

Gambaran *Cultural Value* Pada Pedagang Wanita Etnis Madura

Mery Atika¹, Yan Ariyani², Almanif Fatihah Rachman³

¹Prodi Psikologi, FISIB, Universitas Trunojoyo Madura, Jl. Telang PO BOX 02 Kamal, Bangkalan, Indonesia

^{2,3} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Trunojoyo Madura, Madura

Email : mery.atika@trunojoyo.ac.id, yan.ariyani@trunojoyo.ac.id,
210541100041@student.trunojoyo.ac.id

Abstract

The increasing number of MSMEs in various regions is not accompanied by the emergence of innovation. In fact, Madurese women have unique cultural values that interesting to study in relation to innovative work behavior in entrepreneurship. This study aims to reveal a general picture of cultural values and innovative work behavior among Madurese female MSMEs actors through a literature review. The results shows that education, technology, and patriarchical culture have a significant influence on their innovative work behavior.

Keywords: *cultural values; innovative work behavior; Madurese female MSMEs actor*

Abstrak

Peningkatan jumlah UMKM di berbagai daerah tidak diimbangi dengan munculnya inovasi. Padahal, perempuan Madura memiliki *cultural values* yang unik dan menarik untuk diteliti serta berkaitan dengan perilaku kerja inovatif dalam wirausaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap mengenai gambaran umum *cultural values* dan perilaku inovatif pada perempuan etnis Madura pelaku UMKM. Hasilnya menunjukkan bahwa faktor Pendidikan, teknologi, dan budaya patriarki memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku kerja inovatif.

Kata kunci: *cultural values; perilaku kerja inovatif; perempuan etnis Madura pelaku UMKM*

PENDAHULUAN

Akhir-akhir ini Indonesia mengalami lonjakan bisnis UMKM. Data terbaru di tahun 2022 dari BPS, untuk provinsi Jawa Timur terjadi peningkatan sebesar 100.698 usaha mikro, atau berkisar 12,87% dari jumlah UMKM berskala mikro di tahun 2021 yang hanya 681.442 usaha. Jumlah ini tergolong besar mengingat di tahun 2020 hanya ada 720.250 usaha berskala mikro di Jawa Timur. Artinya, di Provinsi Jawa Timur selama rentang waktu 2 tahun terakhir telah ada pertumbuhan usaha mikro sebesar 8,59% atau sekitar 61.881 usaha mikro baru mulai tumbuh dan berkembang di pasar (BPS, 2022). Selain pertumbuhan di sektor UMKM berskala mikro, pertumbuhan UMKM di golongan usaha kecil juga mengalami peningkatan (BPS, 2022). Data BPS di tahun 2022 menyebutkan provinsi Jawa Timur memiliki usaha kecil sebanyak 92.366. Jumlah ini meningkat sebanyak 11.793 usaha, dibandingkan dengan tahun 2021 yang hanya ada 80.573 usaha. Artinya, dalam rentang waktu 1 tahun saja, terjadi pertumbuhan sektor UMKM kategori usaha kecil sebesar 12,7%.

Lonjakan pertumbuhan UMKM ini salah satunya juga terjadi di wilayah Kabupaten Bangkalan. Data RKPD Kabupaten Bangkalan menunjukkan pada tahun 2024 Kabupaten Bangkalan memiliki 166.580 usaha dan sebanyak 57,42% diantaranya dikelola oleh perempuan (DINKOPUM, 2024). Berikut data jumlah pelaku UMKM di Bangkalan:

Tabel 1. Jumlah Pelaku UMKM di Bangkalan

No	Tahun	Jumlah Usaha Mikro
1	2019	221.745
2	2020	128.745
3	2021	156.654
4	2022	166.495
5	2023	166.580

Sumber: Data RKPD Kabupaten Bangkalan 2024

Menurut Bangkalankab.go.id (2023) besarnya jumlah UMKM di Bangkalan menunjukkan bahwa Bangkalan memiliki potensi besar dalam UMKM. Namun, potensi tersebut belum dapat dimanfaatkan dengan maksimal (Wartajakarta.com, 2023). Menurut Wartajakarta.com (2023) kendala yang sering dihadapi oleh pelaku UMKM di Bangkalan berkaitan dengan kemampuan inovasi, salah satunya adalah inovasi pemasaran. Saat ini Indonesia sudah memasuki pasar digital namun masih banyak pedagang UMKM yang belum merambah bisnis ke dunia digital. Akibatnya banyak peluang usaha yang terbuang sia-sia (Wartajakarta.com, 2023).

