

## Analisis Kemampuan Kewirausahaan Pengusaha Perempuan pada Komunitas UMKM Masyarakat Kota di Indonesia

**Titis Tatasari**

STIE Mahardhika Surabaya

**Ketut Witara**

STIE Mahardhika Surabaya

Alamat Kampus : Jl. Wisata Menanggal No.41A, Dukuh Menanggal, Kec. Gayungan, Surabaya, Jawa Timur 60234

Korespondensi penulis : [titis.tatasari@stiemahardhika.ac.id](mailto:titis.tatasari@stiemahardhika.ac.id)

**Abstract.** Women are a valuable resource who can contribute significantly to increased economic development. But the contributions made by women are sometimes less than those of males. Nonetheless, a lot of prosperous female business owners choose to enter the realm of economic entrepreneurship, particularly in the home. Women possess a number of qualities, such as strong drive and the ability to work autonomously to boost productivity via participation in many forms of education and training. Women contribute to the economy by being more inventive and creative in problem-solving and seizing possibilities that present themselves to individuals on a daily basis. Analyzing and identifying a woman entrepreneur's entrepreneurial skills in an urban MSME community is the goal of this study. This research retrieves and manages data through identifying problem topics by conducting searches based on research keywords in various sources such as Google Scholar, Scencedirect, Sage Journal, and other trusted sources. The data obtained is then analyzed critically by reviewing the ideas, knowledge and findings contained in the literature that has been collected. The research results show that education, experience and attitudes towards risk taking are very important in the entrepreneurial activities of female entrepreneurs.

**Keywords :** Women entrepreneurs, Entrepreneurship, Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs)

**Abstrak.** Perempuan adalah sumber daya berharga yang dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pembangunan ekonomi. Namun kontribusi perempuan terkadang lebih kecil dibandingkan laki-laki. Meskipun demikian, banyak perempuan pemilik usaha sejahtera memilih untuk memasuki dunia wirausaha ekonomi, khususnya di rumah. Perempuan memiliki sejumlah kualitas, seperti dorongan yang kuat dan kemampuan untuk bekerja secara mandiri untuk meningkatkan produktivitas melalui partisipasi dalam berbagai bentuk pendidikan dan pelatihan. Perempuan berkontribusi pada perekonomian dengan menjadi lebih inovatif dan kreatif dalam memecahkan masalah dan memanfaatkan kemungkinan-kemungkinan yang muncul dalam kehidupan sehari-hari. Menganalisis dan mengidentifikasi kemampuan wirausaha perempuan pada komunitas UMKM perkotaan menjadi tujuan penelitian ini. Penelitian ini mengambil dan mengelola data melalui identifikasi topik permasalahan dengan melakukan pencarian berdasarkan kata kunci penelitian di berbagai sumber seperti Google Scholar, Scencedirect, Sage Journal, dan sumber terpercaya lainnya. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kritis dengan mengkaji ide, pengetahuan dan temuan yang terkandung dalam literatur yang telah dikumpulkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan, pengalaman, dan sikap terhadap risiko merupakan faktor yang sangat signifikan dalam kegiatan kewirausahaan para wanita pengusaha.

**Kata Kunci :** Pengusaha perempuan, Kewirausahaan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

## **LATAR BELAKANG**

Kewirausahaan memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. Perempuan, sebagai bagian dari masyarakat, juga mempunyai potensi untuk menjadi wirausaha sukses. Namun, mereka seringkali menghadapi berbagai tantangan yang menghambat kemampuan mereka untuk berpartisipasi penuh dan mendapatkan manfaat dari ekosistem kewirausahaan. Tantangan-tantangan ini berakar pada norma sosial budaya dan praktik patriarki yang menempatkan perempuan pada posisi inferior dibandingkan laki-laki. Pengusaha perempuan sering kali harus bekerja dua kali lebih keras dibandingkan laki-laki untuk membuktikan kemampuan mereka dan mengatasi tantangan-tantangan ini. Untuk menganalisis kemampuan kewirausahaan perempuan di suatu komunitas, penting untuk mempertimbangkan faktor sosial dan budaya yang mungkin mempengaruhi peluang mereka untuk sukses dan berkembang (Bullough et al., 2015). Selain itu, keterkaitan antara peran dan harapan gender, dimensi budaya masyarakat, dan lingkungan kewirausahaan juga membentuk kewirausahaan perempuan di suatu komunitas. Dengan melakukan analisis komprehensif terhadap faktor-faktor tersebut, kita dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai kekuatan dan kelemahan kemampuan kewirausahaan perempuan dalam komunitas tertentu. Analisis ini dapat memberikan wawasan berharga untuk mengembangkan program dan inisiatif tertarget yang memberdayakan pengusaha perempuan dan menciptakan ekosistem yang mendukung agar bisnis mereka dapat berkembang.

