatakan bahwa kategori kewirausahaan adalah tiga yaitu kewirausahaan bisnis, kewirausahaan sosial dan kewirausahaan rumah (*home entrepreneurship*). Wujudnya kewirausahaan rumah karena karakteristiknya tidak dapat dijelaskan melalui kewirausahaan bisnis atau kewirausahaan sosial. Dari situlah penelitian ini berusaha ke arah membangun pemahaman melalui penelitian profil pada kategori pengusaha bersangkutan.

## **METODE PENELITIAN**

Ulasan telah membuat Kubang Pasu yaitu salah sebuah daerah di negeri Kedah Darulaman, Malaysia sebagai lapangan penelitian. Daerah Kubang Pasu yang seluas 945.971 km persegi adalah antara area penanaman padi terluas di Malaysia dan memiliki turut area penanaman pohon karet. Daerah Kubang Pasu secara administrasi, telah dibagi menjadi 12 mukim yang dikelola oleh 12 orang Penghulu. Daerah ini juga memiliki lima perguruan tinggi umum yaitu Universitas Utara Malaysia, Institut Perguruan, Politeknik Engku Omar, Institut Latihan Perindustrian (ILP) dan Community College. Selain itu, ada dua kawasan industri yaitu Kawasan Industri Darulaman dan Bukit Kayu Hitam. Daerah ini berbatasan dengan Thailand dan pintu keluar masuk antara kedua negara adalah di Bukit Kayu Hitam. Pemilihan area lapangan ini dianggap sesuai mengingat demografis penduduknya yang beragam yaitu dari sudut bidang pekerjaan, tingkat pendapatan dan bangsa.

Penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif bertujuan untuk meninjau latarbelakang pengusaha dan bisnisnya. Menurut Mohd Majid Konting (1998) penelitian deskriptif bertujuan untuk mengeksplorasi sesuatu bidang yang belum atau kurang dikaji. Menurut Cooper & Schindler (2000) penelitian deskriptif mencoba memberikan jawaban atas persoalan terkait siapa, apa, kapan, di mana dan kadangkala mengapa. Ia mencoba menjelaskan dan mendefinisikan subjek, secara umumnya akan menciptakan profil untuk sesuatu masalah, manusia atau kejadian.

Populasi penelitian ini adalah pengusaha yang terlibat di dalam HBB. Apa yang menjadi masalah pada penelitian ini adalah tidak ada informasi tentang setiap usahawan yang dapat diperoleh dari setiap lembaga pemerintah baik di tingkat negara maupun pusat. Kondisi ini terjadi karena tidak ada lembaga pemerintah yang meletakkan kategori bisnis HBB dalam sistem check pengusaha di pemerintahan masing-masing. Jadi, penelitian ini perlu menggunakan teknik nonprobability sampling. Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *snowball*. Teknik tersebut sesuai digunakan ketika responden sulit

untuk diidentifikasi, sulit untuk dihubungi dan posisi di mana mereka berada hanya tersedia melalui jaringan referensi (Cooper & Schindler, 2000).

Sebanyak dua orang enumerator telah digunakan selama 28 hari untuk tujuan akuisisi data. Pihak enumerator telah mulai menjalankan proses mengumpulkan data berdasarkan mukim di Daerah Kubang Pasu untuk memastikan hanya responden yang tinggal di Daerah Kubang Pasu saja yang dipilih. Apabila pihak enumerator mendapatkan seorang responden dalam sesuatu mukim, enumerator akan mencoba mendapatkan informasi tentang responden lain yang potensial untuk terlibat dalam penelitian dan kemudian akan bergerak ke responden tersebut yang diusulkan oleh responden yang terdahulu dan seterusnya. Sebanyak 91 orang responden telah ditemukan oleh enumerator penelitian di mana setiap responden ini diminta untuk mengisi formulir soalselidik yang dikembangkan untuk penelitian ini.

Satu set soalselidik yang dikembangkan bertujuan untuk mengumpulkan data untuk membangun profil HBB dan pengusaha yang terlibat dengannya. Sebagian item-item pertanyaan telah diambil dari Duncan (1991) dan telah dimodifikasi sesuai dengan lingkungan penelitian di Daerah Kubang Pasu. Sebagian item-item soalselidik telah dikembangkan oleh peneliti sendiri. Pada bagian berikutnya ditunjukkan informasi temuan penelitian ini melalui lapangan kutipan data yang telah dilakukan oleh pihak enumerator penelitian ini.