Pentingnya inovasi dalam dunia usaha juga berkaitan dengan kesanggupan memanfaatkan fasilitas yang ada. Mojok.co (2024), Bangkalan memiliki sentra Industri Kecil Menengah (Sentra IKM) sebagai pusat perdagangan UMKM namun fasilitas tersebut tidak berhasil dimanfaatkan dengan baik oleh para pelaku UMKM. Akibatnya, sentra IKM kini terbengkalai (Mojok.co, 2024). Inovasi suatu produk tidak hanya dilakukan ketika pemasaran, namun juga produksi. Menteri Koperasi dan UMKM Indonesia dalam wawancara bersama Swa.com (2022) menyebutkan bahwa inovasi selama produksi juga penting agar proses produksi bisa maksimal.

Mengatasi masalah tersebut membutuhkan suatu inovasi. Faizaty dan Rivanda (2019) menyebutkan inovasi adalah kesanggupan individu untuk melakukan dan menerapkan hal-hal baru dan berbeda. Inovasi apabila diterapkan di lingkungan kerja disebut perilaku kerja inovatif. De Jong dan Den Hartog (2010) mengartikan perilaku kerja inovatif sebagai sekumpulan aktivitas kerja yang diterapkan secara konstan oleh individu dalam upaya pengembangan sekaligus peningkatan kerja yang lebih fungsional. Menurut De Jong dan Den Hartog (2010), terdapat empat dimensi yang berkaitan dengan perilaku kerja inovatif yaitu *opportunity exploration*, *idea generation*, *championing*, *application*.

Perilaku kerja inovatif berkaitan dengan nilai-nilai budaya atau cultural value. Hofstede (2011) mengartikan cultural value sebagai prinsip-prinsip, kepercayaan, etika,

dan nilai-nilai dominan yang dianut oleh sekelompok orang yang membentuk suatu budaya. Menurut Hofstede (2011) beberapa dimensi yang membentuk cultural value antara lain *power distance*, *uncertainty avoidance*, *individualism vs collectivism*, *masculinity vs femininity*, *long term orientation vs short term orientation*, *indulgence vs restraint*. Teori dari Hofstede (2011) telah dipakai untuk beberapa penelitian mengenai perilaku kerja inovatif dan cultural value. Penelitian yang dilakukan oleh Muzayyanah dan Djudiyah (2024) menyebutkan jika perilaku kerja inovatif berkaitan dengan *long term orientation* atau orientasi jangka panjang. Melalui orientasi jangka panjang, individu cenderung lebih berani mengambil risiko demi terciptanya perilaku kerja inovatif. Sementara itu menurut Zhang, et al., (2023) *power distance* dan *collectivism* berkontribusi pada perilaku kerja inovatif seseorang. Tingkat *power distance* yang rendah mengartikan tingkat kepatuhan yang rendah, sehingga individu lebih bebas berekspresi dan menyampaikan ide inovatif (Zhang, et al., 2023). Sementara itu melalui kolektivisme, anggota akan memiliki kesetiaan yang tinggi terhadap lingkungan kerjanya, sehingga mampu bersikap terbuka dalam menyumbang ide-ide inovatif. (Zhang, et al., 2023). Keterkaitan antara cultural value dan perilaku kerja inovatif juga terlihat dari kontribusi perempuan dalam bekerja.

Di Indonesia, perempuan dan dunia usaha memiliki keterkaitan yang erat. Menurut Maimuna, et al., (2022) keterlibatan perempuan di dalam dunia usaha sering dijumpai dalam bisnis UMKM. Hal ini disebabkan karena perempuan dianggap mumpuni dalam menggeluti bisnis karena cenderung gigih, tangguh, dalam mengatasi risiko bisnis, serta lebih terampil dan terorganisir (Maimuna, et al., 2022). Pandangan ini juga sejalan dengan data di lapangan yang disampaikan oleh Menteri Koperasi dan UKM yaitu sebanyak 64,5% pelaku UMKM di Indonesia didominasi oleh perempuan (koperasi.kulonprogokab.go.id,2021).