Pemberdayaan perempuan di masyarakat perkotaan melalui pelatihan kewirausahaan sangat penting untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga, memperkuat UMKM, dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Pelatihan ini dapat didasarkan pada potensi alam setempat, kemampuan pendidikan, sikap berani mengambil risiko, faktor pribadi dan lingkungan, serta peran sosial. Hal ini juga dapat mengurangi kesenjangan gender, meningkatkan kreativitas dan inovasi, serta meningkatkan keterampilan dan kedudukan sosial. Pemberdayaan perempuan melalui pelatihan kewirausahaan merupakan langkah penting menuju pencapaian kesetaraan gender dan mendorong pertumbuhan ekonomi, serta berkontribusi terhadap pembangunan masyarakat secara keseluruhan.

Perkembangan UMKM perempuan di masyarakat perkotaan meningkat signifikan berkat program pemberdayaan yang ditujukan kepada perempuan. Program seperti P2WKSS, Pahlawan Ekonomi, KOTAKU, dan TrustProjeX membantu perempuan mengembangkan keterampilan kewirausahaan, memungkinkan mereka mencapai kesuksesan dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi. Program-program ini fokus pada pemberdayaan perempuan, perlindungan anak, dan pemberdayaan masyarakat, mendorong kreativitas dalam

mempromosikan kawasan bebas kumuh. Selain itu, program-program ini berkolaborasi dengan kreator dan brand lokal untuk memberikan donasi dan pelatihan kepada UMKM perempuan.

## **KAJIAN TEORITIS**

Sejak awal tahun 2000-an, perempuan wirausaha telah dianggap sebagai sumber utama inovasi dan pertumbuhan (Rosca et al., 2020). Dalam konteks kewirausahaan sosial, penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa perempuan memiliki posisi yang lebih baik untuk memimpin wirausaha sosial (Rosca et al., 2020). Pengusaha perempuan memainkan peran penting dalam perekonomian lokal dan mayoritas usaha mikro di negara berkembang dipimpin oleh perempuan (Sharma et al., 2012). Perempuan lebih cocok dibandingkan laki-laki untuk memimpin usaha sosial karena sifat feminin mereka yang lebih welas asih, empati, dan emosional (Muntean & Pan, 2016).

Saat ini usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) didominasi oleh perempuan, baik sebagai pemilik maupun pekerja. Indonesia memiliki lebih dari 55,2 juta usaha kecil dan menengah dan sebagian besar merupakan industri dalam negeri, dengan kontributor utama adalah perempuan. Saat ini, banyak perempuan yang memainkan peran penting dalam dunia bisnis, baik sebagai pemimpin di tempat kerja maupun sebagai pemilik bisnis yang mereka dirikan sendiri. Mulailah dengan berkembang, bekerja, dan mandiri secara finansial, dan ternyata wanita justru menyukainya. Kebutuhan perempuan akan informasi dan pengembangan diri semakin meningkat seiring dengan kemajuan teknologi telekomunikasi, khususnya melalui Internet. Dengan demikian, mayoritas perempuan di masyarakat perkotaan adalah wirausaha yang menggunakan bisnis online.

Menurut informasi yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2021, sebanyak 39,52% atau sekitar 51,79 juta penduduk yang bekerja dan berusia 15 tahun ke atas adalah perempuan. Jumlah individu tersebut meningkat sebesar 1,09 juta dari tahun sebelumnya, atau sekitar 50,7 juta individu. Pada tahun 2021, hampir 28,6% dari total tenaga kerja Indonesia diprediksi akan bekerja sebagai karyawan di sektor penjualan. Angka tersebut meningkat sebanyak 1,05 poin dari tahun sebelumnya, menunjukkan kenaikan sebesar 27,55%. Dari keseluruhan jumlah tersebut, 24,38% wanita bekerja di bidang pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan, kehutanan, dan perburuan, sedangkan 20,51% wanita bekerja di sektor industri manufaktur, sebagai sopir truk, dan pekerja kasar. Sebanyak 10,48% wanita yang bekerja terlibat dalam pekerjaan sebagai tenaga ahli, teknisi, dan posisi pegawai lainnya. Sebanyak 8,65% dari total pekerja di sektor jasa adalah perempuan. Tenaga kerja terdiri dari manajer, karyawan administrasi, dan peran lainnya, yang mencakup sekitar 6,56% dari

