

## UPAYA SEORANG ISTRI MEMBANTU PEREKONOMIAN KELUARGA (EXPERIENTIAL LEARNING PADA PENGUSAHA WANITA YANG MENGGUNAKAN MEDSOS LAWAS FACEBOOK)

Siti Raudhatul Jannah<sup>1</sup>, Yanladila Yeltas Putra<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Negeri Padang, Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus Air Tawar, Padang, Sumatera Barat, Indonesia  
Email: [sitiraudhatuljh08@gmail.com](mailto:sitiraudhatuljh08@gmail.com)

---

### Article History

Received: 22-10-2024

Revision: 08-11-2024

Accepted: 12-11-2024

Published: 13-11-2024

**Abstract.** The increasing demands of life have made many housewives take creative economic steps to support their family's financial needs, especially in the condition of their husbands with limited income. One way is to open an online business through social media. This study aims to find out how experiential learning in a female entrepreneur who still uses old social media, namely Facebook, to trade her goods as a form of her efforts to help her family's economy. This research is qualitative research with a phenomenological approach. Data collection uses in-depth interviews on the subjects. Data analysis uses qualitative data analysis consisting of data reduction, data presentation, and conclusion drawn. This study found three major themes with nine sub-themes related to experiential learning. Experience before migrating with the sub-themes of independence, work spirit, and entrepreneurial spirit. Furthermore, the experience when migrating with the sub-themes of hard work, boss trust, and working while studying. Entrepreneurial experience with the background sub-theme of starting a business, starting a business, and managing a business. From the application of experiential learning, good psychological effects on the subject such as self-efficacy, resilience, and work-life balance are formed.

**Keywords:** Experiential Learning, Women Entrepreneurs, Facebook

**Abstrak.** Tuntutan hidup yang semakin meningkat membuat banyak ibu rumah tangga mengambil langkah ekonomi kreatif untuk mendukung kebutuhan finansial keluarga mereka terutama pada kondisi suami dengan kondisi pendapatan terbatas. Salah satu caranya adalah membuka bisnis online melalui media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *experiential learning* pada seorang pengusaha wanita yang masih menggunakan *medsos* lawas yaitu *facebook* untuk memperjualbelikan barangnya sebagai bentuk upaya nya membantu perekonomian keluarganya. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Pengumpulan data menggunakan wawancara secara mendalam pada subjek. Analisis data menggunakan analisis data kualitatif yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini menemukan tiga tema besar dengan sembilan sub tema yang berkaitan dengan *experiential learning*. *Experience* sebelum merantau dengan sub tema mandiri, semangat bekerja, dan jiwa berwirausaha. Selanjutnya *experience* saat merantau dengan sub tema pekerja keras, kepercayaan bos, dan bekerja sambil kuliah. *Experience* berwirausaha dengan sub tema latar belakang memulai usaha, memulai usaha, dan mengelola usaha. Dari penerapan *experiential learning* tersebut membentuk efek psikologis yang baik pada diri subjek seperti *self-efficacy*, resiliensi, dan *work life balance*.

**Kata Kunci:** *Experiential Learning*, Pengusaha Wanita, *Facebook*

---

**How to Cite:** Jannah, S. R & Putra, Y. Y. (2024). Upaya Seorang Istri Membantu Perekonomian Keluarga (*Experiential Learning* pada Pengusaha Wanita Yang Menggunakan Medsos Lawas *Facebook*). *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 5 (6), 6853-6864. <http://doi.org/10.54373/imeij.v5i6.2040>

---

## PENDAHULUAN

Pada era modern ini, banyak ibu rumah tangga yang mengambil langkah ekonomi kreatif untuk mendukung kebutuhan finansial keluarga mereka. Misalnya seperti membuka bisnis online yang dapat dikerjakan tanpa meninggalkan rumah. Salah satu fenomena yang terjadi di kota Bukittinggi yaitu seorang ibu rumah tangga yang memutuskan untuk membuka usaha yaitu bisnis online daster dan baju main anak-anak karena suaminya memiliki pekerjaan dengan pendapatan terbatas yaitu seorang satpam. Maryasih (2021) mengemukakan faktor yang memotivasi wanita untuk berwirausaha salah satunya adalah *the housewife refugee* yang berarti seorang ibu rumah tangga yang awalnya hanya fokus mengurus anak dan rumah tangganya, lalu mencoba membantu suaminya dalam hal ekonomi keluarga karena kebutuhan anak yang semakin dewasa semakin meningkat.