Keterlibatan perempuan dalam bisnis UMKM adalah salah satu cara yang tepat untuk memberdayakan potensi perempuan (Maimuna, et al., 2022). Selain memberdayakan potensi perempuan, keterlibatan perempuan dalam bisnis UMKM mampu membuka lapangan kerja baru, mengentaskan kemiskinan, serta menjadi sumber pendapatan bagi keluarga (Maimuna, et al., 2022). Bahkan keterlibatan perempuan mampu menyumbang pendapatan negara. Data di tahun 2019 menunjukkan bahwa terdapat 64 juta UMKM di Indonesia dan sektor UMKM berhasil menyumbang 60,3% pendapatan domestic bruto (PDB) Indonesia (Maimuna, et al., 2022).

Tingginya dominasi perempuan dalam dunia usaha juga dapat dilihat dari banyaknya perempuan etnis Madura yang berdagang. Secara konteks budaya, suku Madura memiliki karakteristik yang khas, terutama dalam bekerja. Menurut Tandelilin, et al., (2021) hal ini tidak terlepas dari faktor geografis serta kegemaran suku Madura dalam

merantau. Kondisi geografis di pulau Madura sebagian besar tandus dan kering, sehingga sangat sulit untuk digunakan sebagai lahan pertanian. Akibatnya, banyak suku Madura yang memutuskan untuk berdagang dan merantau demi mendapat penghidupan yang layak. Budaya kegigihan suku Madura dalam bekerja terlihat dalam peribahasa *abantal omba' asapo' angin* dimana peribahasa ini mengajarkan suku Madura untuk bekerja keras dan gigih dalam bekerja demi mendapatkan kebahagiaan (PCNUSumenep.or.id, 2021). Peribahasa ini juga berlaku bagi perempuan dari suku Madura yang dianggap lebih tangguh dari pada laki-laki (Sunarto, 2019). Bekerja di luar rumah bukan hal asing bagi perempuan Madura sebab perempuan Madura terkenal mandiri (Sunarto, 2019). Perempuan Madura tidak selektif dalam memilih pekerjaan, bahkan rela menjadi *mlijhe*, pedagang sayur keliling yang bekerja dari dini hari hingga dagangannya laku habis (Sunarto, 2019).

Berdasarkan penjelasan tersebut diketahui bahwa etnis Madura memiliki potensi UMKM yang belum dimaksimalkan dengan baik, karena memiliki permasalahan terkait inovasi. Selain itu, perempuan Madura memiliki karakteristik yang khas dalam bekerja, menjadikannya sebagai suku yang unik dibandingkan suku lain di Indonesia. Melalui latar belakang permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *cultural value* dan perilaku kerja inovatif terutama pada perempuan pelaku UMKM di Bangkalan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui mengenai gambaran *cultural value* pada pedagang Wanita etnis Madura.

METODE

Penelitian ini menggunakan *literature review* sebagai metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Pemilihan metode ini didasarkan pada tujuan penelitian ini yang ingin melihat secara mendalam dan teoritis mengenai gambaran dari *cultural value* dan perilaku kerja inovatif pada perempuan pelaku UMKM di Bangkalan. Synder (2019) mengartikan *literature review* sebagai salah satu teknik penelitian yang dilakukan melalui pengumpulan informasi serta pengambilan kesimpulan hasil penelitian terdahulu serta melakukan analisa dan dituliskan dalam bentuk sebuah teks. Menurut Synder, teknik *literature review* bermanfaat dalam membantu memahami perkembangan ilmu pengetahuan, referensi dalam merumuskan kebijakan, memicu timbulnya ide penelitian baru, serta pedoman untuk penelitian selanjutnya. Secara khusus, penelitian ini menggunakan pendekatan *semi-systematic*, yaitu pendekatan yang dilakukan untuk memecah kerumitan yang ada dalam tema penelitian menjadi lebih sederhana (Synder, 2019).

Menurut Synder (2019) terdapat beberapa tahapan dalam *literature review*. Pertama, merancang ulasan. Pada tahap ini peneliti memilih tema dan tujuan penelitian,

yaitu *cultural value* dan perilaku wirausaha pada pedagang wanita etnis Madura. Di tahap ini peneliti mulai mencari referensi terkait dari berbagai sumber seperti jurnal dan referensi secara *online* di berbagai situs. Tahap kedua meliputi melakukan tinjauan, dimana peneliti memilah referensi yang didapatkan agar sesuai dengan topik penelitian. Referensi yang terpilih akan dibaca kembali secara mendalam untuk dianalisis. Tahap ketiga adalah analisis. Pada tahap ini peneliti akan mengambil poin-poin penting dari masing-masing referensi. Tahap keempat adalah menuliskan ulasan. Ini merupakan tahap terakhir dimana peneliti akan menuliskan hasil analisis secara naratif mengenai topik penelitian yang telah ditentukan.