## **HASIL PENELITIAN**

Ulasan ini bertujuan untuk membangun profil pengusaha HBB di area studi di Malaysia. Selain itu penelitian ini bertujuan untuk melihat ada atau tidak perbedaan antara HBB di daerah penelitian dengan di luar negeri. Data diperoleh dari kegiatan pengumpulan data dan ianya ditunjukkan seperti di Tabel-tabel seperti berikut. Temuan penelitian telah memperoleh data terkait dengan demografis pengusaha HBB. Informasi tentang aspek demografis tersebut dapat dirujuk pada Tabel 1.

**Tabel 1**  
**Demografi Pengusaha HBB**

		<b>Tagihan Responden</b>	<b>Persentase</b>
Gender	Pria	38	41.8
	Perempuan	53	58.2
Bangsa	Melayu	84	92.3
	Cina	4	4.4
	India	1	1.1
	Siam	2	2.2
	Lain-Lain	0	0
	Agama	Islam	84
	Buddha	6	6.6
	Hindu	1	1.1
	Kristen	0	0
	Lain-lain	0	0
Taraf Perkahwinan	Menikah	81	89
	Single	4	4.4
	Balu/Janda/Duda	6	6.6
Umur	25 tahun dan ke bawah	1	1.1
	26 hingga 30	8	8.8
	31 hingga 35	14	15.4
	36 hingga 40	18	19.8
	41 hingga 45	14	15.4
	46 hingga 50	12	13.2
	51 hingga 55	12	13.2
	56 dan ke atas	12	13.2
Tahap Pendidikan	Tidak pernah bersekolah	6	6.6
	Sekolah rendah	32	35.2
	Sekolah menengah	44	48.4
	Diploma	2	2.2
	Ijazah	4	4.4
	Lain-lain	3	3.3

Hasil penelitian menemukan lebih banyak pengusaha dalam kalangan wanita dibandingkan pria yaitu sebanyak 58% pengusaha wanita dibandingkan 41.8% pengusaha pria. Selain itu, golongan Melayu dilihat paling banyak yang terlibat dalam HBB yaitu sebesar 84% dari jumlah responden yang ditemukan. Sebanyak 81 responden yang ditemukan telah menikah dan hanya 10 orang responden yang masih bujang atau telah menjadi janda, janda atau duda. Ulasan turut menemukan

pengusaha dari kelompok usia antara 36 sampai 40 tahun merupakan golongan yang paling tinggi yaitu sebesar 20%. Sementara itu, dari sudut tingkat pendidikan sebesar 48.4% responden yang ditemui menyatakan mereka hanya memiliki tingkat pendidikan sampai ke tingkat sekolah menengah saja dan 35.2% hanya di tingkat sekolah dasar. Hanya 6,6% saja yang menyatakan mereka tidak pernah ke sekolah dan 4,4% menyatakan mereka mendapat pendidikan sampai ke tingkat sarjana.

**Tabel 2**  
**Faktor Pendorong Keterlibatan Pengusaha Usahawan HBB**

<b>Faktor-Faktor</b>	<b>Ya</b>	<b>Tidak</b>	<b>Persentase</b>
Kepuasan diri sendiri	27(29.7%)	64(70.3%)	100%
Karir yang terjamin	7(7.7%)	84(92.3%)	100%
Kebutuhan ekonomi	68(74.7%)	23(25.3%)	100%
Galakan keluarga dan teman	45(49.5%)	46(50.5%)	100%
Kebebasan bekerja	24(26.4%)	67(73.6%)	100%
Kepuasan kerja	18(19.8%)	73(80.2%)	100%
Peluang untuk mendapatkan uang	62(68.1%)	29(31.9%)	100%
Peluang mendapatkan status/prestij	3(3.3%)	88(96.7%)	100%

Temuan penelitian seperti di Tabel 2, menemukan lebih dari 60% responden setuju bahwa kebutuhan ekonomi dan kesempatan untuk mendapatkan uang merupakan faktor-faktor utama yang menjadi pendorong bagi mereka untuk memulai bisnis. Ulasan turut mengidentifikasi bahwa hampir semua responden tidak setuju pada faktor seperti bisnis sebagai karir yang terjamin dan bisnis sebagai peluang untuk mendapatkan status / prestise sebagai faktor pendorong untuk memulai bisnis.