Mendirikan usaha tentu harus memiliki kesiapan yang matang agar usaha tersebut dapat berkembang dan sukses. Menurut Apriyanti (2020) dalam membuka suatu usaha diperlukan 4 hal yaitu berpikir strategis, pengalaman, kesiapan diri, dan sumber daya yang dimiliki. Dari 4 hal tersebut kita dapat melihat tingkat keterlibatan seseorang dalam suatu aktivitas bisnis yang nantinya akan menentukan seberapa banyak pengetahuan keterampilannya mengelola suatu usaha. Proses pembelajaran ini akan membantu wirausaha untuk mengaitkan pembelajaran yang sudah dipelajarinya dengan pengalaman yang sudah ada sehingga individu tersebut memiliki landasan dalam membuka suatu usaha. Hal ini sesuai dengan wawancara dengan N, ia mengatakan bahwa:

“Akak lah banyak mancubo karajo mulai dari anak buah urang sampai karajo kantoran. Salamo itu akak selalu berusaha semaksimal mungkin mengerahkan kemampuan akak, jadi dari itu akak selalu belajar-belajar dan belajar jo mengumpulkan pengalaman. Setelah menikah barulah akak memutuskan untuk mendirikan usaho ko.” (Wawancara tanggal 30 September 2023).

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, didapatkan informasi bahwa subjek melakukan usaha *live streaming facebook* ini selama kurang lebih 5 tahun. Subjek memulai dengan menjual pakaian main anak-anak hingga akhirnya berfokus pada pakaian daster harian dan mendekati hari raya menjual pakaian anak-anak sebagai tambahan karena terkendala baju anak yang musiman. Subjek memulai usaha ini dengan berbagai alasan yaitu berhenti bekerja dari tempat kerja sebelumnya, pengalaman bekerja yang banyak, ketertarikan melihat grup jual beli di *facebook* serta ia ingin tetap bekerja untuk membantu perekonomian keluarganya serta dari kesuksesannya mengelola usaha akan meningkatkan martabat suaminya karena kondisi pekerjaan suaminya yang hanya seorang satpam. Pengalaman dalam bekerja serta pembelajaran tentang bisnis, menghantarkan kesuksesan pada bisnis yang didirikan saat ini.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Pendekatan fenomenologis merupakan suatu pendekatan yang mengutamakan pencarian inti makna dari suatu fenomena yang terjadi pada diri individu dan mengapa hal tersebut bisa terjadi (Creswell, 2007). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara mendalam dengan *guideline* wawancara sesuai dengan topik penelitian, observasi, rekaman, catatan, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu menurut Miles, Huberman & Saldana (2014) yang dibagi menjadi 3 tahapan yaitu kondensasi data, penyajian data, dan menarik dan memverifikasi kesimpulan. Data duji keabsahannya menggunakan teknik triangulasi data yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu.

## HASIL DAN DISKUSI

Adapun hasil temuan yang didapat dari subjek penelitian berdasarkan analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti dirangkum dalam tabel berikut:

**Tabel 1.** Tema penelitian

<b>Tema Besar</b>	<b>Sub Tema</b>
<i>Experience</i> sebelum merantau	Mandiri Semangat bekerja Jiwa Berwirausaha
<i>Experience</i> merantau	Pekerja keras Kepercayaan bos Bekerja sambil kuliah
<i>Experience</i> berwirausaha	Latar belakang memulai usaha Memulai usaha Mengelola usaha

### Mandiri

Subjek pada penelitian ini harus berusaha mandiri sebagai bentuk responnya terhadap krisis yang menimpanya yaitu kehilangan ayahnya yang bertugas sebagai tulang punggung keluarganya. Penelitian dari Yuliawati et al. (2007) mengatakan bahwa perubahan positif yang terjadi setelah anak kehilangan figur ayah adalah pribadi lebih tegar, mandiri, rohani, dan patuh pada ibu. Subjek memutuskan untuk mandiri dalam mencari uang untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Hal ini sejalan dengan penelitian tentang resiliensi oleh (Putri & Laeli, 2024), yang menyatakan bahwa pada remaja terdapat berbagai macam komponen resiliensi yang mana salah satunya adalah kemandirian, yang digunakan sebagai cara untuk mengatasi keadaan yang penuh tekanan.