HASIL

Setelah melewati serangkaian tahapan *literature review* seperti yang disampaikan oleh Synder (2019), maka terpilih enam artikel yang berkaitan dengan tema pembahasan pada penelitian ini. Berikut ini adalah tabel hasil *literature review* yang telah disusun oleh peneliti untuk mempermudah perbandingan

Tabel 2. Tabel Hasil Literature Review

Judul, Penulis, Tahun Terbit	Lokasi Penelitian	Subjek Penelitian	Desain Penelitian	Instrumen Pengukuran	Hasil/Temuan Utama
The decision taken by the SME Kopi Malam Jumat (Friday Night Coffee) towards improving their culture by adopting E-Commerce as a vehicle towards internationalisation Kurniawati, E., & Ananda, K.S. (2020).	Surabaya Timur	Pemilik usaha Kopi Malam Jumat, khususnya yang berasal dari suku Madura	Menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan metode deskriptif analisis. Teori yang digunakan adalah teori <i>cultural value</i> milik Hofstede	Sumber data didapatkan dari wawancara dengan pelaku UMKM Kopi Malam Jumat. Data yang didapatkan akan diolah memakai teknik membaca secara cermat dan berulang, melakukan identifikasi, menyeleksi, serta membuat kesimpulan atas apa yang disampaikan responden.	Pada bisnis UMKM Kopi Malam Jumat, masih banyak yang menetapkan batasan atau hirarki yang jelas antara pemilik usaha dan pegawai, sehingga setiap keputusan ditentukan oleh pemilik usaha, tanpa melibatkan pegawai. Pemilik usaha cenderung hati-hati dalam mengambil langkah pengembangan bisnis memakai E-Commerce. Hal ini diperkuat dengan karakter

					orang Madura yang enggan merubah cara mereka dalam melakukan sesuatu.
<p>The influence of community support on the sustainability of MSMEs in the digital era</p> <p>Metris, D., Kraugusteeliana, K., Amory, J. D. S., Mustafa, F., & Risdwiyanto, A. (2024)</p>	Indonesia	Komunitas, Pelaku UMKM	Desain penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode kajian pustaka	Data didapatkan dari tinjauan pustaka dari berbagai sumber antara tahun 2009-2023.	Komunitas dan masyarakat memiliki peran penting dalam menjaga eksistensi UMKM. Peningkatan kesadaran akan pentingnya UMKM dapat membantu UMKM dapat bertahan serta mengembangkan bisnisnya menjadi lebih baik.
<p>Mengungkap perilaku inovatif 3 etnis wanita pedagang di Surabaya</p> <p>Agustina, T.S. (2014).</p>	ITC Mega Grosir Surabaya	Pedagang jenis konveksi beretnis Jawa, Madura, dan Tionghoa. Total sampel sebanyak 394 responden	Digunakan pendekatan kuantitatif dengan uji analisis ANOVA (F-Test).	Menggunakan alat ukur aspek-aspek perilaku inovatif yang dikembangkan oleh Kleysen dan Street (2001).	Terdapat perbedaan signifikan dalam eksplorasi, menghasilkan ide, melakukan percobaan, mencari dukungan dan penerapan pada wanita pedagang di ITC Mega Grosir Surabaya berdasarkan etnis. wanita pedagang etnis tionghoa memiliki unsur perilaku inovatif paling tinggi dan wanita dari suku Madura memiliki

					unsur-unsur perilaku inovatif paling rendah.
Pengaruh perilaku inovatif pada keberhasilan womenpreneur etnis Madura sebagai pedagang pakaian jadi Agustina, T.S. (2020)	ITC Mega Grosir di Surabaya	Sampling yang digunakan adalah <i>snowball sampling</i> dengan total responden mencapai 95 responden	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan pengumpulan data melalui kuesioner	Tidak disebutkan instrument penelitian secara spesifik. Hanya menyebutkan jika data diambil menggunakan kuesioner	Perilaku inovatif secara parsial berpengaruh terhadap keberhasilan womenpreneur etnis Madura, hanya terbukti pada mental juara dan pengaplikasian. Sementara itu pada eksplorasi peluang, menghasilkan ide dan uji coba tidak terbukti.