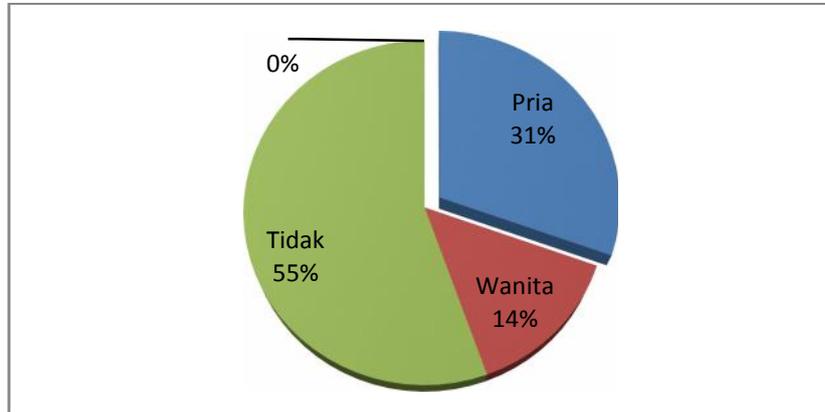
Ulasan turut meneliti tentang tujuan mengapa pengusaha terlibat di dalam HBB. Penelitian menemukan lebih 50% responden setuju bahwa bisnis yang dilakukan adalah untuk mendapatkan sumber keuangan untuk hidup, untuk mendapatkan penghasilan lebih dan untuk mengumpulkan uang untuk kebutuhan masa depan anak-anak. Informasi ini dapat diperoleh dalam Tabel 3. Informasi Tabel 2 dan Tabel 3 telah saling mengkonfirmasi faktor yang menyebabkan pengusaha terlibat di dalam HBB.

**Tabel 3**  
**Tujuan Menjalankan Bisnis**

<b>Tujuan</b>	<b>Ya</b>	<b>Tidak</b>	<b>Persentase</b>
Menyediakan uang untuk kebutuhan hidup	62 (68.1%)	29 (31.9%)	100 %
Untuk mendapatkan lebih penghasilan	55 (60.4%)	36 (39.6%)	100 %
Kumpul uang bagi kebutuhan masa depan	54 (59.3%)	37 (40.7%)	100 %
Bekerja sambil bersama anak-anak	29 (31.9%)	62(68.1%)	100 %
Untuk mendapat lebih kebebasan	15(16.5%)	76(83.5%)	100 %
Untuk menjadi kepala	6 (6.6%)	85(93.4%)	100 %
Sebagai kerja sambilan	21(23.1%)	70(76.9%)	100 %
Kecewa dengan kerja terdahulu	3(3.3%)	88(96.7%)	100 %
Hilang pekerjaan	5(5.5%)	86(94.5%)	100 %
Kerja yang saya gemar lakukan	25(27.5%)	66 (72.5%)	100 %
Ada masa untuk menjaga ahli keluarga yang kurang upaya	3(3.3%)	88(96.7%)	100 %
Mengambil kesempatan dari kemahiran yang ada	27(29.7%)	64(70.3%)	100 %
Tidak dirancang terjadi secara tiba-tiba	5(5.5%)	86(94.5%)	100 %
Ada sesuatu untuk dilakukan dalam hidup	21(23.1%)	70(76.9%)	100 %
Untuk menggunakan pendidikan yang diperolehi	5(5.5%)	86(94.5%)	100 %

Untuk melihat sebesar manakah aspek keuangan yang menjadi faktor pendorong bagi pengusaha, penelitian menemukan sebanyak 41 atau 45% responden telah menjadikan kegiatan HBB mereka sebagai penyebab utama pendapatan. Pengusaha yang paling banyak menyatakan fakta tersebut adalah di kalangan pengusaha pria dibandingkan wanita. Informasi ini dapat dirujuk pada Tabel 4.

**Tabel 4**  
**HBB sebagai Sumber Utama Penghasilan**



Tabel 5 menunjukkan jenis-jenis bisnis yang dilakukan oleh responden daerah penelitian. Temuan menemukan jenis bisnis yang paling banyak diusahakan adalah jenis bisnis makanan yaitu sebesar 39%, diikuti ritel sebesar 31% dan lain-lain.