### **Semangat Bekerja**

Setelah mengalami kejadian berduka tersebut, subjek mengambil langkah untuk bertahan dengan cara menunjukkan semangatnya dalam bekerja untuk memenuhi kebutuhannya sendiri karena tidak ingin merepotkan ibunya. Subjek akan bekerja di waktu luangnya dengan cara pergi *baparak* atau mencari sayur paku untuk dijual kembali. Hal ini memperkuat *self efficacy* pada diri subjek. *Self efficacy* menurut (Bandura, 1997) merupakan penilaian seseorang terhadap kemampuan yang dimilikinya untuk dapat menghasilkan tingkat kinerja yang sudah ditentukan terhadap suatu peristiwa di hidupnya. Kemampuan subjek yang sudah terlibat dalam aktifitas ekonomi semenjak kecil akan membentuk karakter yang tangguh dan mandiri pada diri subjek.

### **Jiwa Berwirausaha**

Orang tua subjek merupakan seorang wirausahawan dimana ayahnya memiliki usaha sepatu dan baju, lalu ibunya memiliki usaha makanan yaitu lontong. Individu belajar melalui pengamatan dan peniruan perilaku dari orang-orang di sekitarnya, terutama dari figur penting seperti orang tua, sesuai dengan teori *modelling* dari Bandura ( dalam Nabavi & Bijandi, 2012).

### **Pekerja Keras**

Subjek merupakan seseorang yang pekerja keras. Setelah tamat SMA ia memutuskan untuk merantau ke Bukittinggi dan mencari pekerjaan disana agar mandiri secara finansial. Ketika sampai di Bukittinggi ia tidak langsung mendapatkan pekerjaan tetapi baru mendapatkannya setelah berkeliling selama tiga hari. Proses yang dialami subjek memperlihatkan resiliensinya dalam bertahan dan berkembang di situasi yang baru. Hal ini diperkuat dengan teori resiliensi oleh Connor & Davidson (2003) yang menyatakan salah satu aspek resiliensi adalah kompetensi personal, dimana subjek merasa mampu mencapai apa yang diinginkannya walaupun dalam kondisi kemunduran atau kegagalan.

Ada bermacam-macam pengalaman bekerja subjek dari berbagai sektor yaitu sebagai karyawan toko di toko seprai dan aksesoris. Lalu sebagai *beauty advisor* di beberapa *brand* kosmetik seperti viva, pradasari, dan mustika ratu dan yang terakhir adalah menjadi karyawan di perusahaan keuangan. Banyaknya pengalaman bekerja seseorang akan meningkatkan kinerjanya dalam menyelesaikan suatu persoalan sesuai dengan kemampuannya (Ilham, 2022). Pada saat itu subjek mendapatkan banyak pembelajaran dari pekerjaannya terutama di bidang pemasaran. BA dan menjadi karyawan toko erat kaitannya dengan bagaimana cara agar konsumen mau membeli produk yang kita tawarkan. Seorang *beauty advisor* yang melakukan

interaksi dengan konsumen, membutuhkan strategi komunikasi pemasaran yang baik yang mana hal tersebut harus dimiliki oleh setiap *beauty advidor* (Riswanto, 2022). Selanjutnya, subjek mengatakan pengalamannya bekerja di perusahaan keuangan tersebut membuatnya dapat lebih mudah dalam mengatur keuangannya dalam menjalankan usaha saat ini. Dari segala bentuk pengalaman baik secara langsung maupun tidak langsung yang didapatkan subjek selama bekerja di luar, membuat subjek memiliki ilmu ketika mendirikan usahanya.

Disamping pekerjaan utamanya, subjek juga pernah melakukan 2 pekerjaan sampingan yaitu menjadi *reseller* dan membuka usaha sambal 5.000. Usaha yang dilakukan subjek ini didorong oleh motivasi dari dalam diri subjek untuk dapat menambah penghasilan. Pengalaman ini juga dapat meningkatkan *self efficacy* subjek dalam mengambil inisiatif dan mengelola bisnis secara mandiri. Lalu pekerjaan sampingan lain yang pernah dilakukan subjek yaitu usaha sambal 5.000. Subjek memulai bisnis kecil-kecilan dengan memperkerjakan satu orang karyawan untuk menjajakan usahanya. Subjek melakukan sistem bagi hasil dengan karyawannya, dimana pemilik usaha mendapatkan uang sebanyak 4.000 dan karyawan mendapatkan uang sebanyak 1.000 untuk setiap *pieces* sambal yang terjual.