Sumber: Diolah pribadi

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil *literature review* yang telah dilakukan oleh peneliti, ditemukan empat referensi yang memiliki tema penelitian yang serupa yaitu *cultural value*, perilaku kerja inovatif, dan UMKM. Walaupun begitu, pada beberapa penelitian terdapat perbedaan dalam teknik pengumpulan data. Namun pada penelitian dengan konteks yang serupa, ditemukan suatu persamaan yaitu *cultural value* dan perilaku kerja inovatif memiliki keterkaitan dan suku Madura memiliki permasalahan dalam perilaku kerja inovatif.

Penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati dan Ananda (2020) menyebutkan bahwa terdapat nilai budaya *power distance* yang tinggi, dimana terdapat batasan hirarki yang jelas antara pemilik usaha dan pegawai serta setiap pengambilan keputusan hanya dilakukan oleh pemilik usaha tanpa melibatkan pegawai. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Utama (2017) dimana skor *power distance* di Indonesia tergolong tinggi yaitu 78. Menurut Utama (2017) tingginya hasil tersebut mengindikasikan bahwa ketergantungan masyarakat pada hirarki, tidak adanya pembagian yang setara mengenai hak dan kewajiban antara pemegang usaha dan karyawan, serta adanya kontrol dalam manajemen, telah menjadi nilai-nilai budaya masyarakat Indonesia yang dinampakkan dalam perilaku sehari-hari. Pengambilan kesimpulan ini didasarkan pada definisi dari *cultural value* menurut Hofstede (2011) yaitu prinsip-prinsip, kepercayaan, etika, dan nilai-nilai dominan yang dianut oleh sekelompok

orang yang membentuk suatu budaya. Artinya, tingginya skor *power distance* di Indonesia juga tergambar dalam *cultural value* budaya Madura.

Adanya kontrol penuh dalam manajemen usaha ditunjukkan melalui pengambilan keputusan yang berkaitan dengan inovasi. Pada penelitian yang dilakukan oleh Kurniawati dan Ananda (2020) menunjukkan bahwa pengambilan keputusan hanya dilakukan oleh pemilik usaha tanpa melibatkan karyawan. Sementara itu, dalam menentukan apakah harus berinovasi atau tidak, pemilik usaha Kopi Malam Jumat cenderung berhati-hati dengan mempertimbangkan berbagai faktor tertentu (Kurniawati dan Ananda, 2020). Menurut Kurniawati dan Ananda (2020) pelaku UMKM suku Madura memiliki karakter enggan merubah cara mereka dalam melakukan sesuatu. Keengganan pelaku UMKM di Madura untuk merubah cara mereka dalam melakukan sesuatu berkaitan dengan karakteristik *cultural value* di Madura. Samudji, et al., (2017) menyebutkan suku Madura memiliki karakter *gherra*, yaitu cenderung kaku dan kasar dalam berperilaku. Selain itu, suku Madura juga terkenal *koko*, yaitu memegang teguh hal yang diyakini seperti keyakinan, perkataan, pemikiran, dan pandangan.

Menurut Agustina (2014) rendahnya perilaku inovasi perempuan Madura dalam bekerja terjadi akibat adanya budaya patriarki yang masih kental dan mengakar di masyarakat. Perempuan Madura memiliki tanggung jawab tinggi terhadap keluarga dimana sebagian besar kepentingan mengenai rumah tangga dibebankan kepada perempuan. Apabila suami perempuan Madura merantau, maka perempuan Madura memiliki tanggung jawab untuk ikut memberi nafkah (Agustina, 2014). Tanggung jawab yang dibebankan kepada perempuan Madura selama berdagang mengakibatkan sulitnya perempuan Madura untuk fokus dan melakukan inovasi sebagai bentuk pengembangan bisnisnya (Agustina, 2014). Pengambilan keputusan untuk bekerja sebagai pedagang juga didasarkan pada dorongan aktualisasi diri (Ansori, 2009). Sehingga untuk memenuhi dorongan agar dihargai oleh masyarakat, tidak sedikit perempuan Madura yang memutuskan untuk bekerja dan menafkahi keluarga (Ansori, 2009).