keseluruhan jumlah karyawan. Pada waktu yang bersamaan, hanya 0,7% dari pekerja perempuan yang menempati posisi kepemimpinan dan manajemen, sedangkan hanya 0,12% dari pekerja perempuan yang melakukan jenis pekerjaan lainnya.

Mengingat tingkat partisipasi perempuan dalam dunia usaha cukup tinggi, maka penulis mengambil tema penelitian dengan judul “Analisis Kemampuan Kewirausahaan Pengusaha Perempuan pada Komunitas UMKM Masyarakat Kota di Indonesia.”

Artikel ini bertujuan untuk membandingkan beberapa temuan penelitian terkait peran perempuan sebagai wirausaha pada komunitas UMKM perkotaan. Fokus penelitian ini adalah pengusaha perempuan di Indonesia. Semoga manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini dapat diterapkan oleh masyarakat dalam kehidupan nyata..

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan jenis library research atau studi kepustakaan. Data dikumpulkan melalui identifikasi topik permasalahan dengan melakukan pencarian berdasarkan kata kunci penelitian pada berbagai sumber seperti Google Scholar, Scencedirect, Sage Journal, dan sumber-sumber lain yang terpercaya serta menyajikan data yang dibutuhkan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kritis dengan mengkaji gagasan, pengetahuan, dan temuan yang terdapat dalam literatur yang telah dikumpulkan. Kontribusi perempuan dalam mengembangkan wirausaha dalam komunitas UMKM masyarakat kota menjadi objek dalam penelitian ini. Proses analisis data dilakukan melalui empat langkah dari Miles dan Huberman (2014) yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis data dilakukan untuk merumuskan hasil penelitian dari data yang telah jenuh agar dapat berkontribusi pada pengembangan topik kontribusi perempuan dalam pembangunan berkelanjutan. Hasil analisis kemudian disimpulkan dan dipaparkan secara komprehensif dalam penelitian ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kewirausahaan adalah proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan mencapai visi untuk mendirikan bisnis atau usaha, sekaligus mengendalikan risiko untuk mencapai keuntungan. Dapat bergerak di berbagai sektor dan jenis ekonomi, mulai dari usaha kecil hingga perusahaan besar. Hal ini dapat memiliki tujuan sosial, seperti menciptakan lapangan kerja bagi orang lain, mendorong inovasi, dan membantu pemerintah mengurangi pengangguran melalui pembukaan lapangan kerja. Kewirausahaan dapat bergerak di berbagai sektor dan jenis, mulai dari usaha kecil hingga perusahaan besar. Penting bagi wirausahawan

untuk mengelola risiko dan mencapai tujuan mereka sambil memupuk tujuan dan pertumbuhan.

Perempuan pengusaha memainkan peran penting dalam perekonomian karena motivasi tinggi, kreativitas, dan kemampuan multitasking mereka. Para ahli berpendapat bahwa stereotip yang menganggap perempuan hanya sebagai pekerja rumah tangga tidaklah berdasar. Perempuan tetap bisa berbisnis meski sudah menikah, melayani suami, dan membesarkan anak, berkat faktor-faktor seperti motivasi, keterampilan, dan dukungan yang membantu mereka mengembangkan bisnis. Pengusaha perempuan sering kali diabaikan karena ekspektasi masyarakat dan peluang yang mereka berikan.