### **Kepercayaan**

Subjek selama bekerja menjadi karyawan di salah satu toko, ia sudah menjadi orang kepercayaan bos nya. Subjek merupakan orang yang mampu meningkatkan omset di toko tempatnya bekerja. Kotler & Keller (2012) menyatakan bahwa meyakinkan pelanggan untuk berbelanja adalah keterampilan penting bagi karyawan untuk meningkatkan omset dan penjualan. Salah satu komponen kunci dari omset yang tinggi adalah mengembangkan hubungan positif dengan pelanggan. Karena meningkatnya rasa kepuasan dan motivasi pembeli untuk melakukan lebih banyak pembelian, kemampuan ini tidak hanya meningkatkan loyalitas pelanggan tetapi juga meningkatkan omset toko.

### **Strategi Pemasaran yang Efektif**

Menurut Sugiana & Musty (2023) referensi data acuan seperti pemahaman pasar, karakteristik konsumen yang lengkap dan terbaru akan memungkinkan karyawan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi konsumen, yang berdampak langsung pada pemilihan produk yang tepat sasaran. Yang terakhir adalah subjek akan selalu totalitas dalam bekerja. Menurut Bakker et al (2008) totalitas dalam pekerjaan itu meliputi bekerja keras, dedikasi penuh, inisiatif tinggi, aktif terlibat, fokus pada pekerjaan dan hadir secara fisik. Subjek menunjukkan totalitasnya dalam bekerja dengan tujuan membuat bosnya senang dan

toko tersebut maju. Totalitas ini tercermin dalam kesediaan subjek untuk berkontribusi lebih dari sekadar tugas yang diberikan, misalnya dengan membantu memilihkan barang yang akan dijual, berusaha menaikkan omset toko, dan memastikan bahwa semua aspek operasional toko berjalan lancar. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan Schaufeli et al (2002) yang mengatakan bahwa karyawan dengan totalitas bekerja memiliki *self efficacy* yang tinggi pula.

### **Kuliah Sambil Bekerja**

Atasan subjek mendukung keputusan subjek untuk melanjutkan pendidikannya saat itu subjek mengambil pendidikan D3 dengan jurusan akuntansi. Dukungan sosial di tempat kerja, khususnya dari atasan, memiliki pengaruh signifikan terhadap pengembangan karyawan. Karena salah satu faktor usaha dapat semakin berkembang adalah karena kualitas karyawannya (Ramadhani, 2019). Pada penelitian ini, bos subjek tidak hanya membantu mengelola gaji subjek tetapi juga mendorong dan mendukung keinginannya untuk melanjutkan pendidikan. Hal ini mencerminkan adanya dukungan sosial yang kuat dari bos kepada subjek.

### **Latar Belakang Memulai Usaha, Memulai Usaha, dan Mengelola Usaha**

Hal pertama yang melatarbelakangi subjek dalam mendirikan usaha yaitu berhentinya subjek karena keguguran. Karena tuntutan kerja fisik yang berat seperti membawa barang, ataupun seperti berdiri lama, yang mana dapat mempengaruhi kesejahteraan wanita hamil. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan Taylor (2009) beban kerja yang tinggi serta tingkat stres yang berlebihan dapat mengganggu kehamilan seorang ibu hamil.

Hal lain yang melatarbelakangi subjek mendirikan usaha yaitu pendapatan suami yang terbatas. Suami subjek hanya seorang satpam di suatu institusi pemerintah di kotanya. Salah satu hal yang memotivasi istri untuk bekerja menurut (Harahap & Lestari, 2018) adalah untuk membantu memenuhi kebutuhan keluarga, keinginan untuk mengembangkan potensi diri, dan mengaplikasikan ilmu yang sudah didapatkan. Selain untuk meningkatkan perekonomian keluarga, hal lain yang memotivasi seorang ibu rumah tangga untuk membuka usaha sendiri dari rumah adalah kualitas kehidupan keluarga yang baik yaitu subjek bisa menambah penghasilan sambil mengurus anak-anaknya secara langsung. Hal ini diperkuat oleh penelitian Tuwu (2018) yaitu banyak para ibu yang menginginkan bekerja dari rumah karena tidak ingin meninggalkan perannya sebagai ibu rumah tangga.