Selain faktor budaya patriarki, faktor tingkat pendidikan juga mempengaruhi budaya kerja perempuan pelaku UMKM etnis Madura, terutama pada perilaku kerja inovatif. Penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2020) menyebutkan bahwa tingkat pendidikan mempengaruhi perilaku kerja inovatif seseorang. Hammond, et al., (2011) menjelaskan bahwa pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh seseorang dapat membantu dalam membangun dan mengintegrasikan gagasan, fakta, serta peluang dan dapat menciptakan ide-ide inovatif untuk mengatasi permasalahan. Penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2014) juga menyatakan bahwa perempuan pelaku UMKM dari suku Madura cenderung mengabaikan kelayakan bisnis, sehingga perhitungan bisnis yang dilakukan hanya sebatas agar bisnis tidak mengalami kerugian. Menurut Agustina (2014)

selama ketersediaan barang dan tersedia peluang pemasaran maka bisnis dapat tetap dijalankan.

Faktor rendahnya tingkat pendidikan pada perempuan pelaku UMKM di Madura juga mempengaruhi mereka dalam memanfaatkan teknologi sebagai media inovasi. Susanti (2017) menyebutkan penyebaran produk dan barang yang belum menyeluruh dan menjangkau berbagai kalangan disebabkan karena belum dilakukannya pemasaran dan penjualan produk secara *online*. Menurut Susanti (2017) faktor yang menyebabkan terjadinya hal tersebut adalah pendidikan, terutama mengenai pemanfaatan teknologi. Mulyana (2000) menyebutkan bahwa pendidikan adalah bagian dari kebudayaan, yang mencakup pengetahuan, kepercayaan, seni, moralitas, hukum, adat, norma, dan kebiasaan yang timbul akibat dari perilaku-perilaku tertentu yang dipelajari secara turun temurun oleh masyarakat. Oleh sebab itu dibutuhkan pengetahuan pemanfaatan teknologi sebagai media inovasi dengan mengacu kepada budaya di wilayah tersebut.

Pemanfaatan media sebagai sarana inovasi juga dikaji oleh Metris, *et al.*, (2024) pada penelitiannya, Metris, *et al.*, (2024) menyebutkan untuk mempertahankan UMKM di era digital dibutuhkan dukungan serta kerja sama dari berbagai pihak, termasuk dari masyarakat. Menurut Metris, *et al.*, (2024) dengan mengunggah foto maupun video mengenai UMKM dapat menjadi kontribusi dalam mempertahankan eksistensi UMKM secara non material. Peran lain yang dapat dilakukan menurut Metris, *et al.*, (2024) adalah penyediaan modal, peningkatan kualitas produk, serta pelatihan dan Pendidikan untuk menunjang kemajuan UMKM.

Perilaku kerja inovatif perempuan suku Madura pelaku UMKM dapat dikaji menggunakan teori De Jong dan Den Hartog (2010). De Jong dan Den Hartog (2010) mendefinisikan perilaku kerja inovatif sebagai sekumpulan aktivitas kerja yang diterapkan secara konstan oleh individu dalam upaya pengembangan sekaligus peningkatan kinerja yang fungsional. Menurut De Jong dan Den Hartog (2010) terdapat empat dimensi dari perilaku kerja inovatif. Pertama, *opportunity exploration*, yaitu tahap dimana individu mulai menganalisa permasalahan yang membutuhkan ide-ide inovatif sebagai alternatif penyelesaian. Kedua, *idea generation*, yaitu tahap dimana individu mulai mensosialisasikan ide inovatifnya kepada orang lain. Ketiga, *championing*, yaitu fase dimana ide inovatif telah matang secara konsep dan individu mulai mencari bantuan orang lain untuk menerapkan ide inovatif tersebut. Keempat, *application*, yaitu tahap dimana ide-ide inovatif telah diaplikasikan secara sistematis dan berkelanjutan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2014) perempuan suku Madura yang bekerja sebagai pelaku UMKM memiliki tingkat *opportunity exploration* dan *idea generation* yang rendah. Hal ini salah satunya disebabkan karena faktor pendidikan (Agustina, 2014). Selain itu, faktor patriarkis serta beban tanggung jawab yang