**Tabel 5**  
**Jenis Bisnis**

Jenis Bisnis	Frekuensi	Persentase
Bengkel Mobil/motor/sepeda	4	4.4
Cuci mobil	2	2.2
Fotokopi	1	1.1
Jahitan	9	9.9
Kosmetik wanita	2	2.2
Makanan	35	38.5
Beernak ayam	1	1.1
Minyak bensin& diesel	2	2.2
Pakaian bekas	1	1.1
Ritel	28	30.8
Tuisyen	2	2.2
Tukang rumah	4	4.4
<b>Jumlah</b>	<b>91</b>	<b>100.0</b>

Ulasan turut mengajukan pertanyaan terkait dengan sumber pendanaan bisnis. Hasil temuan penelitian menunjukkan 78% responden menyatakan sumber

pendanaan bisnis adalah dari tabungan pribadi. Selain itu, pengusaha juga memperoleh sumber pendanaan dari pasangan masing-masing. Hanya 7% responden menyatakan mereka turut memperoleh sumber pembiayaan bisnis melalui pinjaman dari bank dan pemerintah. Jadi dapat dirumuskan bahwa mayoritas pengusaha HBB memperoleh sumber pembiayaan bisnis melalui pembiayaan ekuitas dibandingkan pinjaman. Informasi lengkap dapat dirujuk pada Tabel 6.

**Tabel 6**  
**Sumber Modal Pengusaha**

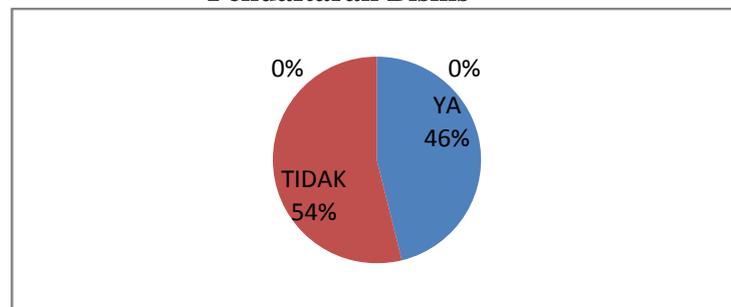
<b>Sumber Modal</b>	<b>Ya</b>	<b>Tidak</b>	<b>Persentase</b>
Tabungan Pribadi	78 (85.7%)	13 (14.3%)	100%
Pasangan Pengusaha	14 (15.4%)	77 (84.6%)	100%
Kerabat Pengusaha	4 (4.4%)	87 (95.6%)	100%
Teman	1 (1.1%)	90 (98.9%)	100%
Pinjaman Bank	3 (3.3%)	88 (96.7%)	100%
Pinjaman/Bantuan Pemerintah	3 (3.3%)	88 (96.7%)	100%

Tabel 7 menunjukkan temuan terkait dengan jenis bisnis dan ruang di area rumah yang dikhususkan untuk bisnis. Temuan menunjukkan 46 orang responden yang ditemui mengembangkan bangunan terpisah di area lokal untuk bisnis yang dijalankan. Pengusaha yang menjalankan bisnis makanan dan ritel adalah jenis bisnis yang membangun bangunan yang terpisah. Selain itu, sebanyak 20 orang responden yang melaporkan mereka menyediakan kamar terpisah di rumah untuk tujuan bisnis. Bisnis seperti bengkel mobil / motor / sepeda, jahitan, makanan, penjualan bensin / diesel, pakaian bekas dan ritel adalah antara jenis bisnis yang menyediakan kamar terpisah untuk bisnis.

**Tabel 7**  
**Jenis Perniagaan & Ruangan Khusus Untuk Kegiatan Bisnis**

	Jika Ya (Ruangan)						
		Ruang Tamu	Dapur	Bangunan Berasingan	Bilik Berasingan	Lain-Lain	Total
Jenis Bisnis	Bengkel Mobil/Motor/Sepeda			1	2	1	4
	Cuci Mobil			2			2
	Fotokopi			1			1
	Jahitan	4			5		9
	Kosmetik Wanita	2					2
	Makanan		10	23	2		35
	Berternak Ayam			1			1
	Minyak Bensin & Diesel			1	1		2
	Pakaian Bekas				1		1
	Rite			17	11		28
	Tuisyen	1				1	2
	Tukan Rumah					4	4
<b>Total</b>		6	8	46	20	3	91