### **Keinginan Subjek untuk Membuka Usaha Sendiri**

Pada tahun 2018, saat itu subjek melihat sebuah grup jual beli di aplikasi *facebook* yang mana grup itu tidak berada di Sumatera Barat. Melihat proses jual beli yang terjadi disana yaitu melalui *live streaming* membuat subjek berkeinginan melakukan hal yang sama. Sesuai dengan penelitian Purwanto (2022) yang mengatakan bahwa media sosial mempengaruhi keinginan seseorang untuk berwirausaha. Hal ini erat kaitannya dengan kreativitas seseorang dimana media sosial merupakan wadah untuk menyalurkan kreativitas (Afria & Suharsono, 2023).

Dalam mengelola suatu usaha tentu tidak selalu berjalan dengan mulus. Terdapat beberapa tantangan yang subjek lalui hingga saat ini. yang pertama dimulai saat awal membuka usaha dimana penonton *live* subjek tidak ada. Tetapi subjek tidak menyerah saat itu, subjek terus melakukan promosi hingga akhirnya penonton terus bertambah. Selanjutnya pelanggan dari luar daerah Sumatera barat terus berkurang hingga akhirnya saat ini hanya pelanggan dari daerah Sumatera Barat saja yang berbelanja. Subjek mengatakan hal ini dikarenakan sistem *facebook* yang berubah serta sudah banyak pesaing dari luar daerah sana. Hal tersebut tidak menyurutkan keinginan subjek untuk terus berjualan. Dari kondisi tersebut subjek berpikir positif dimana jika tidak ada pelanggan dari luar Sumatera Barat itu menguntungkannya karena ia terhindar biaya ongkos kirim yang tinggi. Hal ini sesuai dengan karakteristik seorang wirausahawan menurut Suryana & Bayu (2012) yaitu berorientasi ke masa depan, yang mana harus selalu melihat sisi positif dari suatu hal yang terjadi.

Tantangan selanjutnya yang dihadapi subjek yaitu penurunan dalam penjualan baju main anak-anak. Yang mana baju main anak-anak bersifat musiman yaitu hanya laku saat mendekati hari raya dan tidak terlalu diminati di hari biasa. Seorang wirausahawan harus memiliki sikap kreatif dan berinovasi dengan daya analisis yang baik agar usaha yang dilakukannya dapat terus berjalan (Hastuti et al, 2020). Pada tahun 2021 subjek memutuskan untuk berjualan daster harian agar omsetnya selama hari biasa tetap ada dan terus meningkat. Subjek juga tidak meninggalkan barang jualan pertamanya yaitu baju main anak-anak dan memutuskan untuk menjualnya hanya saat mendekati hari raya. Dengan begitu subjek memiliki penghasilan yang terus ada ketika hari biasa dan penambahan penghasilan ketika mendekati hari raya. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Nurmalasari (2020) yaitu terdapat karakteristik yang melekat pada kaum perempuan yaitu tingkat kreativitas yang mendorong munculnya gagasan dan ide baru untuk usahanya agar terus berjalan.

Subjek juga pernah mengalami persaingan secara tidak sehat selama menjalankan bisnisnya yaitu dijebak oleh pesaing bisnis dengan dagangan yang sama. Subjek saat itu dijebak dan difitnah sehingga seakan-akan kesalahan tersebut hanya ia yang melakukan yang mana

kenyataannya pesaing tersebut yang memulai, lalu subjek mengikuti dan ternyata pesaing tersebut sudah menghapus bukti miliknya. Saat itu subjek mengalami kerugian hingga 13 juta untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Persaingan tidak sehat seperti ini muncul salah satunya karena persaingan dalam merebutkan pasar dan mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya (Rizkia & Rahmawati, 2021).