tinggi menghambat perempuan pedagang dari suku Madura untuk berinovasi. Namun, pada dimensi *championing* dan *application* perempuan pedagang suku Madura memiliki nilai yang tinggi (Agustina, 2014). Hal ini disebabkan karena kegigihan dan kemandirian perempuan Madura dan keengganan untuk bergantung pada orang lain. Menurut Samudji, *et al.*, (2017) karakteristik ini dikenal dengan nama *ejhin*. Sementara itu menurut Purhantara (2010) masyarakat Madura meyakini bahwa kerja keras dan gigih dalam bekerja adalah kewajiban. Hal ini sesuai dengan peribahasa *kar-kar colpe*, yang berarti masyarakat Madura akan terus bekerja keras dan gigih dalam bekerja, seperti ayam yang akan terus mengais tanah untuk mencari makan walau hasil yang didapat hanya sedikit (Purhantara, 2010).

Berdasarkan pembahasan tersebut maka diketahui gambaran mengenai *cultural value* pedagang wanita etnis Madura. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan berupa pencarian referensi terkait *cultural value* terutama pada konteks UMKM yang menggunakan teori Hofstede sehingga tidak banyak literatur yang dapat dianalisis. Kedua, penelitian ini menggunakan literatur dengan konteks perempuan Madura secara umum, tidak mengacu kepada satu wilayah tertentu di pulau Madura atau wilayah lain. Akibatnya, hasil literatur yang didapatkan juga mengacu kepada karakteristik secara umum. Akan sangat mungkin terjadi pendalaman pembahasan apabila wilayah yang diteliti juga spesifik.

SIMPULAN

Pedagang perempuan suku Madura memiliki karakteristik yang khas dan unik, yang membedakannya dengan suku lain. Hasil penelitian menunjukkan perilaku wirausaha pedagang wanita etnis Madura tergolong rendah. Hal ini disebabkan karena tingkat pendidikan yang rendah, ketidakmampuan dalam menguasai teknologi, budaya patriarkis dan tanggungan keluarga. Internalisasi budaya Madura sebagai *cultural value* juga mempengaruhi perilaku kerja inovatif yang ditunjukkan.

Penelitian ini juga memiliki keterbatasan berupa mencari literatur terkait mengenai *cultural value* Hofstede pada konteks UMKM. Selain itu, konteks penelitian ini mengkaji pedagang perempuan suku Madura secara umum, tanpa mengaitkan dengan wilayah manapun. Akan sangat memungkinkan jika penelitian dilakukan dengan konteks wilayah yang spesifik maka akan didapatkan hasil mengenai *cultural value* dan perilaku kerja inovatif yang lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, T. S. (2014). Mengungkap Perilaku Inovatif 3 Etnis Wanita Pedagang Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Teori & Terapan*, 7(1), 23-37.

- Agustina, T. S. (2020). Pengaruh Perilaku Inovatif Pada Keberhasilan Womenpreneur Etnis Madura Sebagai Pedagang Pakaian Jadi. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 3(2), 153-161.
- Anshori, I. (2009). Dual Role conflict of Small Business Women Entrepreneur in Madura. *Proceeding of ICES-School of Business Management, Bandung Institute of Technology*.
- Auliviya, A.W. (2022). *Inovasi dalam Sains dan Teknologi Kunci Pelaku UMKM Bisa Bertahan*. Agustus 2024, <https://swa.co.id/read/376154/inovasi-dalam-sains-dan-teknologi-kunci-pelaku-umkm-bisa-bertahan>
- BPS. (2022). *Jumlah Industri Skala Mikro dan Kecil Menurut Provinsi*. Agustus 2024, <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDQwIzI=/jumlah-perusahaan-menurut-provinsi.html>
- Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur. (2024). *Statistik Data UMKM Nasional*. Agustus 2024, https://data.diskopukm.jatimprov.go.id/satu_data/statistik
- De Jong, J., & Den Hartog, D. (2010). Measuring Innovative Work Behaviour. Creativity and Innovation Management, 19, 23-36. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2010.00547.x>
- Faizaty, N. E., & Rivanda, N. O. (2019). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Otokratis terhadap Perilaku Inovatif Karyawan UMKM Batik Ghatot Tuban. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 20(2), 09-17.
- Firdausi. (2021). *Abantal Omba' Asapo Angin, Motto Nelayan Madura*. Oktober 2024, <https://pcnusumenep.or.id/abantal-omba-asapo-angin-motto-nelayan-madura/>
- Hammond, M. M., Neff, N. L., Farr, J. L., Schwall, A. R., & Zhao, X. (2011). Predictors Of Individual-Level Innovation At Work: A Meta-Analysis. *Psychology of aesthetics, creativity, and the arts*, 5(1), 90.
- Hidayatullah, Y. (2023). *Urus HAKI, UMKM di Bangkalan Dapat Perlindungan Hukum dari Kanwil Kemenkumham Jatim*. Agustus 2024, <https://bangkalankab.go.id/read/berita/4669-urus-haki-umkm-di-bangkalan-dapat-perlindungan-hukum-dari-kanwil-kemenkumham-jatim>
- Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2, 8. <http://dx.doi.org/10.9707/2307-0919.1014>
- Koperasi Kabupaten Kulonprogo. (2021). *Menteri Teten: Jumlah Kewirausahaan Perempuan Perlu Ditingkatkan*. Oktober, 2024, <https://koperasi.kulonprogokab.go.id/detil/1030/menteri-teten-jumlah-kewirausahaan-perempuan-perlu-ditingkatkan>
- Kurniawati, E., & Ananda, K. S. (2019). The decision taken by the SME Kopi Malam Jumat (Friday Night Coffee) towards improving their culture by adopting E-Commerce as a vehicle towards Internationalisation. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9, 1-11.