**Tabel 8**  
**Pendaftaran Bisnis**



Pemerintah Malaysia mewajibkan individu atau kumulan yang menjalankan bisnis untuk mendaftarkan usaha mereka melalui Komisi Perusahaan Malaysia (yang sebelumnya di kenal sebagai Panitera Perusahaan). Temuan penelitian telah menunjukkan bahwa hanya 46% responden yang ditemukan mendaftarkan bisnis mereka. Sebagian besar responden atau sebanyak 54% responden yang ditemukan tidak mendaftarkan bisnis masing-masing. Kondisi inilah yang menyebabkan tidak ada daftar lengkap pengusaha HBB di setiap departemen dan lembaga pemerintah. Informasi ini dapat dirujuk pada Tabel 8.

**Tabel 9**  
**Tahun Bisnis**

<b>Tahun Bisnis</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
1 hingga 5 tahun	46	50.5
6 hingga 10 tahun	21	23.1
11 hingga 15 tahun	13	14.3
16 hingga 20 tahun	9	9.9
21 hingga 25 tahun	1	1.1
26 hingga 30 tahun	1	1.1
<b>Jumlah</b>	<b>91</b>	<b>100.0</b>

Penelitian menemukan 51% responden yang ditemui menyatakan bahwa mereka telah menjalankan bisnis antara 1 sampai 5 tahun. Sebanyak 23% responden juga menyatakan bahwa usia bisnis mereka adalah antara 6 sampai 10 tahun. Sebanyak 2% responden yang menyatakan bisnis mereka telah berusia lebih dari 20 tahun. Informasi ini dapat dirujuk pada Tabel 9 seperti di atas.

**Tabel 10**  
**Penggunaan Pekerja dan Jenis Bisnis**

		Penggunaan pekerja		Jumlah
		ya	tidak	
Jenis	bengkel			
Bisnis	Mobil/motor/sepedal	2	2	4
	cucimobil	2		2
	fotokopi		1	1
	jahitan	4	5	9
	kosmetik wanita		2	2
	makanan	17	18	35
	beternak ayam	1		1
	minyakbensin& diesel		2	2
	pakaian bekas		1	1
	ritel	16	12	28
	tuisyen		2	2
	tukang rumah	2	2	4
Jumlah		44	47	91

Berdasarkan pada Tabel 10, sebanyak 47 orang responden yang ditemui menyatakan mereka tidak mengambil karyawan untuk bisnis mereka. Sebanyak 44 orang responden telah mengambil karyawan dan tersedia pengusaha dalam bisnis makanan yang teramai mengambil karyawan. Jenis bisnis ritel merupakan jenis perniagaan kedua paling banyak pengusaha yang mengambil karyawan untuk membantu menjalankan operasi bisnis masing-masing

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Hasil temuan penelitian ini dapat memberikan informasi yang dapat membantu peneliti untuk membangun profil pengusaha HBB. Konstruksi profil ini dapat menjadi dasar bagi peneliti untuk membandingkan profil tersebut dengan profil pengusaha HBB diluar negara. Ini bertujuan untuk melihat apakah ada atau tidak perbedaan pengusaha HBB di lingkungan penelitian ini dengan pengusaha HBB di luar negeri.

Berdasarkan temuan penelitian menemukan pengusaha HBB di daerah penelitian ini memenuhi definisi HBB yang telah dibahas dalam bagian sebelumnya. Pengusaha yang ditemukan telah menjadikan rumah sebagai tempat

untuk mengoperasikan bisnis mulai dari aspek produksi hingga penjualan produk atau layanan bisnis. Mereka telah membuat rumah tinggal atau membangun bangunan terpisah di daerah perumahan untuk operasi bisnis. Kondisi ini sama dengan definisi yang dinyatakan oleh Wehrell & Fullerton (1994). Namun, ada juga pengusaha yang hanya menjadikan rumah sebagai pusat administrasi bisnis dan urusan layanan dengan pelanggan di jalankan di luar lingkungan rumah. Ini dapat ditemukan di kalangan pengusaha yang menjalankan kegiatan pertukangan rumah. Keadaan HBB di daerah kajian di lihat sama dengan apa yang terjadi di Amerika Serikat seperti yang dilaporkan oleh Small Business Administration, Amerika Serikat.