Persaingan dalam bisnis tidak hanya datang dari pelaku usaha saja, tetapi persaingan dapat muncul dari konsumen juga. Hal ini dikarenakan dengan adanya konsumen, subjek dapat tahu bahwa usahanya berjalan dengan lancar atau tidak. Hal pertama yang dilakukan untuk mengatasi persaingan bisnis agar pembeli terus berbelanja adalah dengan cara barang yang terus *update*. Sesuai dengan karakteristik konsumen menurut Firmansyah (2018) yaitu konsumen akan tertarik dengan produk baru dan akan mencari informasi terkait produk tersebut. Tetapi kondisi tersebut juga dapat menjadi sebuah tantangan karena barang terbaru tidak selalu ada setiap harinya. Subjek yang merupakan tipe yang tidak suka tertekan dan santai mengatasi hal tersebut dengan cara libur berjualan.

Subjek juga harus berusaha memenuhi keinginan pembeli. Subjek mengatakan para pelanggannya kerap meminta ia untuk menjual jenis barang lain dan subjek menyanggupinya. Dengan melakukan hal tersebut pelanggan akan mendapatkan kepuasan yang tinggi dan akan menunjukkan loyalitas yang akan mendorong pembeli untuk terus berbelanja (Firmansyah, 2018). Tetapi subjek juga harus melihat tipe barang yang diminta, apakah barang tersebut barang “terang” atau tidak. Terang disini memiliki makna barang yang sudah banyak di pasaran dan kebanyakan pembeli sudah mengetahui harga pasarannya. Jika subjek tetap menjual barang-barang tersebut, konsekuensinya adalah pembeli akan mengeluh karena harga yang diduplikasinya lebih mahal daripada di toko-toko grosir di aur.

### **Persaingan Harga dengan Bisnis Sejenis**

Subjek mengatakan perbedaan harga 5.000 pun akan sangat terasa jika berjualan *online*. Dalam suatu usaha, penetapan harga sangat penting dilakukan dengan pertimbangan memberikan keuntungan bagi bisnis yang dijalankan (Astuti et al, 2023) serta para konsumen akan membandingkan harga antara satu toko dengan yang lainnya. Sehingga subjek selalu *update* dengan harga pasar barangnya dan dapat bersaing dengan bisnis sejenis. Dengan menetapkan harga barang yang terlalu tinggi akan berdampak kehilangan pelanggan, kebalikannya, harga barang terlalu rendah akan berdampak mengalami kerugian dan mengacaukan harga pasar. Dalam menghadapi konsumen tentu pengusaha memiliki tantangan tersendiri, salah satunya dalam menghadapi pembeli yang melakukan *hit and run*. Subjek

menyebut pelaku yang melakukan *hit and run* sebagai pelaku PHP. PHP merupakan perilaku konsumen yang tidak bertanggung jawab setelah melakukan *keep* pada barang selama live berlangsung dan ketika diminta untuk melakukan pembayaran konsumen menghilang. Subjek mengatasi tantangan ini dengan cara memberikan sanksi membatasi pembelian dan harus melakukan deposit pada pelaku PHP.

Selanjutnya, strategi yang diterapkan subjek dalam berwirausaha ada bermacam-macam, yang pertama adalah melakukan jual beli sesuai dengan tipe pembeli. Menurut Firmansyah (2018) seorang pengusaha harus mampu memahami konsumen secara penuh sebagai upaya untuk tercapainya proses pemasaran yang efektif. Subjek mengatakan hal ini tidak mudah karena butuh bertahun-tahun pengalaman berinteraksi dengan pembeli agar dapat memahami bagaimana tipe-tipe pembeli. Strategi selanjutnya adalah dengan tidak menyimpan banyak *stock* untuk barang-barangnya. Hal ini dilakukan subjek agar barang dagangannya tidak menumpuk dan berkaitan dengan pembaharuan barang dimana model barang akan terus baru setiap harinya. Berkaitan dengan strategi selanjutnya yaitu promosi. Subjek melakukannya dengan cara memposting foto-foto barang ter *update* di beranda *facebook* nya dan di grup chat dengan para pembeli. Dalam menjalankan promosi tersebut, juga terdapat trik yang dilakukan subjek agar pembeli rame untuk masuk ke dalam *live* nya. Yaitu dengan cara setelah subjek melakukan promosi, subjek tidak membalas chat pribadi dari pembeli yang menanyakan tentang barang seperti meminta foto barang lebih dekat ataupun ingin membeli barang itu saat itu juga. Subjek mengatakan dengan cara tersebut para pembeli akan masuk ke *live* nya karena keingintahuannya terhadap barang ataupun keinginannya untuk membeli barang tersebut. Dengan begitu *live* yang dilakukan subjek akan terus rame. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan Aulia & Harto (2024) yaitu strategi pemasaran seperti narasi yang autentik, interaksi dengan pelanggan secara *real time*, konten-konten mendukung serta keaslian pembawaan seseorang dalam melakukan *live streaming* akan meningkatkan keterlibatan konsumen untuk masuk ke dalam *live streaming* tersebut.