Kewirausahaan perempuan dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain faktor ekonomi, faktor sosial budaya, tingkat pendidikan, faktor peran, faktor kemampuan, faktor pekerjaan, faktor akses, faktor risiko, faktor jaringan, serta faktor pendidikan dan pelatihan. Faktor ekonomi antara lain rendahnya tingkat pendapatan suami yang membantu keuangan keluarga, dan beragamnya kebutuhan perempuan. Faktor sosial budaya meliputi status sosial, minat, kemampuan, dan waktu luang. Tingkat pendidikan mempengaruhi pendapatan pekerja. Peran perempuan dalam rumah tangga menentukan pendapatan dan taraf hidup keluarga. Faktor kemampuan antara lain motivasi tinggi, kreativitas, dan kemampuan multitasking yang memungkinkan mereka bekerja di berbagai sektor dan membangun usaha. Faktor ketenagakerjaan mencakup pekerjaan yang tidak memerlukan keterampilan dan bergaji rendah, sehingga membuat perempuan mencari pekerjaan yang lebih baik dan menguntungkan. Faktor akses melibatkan sumber daya yang terbatas, sedangkan faktor risiko melibatkan keseimbangan tanggung jawab keluarga dan pengembangan bisnis. Faktor jaringan melibatkan jaringan yang lebih baik dan pelatihan bisnis, sedangkan faktor pendidikan dan pelatihan melibatkan investasi waktu dan uang untuk memperoleh keterampilan yang diperlukan.

### **1. Perbedaan Kemampuan Pengusaha Perempuan Masyarakat Kota dengan Pengusaha Perempuan Masyarakat Desa**

Pada umumnya pengusaha perempuan masyarakat kota dengan masyarakat desa tidak sebagian mirip. Hanya saja mungkin untuk UMKM masyarakat kota biasanya lebih beragam dan inovatif serta cepat berkembang. Berikut macam-macam bidang usaha yang dilakukan pengusaha wanita antara lain:

- Usaha Kecil dan Mikro (UKM)
- Usaha Koperasi
- Usaha Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK)
- Usaha Kreatif dan Inovatif

- Usaha Perikanan
- Usaha Kesehatan
- Usaha Pertanian
- Usaha Perdagangan
- Usaha Pengolahan
- Usaha Jasa
- Usaha Pendidikan
- Usaha Perbankan
- Usaha Pelayanan
- Usaha Perlengkapan Kesehatan
- Usaha Perlengkapan Rumah Tangga
- Usaha Perlengkapan Pendidikan
- Usaha Perlengkapan Kuliner

Dalam penelitian ini, jumlah wirausaha perempuan di Indonesia hingga tahun 2004 berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) berjumlah 5.590.638 orang. Pengusaha perempuan mayoritas berada di wilayah Jawa dan Bali sebanyak 4.030.236 orang. Jumlah wirausaha perempuan di Indonesia hingga tahun 2004 menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) berjumlah 5.590.638 orang.

Perbedaan pengusaha perempuan masyarakat kota dengan masyarakat desa terdiri dari beberapa aspek:

- Kondisi Ekonomi:** Masyarakat kota memiliki ekonomi yang lebih kompleks dan terintegrasi, yang memungkinkan perempuan masyarakat kota memiliki lebih banyak peluang pekerjaan dan bisnis. Sementara itu, masyarakat desa memiliki ekonomi yang lebih terpengaruh oleh sektor pertanian dan kecil-kecilan, yang membuat peluang bisnis lebih terbatas.
- Kemampuan dan Keterampilan:** Perempuan masyarakat kota memiliki kemampuan dan keterampilan yang lebih tinggi, yang membuat mereka lebih mudah mengembangkan bisnis. Sementara itu, perempuan masyarakat desa memiliki kemampuan yang lebih terbatas, yang membuat mereka lebih sulit mengembangkan bisnis.
- Akses Informasi dan Sumber Daya:** Perempuan masyarakat kota memiliki akses lebih mudah ke informasi dan sumber daya, yang membuat mereka lebih mudah mengembangkan bisnis. Sementara itu, perempuan masyarakat desa memiliki akses yang lebih terbatas, yang membuat mereka lebih sulit mengembangkan bisnis.