Studi menemukan HBB di daerah penelitian adalah bersifat bisnis mikro. Menurut Walker (2000), bisnis mikro adalah bisnis yang tidak mempekerjakan pekerja dan jika mempekerjakan karyawan tidak lebih 5 orang. Kondisi yang terjadi di daerah penelitian di temukan sama dengan apa yang terjadi diluar negeri. Jadi, pengusaha yang terlibat dalam HBB bisa dikenal sebagai *micropreneur*.

Rata-rata pengusaha yang ditemukan menjalankan bisnis yang bersifat kerah biru. Kondisi ini disebabkan karena tingkat pendidikan pengusaha yang mayoritasnya tidak berpendidikan tinggi. Akibat dari tidak ada persetujuan tersebut, mereka sulit untuk mendapatkan pekerjaan, maka pengusaha ini telah menjalankan bisnis secara HBB. Kondisi ini turut didukung dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa di mana sebagian besar responden menyatakan tujuan dan pendorong mereka membuka bisnis adalah sebagai penyebab untuk mendapatkan penghasilan. Kondisi ini menyebabkan sebesar 45% responden menyatakan HBB merupakan sumber utama pendapatan untuk diri dan keluarga pengusaha. Kondisi ini menunjukkan mereka dapat dikategorikan sebagai *necessity-drive entrepreneurship*.

Tingkat pendidikan yang rendah di kalangan responden penelitian menyebabkan hampir 100% responden yang ditemukan terlibat dengan bidang bisnis dalam kategori kerah biru. Selain itu, penelitian juga menemukan sebanyak 30% responden terlibat dalam bisnis yang berpusat layanan. Temuan penelitian dilihat berbeda dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Wehrell &

Fullerton (1994) dan Spiller & Hunneycut (1998). Ulasan mereka menemukan kegiatan HBB banyak diusahakan dalam bidang jasa atau kategori pekerjaan kerah putih. Perbedaan temuan penelitian ini terjadi karena responden yang terlibat dalam penelitian ini adalah pengusaha yang tidak ada persetujuan akademis yang tinggi menyebabkan mereka tidak mampu menjalankan kegiatan bisnis dalam kategori kerah putih seperti yang diperoleh oleh dua studi tersebut.

Selain itu, antara fitur lain yang perlu diberikan perhatian adalah mayoritas responden yang terlibat adalah wanita. Temuan ini adalah sama dengan temuan yang diperoleh oleh Loscoco (2004) yang dilakukannya di New York. Keterlibatan wanita yang banyak dalam HBB karena memungkinkan mereka berada di rumah untuk mengurus keluarga di samping menghasilkan pendapatan melalui bisnis yang dijalankan. Temuan penelitian ini juga sama dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Deschamps & Dart (1998).

Antara fitur lain yang dapat diidentifikasi di kalangan pengusaha HBB di daerah penelitian adalah tujuan mereka terlibat dalam bisnis adalah untuk mendapatkan sumber keuangan untuk kebutuhan hidup. Ini dinyatakan oleh mayoritas responden penelitian dan kondisi ini membuat bisnis melalui HBB sebagai sumber pendapatan utama pengusaha dan keluarganya. Mason, et al., (2010) juga menyatakan bahwa memang banyak pengusaha HBB membuat hasil yang diperoleh dari bisnis sebagai sumber pendapatan utama mereka.

Berdasarkan temuan penelitian, maka dapat diketahui sifat dan ciri pengusaha HBB di daerah penelitian. Hasil perbandingan temuan studi ini dengan temuan penelitian peneliti di luar negeri di temukan HBB di daerah penelitian tidak berbeda dengan HBB di luar negeri. Maka ini dapat menyiratkan bahwa HBB memiliki kelainan dan berbeda dengan bentuk lain dalam keragaman kewirausahaan.

Temuan penelitian ini tidak dapat digunakan untuk menggambarkan kondisi HBB di seluruh Malaysia. Jadi, penelitian yang lebih komprehensif bagi seluruh negeri di Malaysia masih harus dilakukan untuk membangun profil pengusaha HBB di tingkat nasional. Namun, temuan penelitian yang telah diperoleh ini dirasakan cukup untuk memberikan gambaran dan informasi awal tentang kondisi

HBB di Malaysia. Ulasan terkait HBB perlu ditingkatkan lagi karena HBB memiliki kepentingannya yang tersendiri baik kepada individu, masyarakat maupun negara.

#### DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Beale, H. B. R. (2004). *Home-Based Business and Government Regulation: The United States Small Business Administration*.
- Clark, D. N., & Douglas, H. (2013). *Micro-enterprise Growth: Lessons from Home-based Business in New Zealand*. Paper presented at the Small Perusahaan Association of Australia and New Zealand 26th Annual SEAANZ Conference.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2000). *Business Research Method* (7 Ed.). New York: McGraw Hill.
- Degarmo, S. (1996). Micropreneurs: What entrepreneurs can learn from their work-at-home cousins. *Success*, 43, 6.
- Deschamps, M., & Dart, J. (1998). *Women entrepreneurship and home-based business*. Paper presented at the International Council for Small Business, Singapore.
- Duncan B. (1991). A profile of female home-based sewing entrepreneurs who participated in the Mississippi Coperative Extension Service sewing as a business program. Doctoral dissertation, Mississippi State University, Dissertation Abstracts International, 52/05;1664A.
- Field, S. (1998). Home based business careers. In *100 Best careers for the 21st Century*.
- Kroon, J., Aardt, A. v., & Bisage, J. C. (1999). *Profile of women entrepreneurship in home-based clothing manufacturing*. Paper presented at the International Council for Small Business Conference, Naples.
- Loscocco, K., & Smith-Hunter, A. (2004). Women home-based business owners: insights from comparative analyses. *Women in Management Review*, 19(3), 164-173.
- Mankelow, G., Merrilees, B., & Gardoll, H. (1999). *A profile of rural women small business owners: A case study*. Paper presented at the International Council for Small Business Conference, Naples.

- Mason, C., Carter, S., & Tagg, S. (2010). Invisible Businesses: the characteristics of home-based businesses in the United Kingdom. *Regional Studies*, 45(1).
- Mohd, K. M. (1998). *Kaedah Penyelidikan Pendidikan*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa & Pustaka.
- Paul, L. (1996). Homework needed to start home-based business. *The Financial Post*, 48.
- Pierce-Lyons, Ronald (2009) The Home Entrepreneur Systems Model: a grounded theory of home based business needs and practises. PhD thesis, James Cook University.
- Rowe, B., Haynes, G., & Stafford, K. (1999). The contribution of home based business income to rural and urban economies. *Journal of Economic Development*, 13(1), 66-78.
- Sanchez, L., Fiorito, S. S., & He, Y. (1998). An exploration into home-based Business: Data from Textile artist. *Journal of Small Business Management*, 33-43.
- Sayers, J. (2012). Home Based Business, In M.R. Marvel (Ed.) *Encyclopaedia of New Venture Management*. Sage. London.
- SBA. (2016). Home-based Business. from <https://www.sba.gov/starting-business/how-start-business/business-types/home-based-businesses>
- Scarborough, N. M., & Zimmerer, T. W. (2002). *Effective Small Business* (7 ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Sekaran, U. (2000). *Research Method for Business* (3 Ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Shonesy, L., & Gulbro, R. (1998). *Small business success: A review of the literature*. Paper presented at the Association for Small Business & Entrepreneurship, Dallas, Texas.
- Spiller, L. D., & Huneycutt, S. (1998). *Some issues to consider prior to starting a home based business*. Paper presented at the Small Business Institute Director's Association, Santa Fe, New Mexico.
- Standen, P. (1998). *Home-based business: Prospects for growth in Australia*. Paper presented at the International Council for Small Business Conference, Singapore.

- Stanger, A. M. J. (2000). *Determinants of home based business sales performance*. Paper presented at the International Council for Small Business, Brisbane, Queensland.
- Stanger, A. M. J. (1998). *Home-based business marginality: A review of home based business performance and its determinants*. Paper presented at the International Council for Small Business Conference, Singapore.
- Vega, G. (1996). *Women, men and the nature of entrepreneurship*. Paper presented at the United States Association for Small Business & Entrepreneurship, Atlanta, Georgia.
- Walker, E. (2000). *An empirical study of measures of success in micro business*. Paper presented at the International Council for Small Business Conference, Brisbane, Queensland.
- Watkins, D. (1994). *Building the image of a new home based service business*. Paper presented at the Small Business Institute Director's Association Conference, San Antonio, Texas.
- Wehrell, R., & Fullerton, G. (1996). *Competitive advantage and disadvantage in home based business*. Paper presented at the Southwestern Small Business Institute Association Conference, Dallas, Texas.