Pemilik usaha harus memiliki sifat yaitu terus berinovasi agar usahanya dapat terus berkembang baik pada jenis yang sama ataupun dibidang lainnya. Inovasi menurut Sanawiri & Iqbal (2018) merupakan kemampuan seseorang untuk memanfaatkan kreativitas yang dimilikinya untuk mengatasi masalah dan menemukan peluang. Inovasi yang subjek lakukan adalah berjualan dengan sistem grosir. Alasannya adalah banyak konsumen yang berbelanja kepada subjek dengan tujuan untuk menjual kembali barang tersebut. Hal ini juga berdampak pada kenaikan omset subjek dalam berwirausaha. Dengan menerapkan sistem grosir subjek akan menawarkan harga lebih murah dibanding penjualan eceran yang akan menarik banyak

pelanggan dan meningkatkan volume penjualan. Dan yang terakhir inovasi jangka panjang yang ingin dilakukan subjek dengan bidang usaha yang berbeda yaitu keinginan membuka ladang sawit dan sarang walet. Hal ini disebabkan keinginan subjek untuk memiliki pendapatan yang tetap tanpa bekerja langsung kelapangan. Hal ini dapat digunakan subjek sebagai *passive income* nya sambil berjualan *live facebook* saat ini.

Kehidupan yang seimbang adalah saat setiap harinya ada waktu untuk bersama keluarga dan ketika malam hari bisa bekerja tanpa tekanan dan santai. Situasi tersebut tercipta karena adanya pengaturan waktu di masing-masing kondisi. Hal ini sesuai dengan pengertian *work life balance* menurut Yustini & Yuliza dalam Rohmah, et al (2022) yaitu keseimbangan antara tuntutan dan kepuasan individu terhadap pekerjaan dan keluarganya sehingga konflik antara keduanya dapat diminimalisir. Dukungan dari lingkungan keluarga sangat berpengaruh besar dalam terciptanya keseimbangan dan kesejahteraan psikologis seorang pengusaha wanita dengan peran ganda yaitu juga sebagai seorang ibu rumah tangga. Karena keluarga merupakan lingkungan yang akan memberikan dukungan secara emosional pada saat tuntutan dan tekanan terjadi pada diri individu

## **KESIMPULAN**

Hasil penelitian ini ditemukan bahwa *experiential learning* yang didapatkan subjek dalam membuka usaha terbentuk dari pengalaman-pengalaman yang dialami subjek, dapat dibagi menjadi 3 bagian yaitu *experience* sebelum merantau, *experience* saat merantau, dan *experience* saat membuka usaha. Ketiga hal tersebut terbentuk dari 9 penerapan perilaku subjek yang meliputi: mandiri, semangat bekerja, jiwa berwirausaha, pekerja keras, kepercayaan bos, bekerja sambil berkuliah, latar belakang memulai usaha, subjek memulai usaha, dan proses pengelolaan usaha. Dari penerapan *experiential learning* yang dilakukan subjek, mampu membentuk efek psikologis yang baik pada diri subjek seperti *self-efficacy*, *resiliensi*, dan *work life balance*.

## **REFERENSI**

- Afria, J., & Suharsono, N. (2023). Penggunaan media sosial pada minat berwirausaha melalui kreativitas anak muda kota Amuntai Kalimantan Selatan. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 1–16.
- Apriyanti, M. E. (2020). Percaya diri dan berpikir strategis untuk menghadapi ketatnya persaingan bisnis. *Jurnal Usaha*, 1(2), 26–40.
- Astuti, H., Wijaya, S., & Agustina, M. (2023). Implementasi marketing mix 7P pada usaha mikro kecil dan menengah. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akutansi*, 11(1).