- d) **Perilaku dan Persepsi:** Perempuan masyarakat kota memiliki perilaku yang lebih berani dan lebih independen, yang membuat mereka lebih mudah mengembangkan bisnis. Sementara itu, perempuan masyarakat desa memiliki perilaku yang lebih tradisional, yang membuat mereka lebih sulit mengembangkan bisnis.
- e) **Pendukung dan Sokongan:** Perempuan masyarakat kota memiliki sokongan lebih luas dari masyarakat, yang membuat mereka lebih mudah mengembangkan bisnis. Sementara itu, perempuan masyarakat desa memiliki sokongan yang lebih terbatas, yang membuat mereka lebih sulit mengembangkan bisnis.
- f) **Kebijakan dan Pengelolaan:** Perempuan masyarakat kota memiliki kebijakan dan pengelolaan yang lebih modern, yang membuat mereka lebih mudah mengembangkan bisnis. Sementara itu, perempuan masyarakat desa memiliki kebijakan dan pengelolaan yang lebih tradisional, yang membuat mereka lebih sulit mengembangkan bisnis.
- g) **Kemampuan Multitasking:** Perempuan masyarakat kota memiliki kemampuan multitasking yang lebih tinggi, yang membuat mereka lebih mudah mengembangkan bisnis. Sementara itu, perempuan masyarakat desa memiliki kemampuan multitasking yang lebih terbatas, yang membuat mereka lebih sulit mengembangkan bisnis.
- h) **Kemampuan Mengadaptasi:** Perempuan masyarakat kota memiliki kemampuan mengadaptasi yang lebih tinggi, yang membuat mereka lebih mudah mengembangkan bisnis. Sementara itu, perempuan masyarakat desa memiliki kemampuan mengadaptasi yang lebih terbatas, yang membuat mereka lebih sulit mengembangkan bisnis.
- i) **Kemampuan Mengambil Risiko:** Perempuan masyarakat kota memiliki kemampuan mengambil risiko yang lebih tinggi, yang membuat mereka lebih mudah mengembangkan bisnis. Sementara itu, perempuan masyarakat desa memiliki kemampuan mengambil risiko yang lebih terbatas, yang membuat mereka lebih sulit mengembangkan bisnis.
- j) **Kemampuan Mengikuti Trend:** Perempuan masyarakat kota memiliki kemampuan mengikuti trend yang lebih tinggi, yang membuat mereka lebih mudah mengembangkan bisnis. Sementara itu, perempuan masyarakat desa memiliki kemampuan mengikuti trend yang lebih terbatas, yang membuat mereka lebih sulit mengembangkan bisnis.

Dalam hal ini, perbedaan pengusaha perempuan masyarakat kota dengan masyarakat desa terdiri dari beberapa aspek yang berbeda, yang mempengaruhi peran dan kemampuan perempuan dalam berwirausaha.

## **2. Karakteristik Perempuan Pengusaha dalam UMKM Masyarakat Kota**

Berikut karakteristik perempuan pengusaha UMKM masyarakat kota: Perempuan di perkotaan lebih mampu melakukan banyak tugas (multitasking) sehingga memudahkan pertumbuhan usahanya. Karena fleksibilitasnya yang lebih besar, perempuan pengusaha perkotaan merasa lebih mudah untuk mengembangkan usaha mereka. Pengusaha perempuan yang tinggal di perkotaan lebih bersedia mengambil peluang, sehingga memfasilitasi pertumbuhan bisnis mereka. Mereka juga lebih baik dalam melihat tren, sehingga memfasilitasi pertumbuhan bisnis mereka. Perempuan pengusaha perkotaan lebih mudah mengembangkan usahanya karena mereka lebih mampu menyesuaikan diri dengan perubahan di lingkungan sekitar. Di wilayah metropolitan, pengusaha perempuan dapat menciptakan jaringan yang lebih efektif.

## **3. Persentase Keberhasilan Pengusaha Perempuan didalam Masyarakat Kota**

Perbedaan tingkat keberhasilan perempuan wirausaha di perkotaan dapat diketahui melalui data Badan Pusat Statistik (BPS) dan Sekretaris PPPA Bintang Puspayoga. Menteri PPPA Bintang Puspayoga mengatakan dari 65,5 juta UMKM penopang PDB Indonesia, 64 juta merupakan usaha mikro dan lebih dari setengahnya dipimpin oleh perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh UMKM di Indonesia dipimpin oleh perempuan, yang menunjukkan bahwa tingkat keberhasilan wirausaha perempuan di masyarakat perkotaan yang digambarkan dalam data ini lebih tinggi dari 50,6%.

Sementara itu, data BPS menunjukkan bahwa Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) perempuan mencapai 54 persen, sedangkan laki-laki sudah mencapai 83,98 persen. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan masih memiliki kemungkinan lebih kecil untuk mengambil bagian dalam ekonomi nasional, yang membutuhkan peningkatan pemberdayaan perempuan dalam kewirausahaan.

Dalam hal ini, data BPS menunjukkan bahwa lebih dari 50,6% pengusaha perempuan di perkotaan berhasil, namun data tersebut juga menunjukkan bahwa perempuan masih kecil kemungkinannya untuk berpartisipasi dalam perekonomian nasional.