- Maimuna, Y., Limbong, D., & Pracita, S. (2022). Meningkatkan keterlibatan perempuan dalam pengembangan UMKM berbasis pengetahuan khas perempuan Kota Kendari. *Jurnal Ekonomi*, 27(3), 399-416.
- Metris, D., Kraugusteeliana, K., Amory, J. D. S., Mustafa, F., & Risdwiyanto, A. (2024). The Influence of Community Support on the Sustainability of MSMEs in the Digital Era. *Jurnal Terobosan Peduli Masyarakat (TIRAKAT)*, 1(1), 21-29.
- Mulyana. (2000). Perempuan Madura Pesisir Meretas Budaya Mode Patriarkate. *Jurnal Karsa*, 19(2)
- Muzayyanah, N., & Djudiyah. (2024). Exploring the Differences in Innovative Work Behavior and Workforce Agility Between Korean and Indonesian Employees: A Cross-cultural Study in a South Korea FDI Company. *KnE Social Sciences*, 217-232.
- Purhantoro, W. (2010). Perilaku Usaha Pada Masyarakat Madura Perantauan Di Kabupaten Sleman. *Jurnal Solusi*, 5.
- Rohman, A. (2024). *Sentra IKM Bangkalan Madura Proyek Gagal Total, Kalah sama Rest Area BUMDes Burneh*. September 2024, <https://mojok.co/terminal/sentra-ikm-bangkalan-madura-gagal-kalah-sama-rest-area-bumdes-burneh/>
- Samudji, S., Haryono, A., & Sofyan, A. (2017). The Values of Nationalism and Behavioral Conducts in Madurese Local Wisdom (MLW). *The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*, 4(9), 4001–4012 <https://doi.org/10.18535/ijsshi/v4i9.17>
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of business research*, 104, 333-339.
- Susanti, G. A., Qomariah, N., & Anwar, A. (2017). Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Di Cafe Cangkir Klasik Jember. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 2(2), 154-167.
- Sunarto. (2019). *Etos Kerja Wanita Madura*. September 2024, <https://aktivita.co.id/etos-kerja-wanita-madura/>
- Tandelilin, E., Ratmawati, D., & Agustina, T. S. (2021). An exploration of ethnic entrepreneurial values and characteristics in MSEs. *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, 13(2), 148-162.
- Utama, Y. Y. (2017). Analisis Pengaruh Budaya & Keluarga Terhadap Orientasi Wirausaha Orang Muda Di Indonesia Dan Malaysia. *Modus*, 29(2), 157-175.
- Yasran, K. (2023). *Potensi UMKM di Madura Sangat Besar Karena Ditopang dari Potensi Alam dan Kondisi Pasar*. Agustus 2024, <https://wartajakarta.com/potensi-umkm-di-madura-sangat-besar-karena-ditopang-dari-potensi-alam-dan-kondisi-pasar/>
- Zhang, W., Zeng, X., Liang, H., Xue, Y., & Cao, X. (2023). Understanding how organizational culture affects innovation performance: A management context perspective. *Sustainability*, 15(8), 6644.