- Aulia, R. N., & Harto, B. (2024). Membangun keterlibatan konsumen melalui strategi konten marketing dalam live streaming: Analisis kualitatif terhadap brand yang berhasil di shopee. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(2), 5721–5736.
- Bakker, A. B., Schaufeli, W. B., Leiter, M. P., & Taris, T. W. (2008). Work engagement: An emerging concept in occupational health psychology. *Work & Stress*, 22(3), 187–200. <https://doi.org/10.1080/02678370802393649>
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy, the exercise of control*. W.H. Freeman and Company.
- Connor, K. M., & Davidson, J. R. (2003). Development of a new resilience scale: The Connor-Davidson Resilience Scale (CD-RISC). *Depression and Anxiety*, 18(2), 76–82.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry & research design: Choosing among five approaches* (2nd ed.). SAGE.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku konsumen (sikap dan pemasaran)* (1st ed.). Deepublish.
- Harahap, Sofa. R., & Lestari, Y. I. (2018). Peranan komitmen dan komunikasi interpersonal dalam meningkatkan kepuasan pernikahan pada suami yang memiliki istri bekerja. *Jurnal Psikologi*, 14(2), 120–128.
- Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Faried, A. I., Tasnim, Sudarso, A., Soetijono, I. K., Saputra, D. H., & Simarmata, J. (2020). *Kewirausahaan UMKM* (A. Rikki, Ed.; 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Ilham, M. (2022). Peran pengalaman kerja dalam meningkatkan kinerja karyawan: suatu tinjauan teoritis dan empiris. *Jurnal Magister Manajemen*, 11(1), 13–20.
- Kolb, D. A. (1984). The process of experiential learning. In *Experiential learning: experience as the source of learning and development*. Prentice hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Maryasih, N. K. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wanita memilih berwirausaha pada sentra industri kecil Linggoasri Pekalongan Jawa Tengah. *Moestopo Journal of International Relations*, 1(1), 31–45.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE.
- Nabavi, R. T., & Bijandi, M. S. (2012). Bandura's social learning theory & social cognitive learning theory. *Theory of Developmental Psychology*, 1(1), 1–24.
- Nurmalasari, D. (2020). Analisis karakteristik dan peran pengusaha perempuan pada anggota www.UMKMINDONESIA.ID. *Journal of Applied Business and Economics (JABE)*, 7(1), 111–125.
- Purwanto, A. (2022). The role of the use of social media and family environment on entrepreneurial interest of private university students. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(6).
- Putri, A. E., & Laeli, S. (2024). Membangun resiliensi sepanjang rentang kehidupan: Strategi menghadapi tantangan dan tekanan. *Karimah Tauhid*, 3(6).
- Ramadhani, F. A. (2019). Pengaruh dukungan sosial dan gaya kepemimpinan partisipatif terhadap kinerja karyawan pada divisi pemasaran PDAM Surya Sembada kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(2).
- Riswanto. (2022). Strategi komunikasi pemasaran Beauty Advisor (BA) Make Over dalam mempromosikan produk di matahari bencoolen mall. *Jurnal Madia*, 3(1).
- Rizkia, A. A., & Rahmawati, S. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi anti monopoli dan persaingan bisnis tidak sehat: Globalisasi ekonomi, persaingan usaha, dan pelaku usaha. (Literature review etika). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan (JIMT)*, 2(5).
- Rohmah, E. A., Mega, S. W., & Munawaroh, N. A. (2022). Pengaruh work family conflict, family work conflict, dan work life balance terhadap kinerja karyawan perempuan (Studi kasus PT Merpati Mas Nusantara Kediri). *Cemerlang: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 2(3), 290–307.

- Sanawiri, B., & Iqball, M. (2018). *Kewirausahaan* (1st ed.). UB Press.
- Schaufeli, W. B., Salanova, M., Roma, V. G., & Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3, 71–92.
- Sugiana, N. S. S., & Musty, B. (2023). Analisis data sistem informasi monitoring marketing; Tools pengambilan keputusan strategic. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 12(2), 696–708.
- Suryana, Y., & Bayu, K. (2012). *Kewirausahaan; pendekatan karakteristik wirausahawan sukses* (2nd ed.). Kencana.
- Taylor, S. E. (2009). *Health psychology* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Tuwu, D. (2018). Peran pekerja perempuan dalam memenuhi ekonomi keluarga: Dari peran domestik menuju sektor publik. *Al-Izzah Jurnal Hasil-Hasil Penelitian*, 13(1).
- Yuliawati, L., Setiawan, J. L., & Mulya, T. W. (2007). Perubahan pada remaja tanpa ayah. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 12(1), 9–19.