## **4. Potensi Perempuan Pengusaha Pelaku UMKM**

Perempuan wirausaha berkontribusi secara signifikan terhadap perekonomian dengan mengelola 37 juta unit usaha atau lebih dari separuh jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia. Namun, perempuan wirausaha masih mengalami berbagai kendala dalam

menjalankan perannya di bidang ekonomi. Karena itu, perlu ada penguatan peranan perempuan wirausaha agar kendala tersebut teratasi dan perekonomian meningkat.

Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang sebanyak 64,5 persennya dikelola oleh perempuan berkontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 61,07 persen pada 2021.

Berikut data yang didapat dari ukmindonesia.com diambil dari *member* yang sudah bergabung per Oktober 2019 yaitu sebanyak 1050 *member*. Data yang disajikan berupa data perbandingan persentase potensi pelaku UMKM antara pengusaha perempuan dan pengusaha laki-laki.

**Tabel 3.**  
**Kategori UMKM Sesuai Tingkat Omset Usaha**

CATEGORY	GENDER				Total	%
	L	%	P	%		
Micro	518	80%	369	74%	887	77%
Small	119	18%	126	25%	245	22%
Medium	14	2%	4	1%	18	2%

Sumber: (Www.ukmindonesia.id, 2019)

**Tabel 2.**  
**Kategori berdasarkan Usia**

CATEGORY		GENDER				Total	%
		L	%	P	%		
Usia	35-39	120	18%	97	19%	217	19%
	40-44	78	12%	85	17%	163	15%
	30-34	125	19%	77	15%	202	17%
	25-29	158	24%	76	15%	234	20%
	45-49	61	9%	75	15%	136	12%
	20-24	56	9%	34	7%	90	8%
	50-54	31	5%	33	7%	64	6%
	55-59	12	2%	11	2%	23	2%
	>60	5	1%	9	2%	14	2%
	15-19	5	1%	2	1%	7	1%
		<u>651</u>	<u>1</u>	<u>499</u>	<u>100%</u>	<u>1150</u>	<u>100%</u>

Sumber: (Www.ukmindonesia.id, 2019)

**Tabel 3.**  
**Kategori berdasarkan Badan Usaha**

<i>CATEGORY</i>	<i>GENDER</i>				<b>Total</b>	<b>%</b>	
	L	%	P	%			
<i>Business entity</i>	Individual	120	18%	97	19%	217	19%
	CV	78	12%	85	17%	163	15%
	PT	125	19%	77	15%	202	17%
	Grup bisnis	14	2%	8	2%	22	2%
	<i>Cooperation</i>	10	2%	2	0%	12	1%
	Firma	1	0%	0	0%	1	0%

Sumber: (*Www.ukmindonesia.id*, 2019)

**Tabel 4.**  
**Kategori Berdasarkan Ketergabungan Bersama Komunitas**

<i>CATEGORY</i>	<i>GENDER</i>				<b>Total</b>	<b>%</b>
	L	%	P	%		
Tidak Memiliki Komunitas	556	85 %	379	76 %	935	81 %
Memiliki Komunitas	95	15 %	120	24 %	215	19 %
Total	651	100 %	499	100 %	1150	100 %

Sumber: (*Www.ukmindonesia.id*, 2019)

**Tabel 5.**  
**Potensi Perempuan pelaku UMKM**

<i>CATEGORY</i>	<b>Jumlah Unit Usaha</b>	<b>Porsi Unit Usaha yang Dikelola Perempuan</b>
Usaha Besar Omzet > Rp 50 Miliar	5.550 (0.01%)	< 5%
Usaha Menengah Omzet Rp 15 Miliar - Rp 50 Miliar	44.728 (0.07%)	15 %
Usaha Kecil Omzet Rp 2 Miliar – Rp 15 Miliar	193.959 (0.3%)	41 %
Usaha Mikro Omzet ≤ Rp 2 Miliar	63.955.395 (99.62%)	95 %

Sumber: Direktorat Jendral Pembendaharaan Kementerian Keuangan

Berdasarkan statistik pada table 1 sampai dengan 4, sebagian besar anggota UKM di Indonesia berusia antara 25 dan 49 tahun, dan 78% di antaranya telah memulai atau sedang dalam proses mendirikan usaha. Selain itu, baru 17% pelaku usaha yang berbadan hukum, dan 98% masih masuk dalam kategori mikro. Berikut adalah beberapa rincian menarik mengenai profil anggota laki-laki dan perempuan: Usia anggota perempuan sebagian besar adalah 35-45 tahun (35%), sedangkan anggota laki-laki berusia 25-35 tahun (43%), dimana perempuan seringkali memiliki potensi usaha setelah menikah, hamil dan melahirkan. Sektor

UMKM non pertanian: pedagang, industri makanan, dan jasa katering. Sektor UMKM perempuan: tekstil, aksesoris siap pakai dan buatan tangan. Ada kecenderungan perempuan “lebih cepat puas” karena proporsi perempuan di perusahaan skala menengah, perusahaan yang memiliki NPWP atau organisasi bisnis formal, lebih rendah dibandingkan laki-laki. Pengusaha perempuan juga cenderung menciptakan kondisi yang menguntungkan bagi lebih banyak perempuan untuk memiliki pekerjaan. Semakin banyak perempuan yang bergabung dengan komunitas.

Selain itu berdasarkan data dari Tabel 5, maka dapat dilihat potensi perempuan pengusaha mendominasi usaha mikro dengan omzet kurang dari Rp 2 Miliar. Sebanyak 95% usaha dikelola oleh perempuan. Usaha mikro, kecil, dan menengah merupakan motor penggerak inovasi dan pembangunan nasional karena mampu menciptakan lapangan kerja, menyediakan barang dan jasa nasional serta berkontribusi dalam upaya pengurangan pengangguran, sehingga membantu pengentasan kemiskinan. Sebagian besar perempuan pengusaha sebenarnya terlibat dalam usaha kecil dan mikro (Mokalu, 2016). Oleh karena itu, wirausahawan perempuan mempunyai peranan yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan pentingnya karakteristik individu termasuk pengalaman, pendidikan, dan sikap pengambilan risiko. Ketersediaan fasilitas pembiayaan merupakan salah satu contoh kondisi lingkungan yang sangat penting bagi kegiatan wirausaha. Meskipun demikian, literatur penelitian memberikan bukti kuat bahwa elemen kontekstual bisnis, seperti ketersediaan pembiayaan, memiliki dampak yang lebih besar terhadap upaya kewirausahaan perempuan dibandingkan karakteristik pribadi (Jurnal Perempuan, 2018).

Selain alasan yang telah disebutkan sebelumnya, penelitian lain menunjukkan bahwa riwayat keluarga perempuan berdampak kecil terhadap kinerjanya sebagai wirausaha (Perempuan, 2019). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa salah satu faktor utama yang mendorong perempuan untuk mendirikan usaha sendiri adalah posisi mereka dalam perekonomian.

## **KESIMPULAN**

Pengusaha mikro, kecil, dan menengah sangat penting bagi inovasi dan pembangunan nasional, karena mereka menciptakan lapangan kerja, menyediakan barang dan jasa, dan berkontribusi terhadap pengentasan kemiskinan. Sebagian besar pengusaha perempuan terlibat dalam usaha mikro dan kecil, sehingga keputusan perempuan untuk menjadi wirausaha

merupakan faktor penting. Faktor internal seperti minat, pemberdayaan, dan motivasi mempengaruhi keputusan perempuan untuk menjadi wirausaha, dengan minat dan motivasi yang paling kuat.

Peraturan dan kebijakan di Indonesia tidak membatasi akses perempuan terhadap peluang menjadi perempuan produktif. Namun, faktor budaya, seperti perempuan yang bertanggung jawab penuh atas urusan rumah tangga, dapat menghambat produktivitas mereka. Di Indonesia, perempuan lebih umum mengambil tanggung jawab penuh atas urusan rumah tangga, sehingga menyebabkan tingkat partisipasi kerja laki-laki lebih rendah. Rentang usia terbesar bagi perempuan pengusaha adalah 35-45 tahun, karena sebagian besar mulai tenang setelah anak mereka cukup umur.

Karakteristik perempuan yang cepat memahami kondisi lokal, menciptakan peluang yang ada, memiliki motivasi tinggi, dan senang melakukan kegiatan yang bermanfaat bagi perempuan lain menjadikan peran mereka dalam perekonomian sebagai faktor penting yang memotivasi perempuan untuk mulai mendirikan usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alimuddin, Andi. 2021. "Penggunaan Internet dan Peluang Berwirausaha di Indonesia." *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis* 26(2):112. doi: 10.20961/jkb.v26i2.50913.
- Anwar, M. U., & Rashid, A. G. (2011). Female Entrepreneurs – A review of the literature and proposed conceptual framework. *Proceedings of 2<sup>nd</sup> International Conference on Business Management*, 1–30.
- Bastaman, A. , & Juffiasari, R. (2018). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pengambilan Keputusan Bagi Wanita Untuk Berwirausaha (Studi Kasus Anggota Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia DKI Jakarta). *Universitas Trilogi, Jakarta, 2013, 265–277*. [https://psp-kumkm.lppm.uns.ac.id/wp-content/uploads/sites/21/2016/01/aam-bastaman-prosiding-sme-s-combinedpdf\\_1.pdf](https://psp-kumkm.lppm.uns.ac.id/wp-content/uploads/sites/21/2016/01/aam-bastaman-prosiding-sme-s-combinedpdf_1.pdf)
- Bullough, A., & Sully de Luque, M. (2015). Women's participation in entrepreneurial and political leadership: the importance of culturally endorsed implicit leadership theories. *Leadership*, 11(1), 36–56.
- change: A comparative analysis of social entrepreneurship processes in emerging markets. *Technological Forecasting & Social Change*, 157.
- critique and new directions. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 8(3), 221–241.
- future directions. *Global Entrepreneurship Res*, 6(1), 12.
- Hani, U., Rachmania, I. N., Setyaningsih, S., & Putri, R. C. (2012). Patterns of Indonesian Women Entrepreneurship. *Procedia Economics and Finance*, 4(Icsmed), 274–285.

*INCLUSION INSIGHT* ', SNKI 2019. <https://snki.go.id/>

*Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*, 3(2), 72–88.

Jurnal perempuan. (2018). *Perempuan dan Ekonomi Perawatan*. 23, 249–258. [www.indonesianfeministjournal.org](http://www.indonesianfeministjournal.org)

Mokalu, B. J. (2016). Perempuan Berwirausaha Mengentas Ekonomi Keluarga.

Muntean, S. C., & Pan, B. O. (2016). Feminist perspectives on social entrepreneurship:

National, S. , Inklusif, K. , Women, N. , & Strategy, F. I. (2020). *Strategi Nasional Keuangan Inklusif Perempuan 0 National Women's Financial Inclusion Strategy*. 1–55. <https://snki.go.id/>

Perempuan, D. A. N. (2019). *ASURANSI MIKRO INDONESIA ' FINANCIAL*

Ribhan. (2007). *Analisis Perbandingan Kemampuan Entrepreneurship antara Pengusaha Wanita dan Pria pada Usaha Kecil dan Menengah di Bandar Lampung*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* Vol.3 no 2, Januari 2007.

Rosca, E., Agarwal, N., & Brem, A. (2020). Women entrepreneurs as agents of

Septianingsih, L. (2011). *Analisis Perbandingan Kemampuan Entrepreneurship antara Pengusaha Wanita dan Pria pada Usaha Kecil dan Menengah di Kecamatan kota Kudus*. Fakultas Ekonomi - Universitas Katolik Sugijapranata, Semarang.

Sharma, A., Dua, S., & Hatwal, V. (2012). Micro Enterprise Development and Rural Women Entrepreneurship : Way for Economic Empowerment. *Arth Prabandh: A Journal of Economics and Management*, 1(6), 114–127.

Suryana. (2011). *Kewirausahawan*. Salemba empat.

Tambunan, T. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia. Isu-isu Penting*. Jakarta : Penerbit LP3ES.

Tambunan, tulus. (2012). *Wanita pengusaha di UMKM di Indonesia: Motivasi dan Kendala*. *Center for Industry, SME and Business Competition Studies, Trisakti University*. Published by LPFE Trisakti University 2012.

*Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. (2008). <https://www.bigo.id/id/tentang-bi/uubi/Documents/UU20Tahun2008UMKM.pdf>

Yadav, V., & Unni, J. (2016). Women entrepreneurship: research review and

Yuniawati, Rizqy Aiddha. 2021. "Pemberdayaan Perempuan Dalam Membangun Kemandirian Ekonomi." *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan* 5(1):169. doi: <https://doi.org/10.31764/jpmb.v5i1.4861>.