

PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DALAM MENDUKUNG USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI INDONESIA

Marthalina

Institut Pemerintahan Dalam Negeri

E-mail: marthalina88@gmail.com

AbstrAct

The existence of gender equality in Indonesia has provided new hope for women to be involved and make decisions in the businesses they pursue. At present, women have acted as partners of husbands in meeting family needs and actively participating in social life, government organizations or local organizations. Working women have contributed to improving the welfare of the family economy in meeting the needs for clothing, food and shelter. Unfortunately the pace of gender equality in Indonesia is still constrained by the low confidence of banks to provide capital loans, which is only around 45%-55%.

Women's empowerment in the UMKM sector is expected to reduce poverty, provide increased income, increase knowledge and quality of human resources and prepare women's communities to become a community that is friendly to banks and the economy.

This reseach uses qualitative data analysis with data sources in the research obtained from the literature study documents relating to the empowerment of women and micro, small and medium enterprises. The documents in this study can be in the form of regulations, books and news sources from the internet. The data analysis was carried out descriptively by reducing data, presenting data and making conclusions.

It was concluded that women's empowerment in supporting UMKM in Indonesia had enormous potential and had to be optimized by the central government and regional governments. Cooperation is needed from various private parties, banks and other institutions in supporting women's empowerment. A place is needed to accommodate women workers to be more able to play a role in the business sector, the need for training in entrepreneurship training, product innovation, management to improve women's skills in the field of entrepreneurship so that productive activities have the value of education and high competitiveness.

Keywords: *role of women, entrepreneurship*

ABSTRAK

Adanya persamaan gender di Indonesia telah memberikan harapan baru terhadap perempuan untuk terlibat dan mengambil keputusan dalam usaha yang ditekuni. Saat ini, perempuan telah berperan sebagai partner suami dalam memenuhi kebutuhan keluarga serta turut aktif dalam kehidupan sosial, organisasi pemerintah ataupun organisasi lokal. Perempuan pekerja telah ikut memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan pada ekonomi keluarga dalam memenuhi kebutuhan akan sandang, pangan dan papan. Sayangnya gerak

laju kesetaraan gender di Indonesia masih terkendala rendahnya kepercayaan perbankan untuk memberikan kredit permodalan yakni hanya sekitar 45%-55%.

Pemberdayaan perempuan pada sektor UMKM diharapkan dapat menurunkan tingkat kemiskinan, memberikan peningkatan penghasilan, meningkatkan pengetahuan dan kualitas sumber daya manusia serta menyiapkan komunitas perempuan menjadi komunitas yang ramah terhadap bank dan ekonomi.

Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif dengan sumber data dalam penelitian yang diperoleh dari dokumen studi kepustakaan yang berkaitan dengan pemberdayaan perempuan dan usaha mikro, kecil dan menengah. Dokumen dalam penelitian ini dapat berupa peraturan-peraturan, buku dan sumber-sumber berita dari internet. Adapun analisis data dilakukan secara deskriptif dengan melakukan reduksi data, penyajian data serta membuat kesimpulan.

Disimpulkan bahwa pemberdayaan perempuan dalam mendukung UMKM di Indonesia memiliki potensi yang sangat besar dan harus dioptimalkan oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Dibutuhkan kerjasama dari berbagai pihak swasta, perbankan dan lembaga lainnya dalam mendukung pemberdayaan perempuan. Diperlukan wadah yang mengakomodasi kaum perempuan pekerja untuk lebih bisa berperan dalam bidang usaha, perlunya pelatihan tentang wirausaha, inovasi produk, manajemen untuk meningkatkan ketrampilan wanita dibidang wirausaha sehingga kegiatan yang produktif terdapat nilai edukasi dan berdaya saing tinggi.

Kata kunci: peran perempuan, kewirausahaan

PENDAHULUAN

Pengembangan industri rumahan melalui pemberdayaan perempuan dalam sistem ekonomi rumah tangga merupakan bagian dari integrasi agenda prioritas pemerintah dalam kabinet kerja. Melalui Industri rumahan ini, perempuan dapat berproduksi tanpa harus meninggalkan rumah, bahkan industri rumahan yang maju dapat menyerap tenaga kerja dan menciptakan lapangan kerja. Ditambah lagi dengan adanya kemajuan teknologi, maka produk industri rumahan ini dapat dipasarkan dari rumah melalui internet. Dari jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), data dari Kementerian Koperasi dan UKM pada 2015 mencatat, sekitar 52 juta pelaku UMKM yang ada di seluruh Indonesia, sebanyak 60 persen usaha dijalankan oleh

perempuan. Pengembangan usaha yang mereka lakukan telah banyak memberikan kontribusi bagi keluarga, lingkungan dan masyarakat.

Dikutip dari Medan Bisnis yang penulis akses pada www.mdn.biz.id bahwa hampir 60 persen usaha mikro kecil di Indonesia dikelola oleh perempuan. Hal ini disampaikan oleh Sekretaris Direktorat Jenderal Asia Pasifik dan Afrika Kemlu Bapak Duta Besar Sudirman Haseng pada “*APEC High Level Policy Dialogue on Women and the Economy*” 2017 yang berlangsung di Hue City, Viet Nam bahwa saat ini Pemerintah Indonesia menerapkan program atau mekanisme pengembangan industri rumahan yang bertujuan untuk menurunkan angka kemiskinan.

Menurut Sudirman, mekanisme ini diharapkan dapat meningkatkan kerja

sama lintas sektor dalam memberdayakan UMKM, yang sekaligus untuk mengurangi tingkat kekerasan terhadap perempuan dan anak, angka perdagangan orang, kesenjangan ekonomi, dan mendorong perempuan untuk terlibat aktif dalam ekonomi. Mekanisme pengembangan industri rumahan ini juga bertujuan untuk mendekatkan pelaku usaha perempuan terhadap akses modal, akses informasi dan teknologi, akses pasar, akses pelatihan, hingga pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga dan ketahanan keluarga.

Menurut Sudirman, peran perempuan dalam ekonomi masih belum optimal, sehingga dibutuhkan pendekatan yang lebih inovatif, holistik, dan terkoordinasi.

Sementara itu, APEC sepakat untuk:

1. Lebih efektif dalam meningkatkan wirausaha dan peluang kerja bagi perempuan.
2. Keterjaminan persamaan perolehan hak upah/gaji antara pekerja laki-laki dan perempuan, serta menjamin representasi wanita di tingkat pembuat keputusan dan kebijakan (*leadership level*).
3. Membuka kesempatan yang lebih besar bagi kaum perempuan dalam memperoleh pendidikan pada semua sektor, terutama yang dapat menunjang inklusivitas dalam pembangunan ekonomi.
4. Pengusaha dapat diberikan kemudahan dan kuota khusus bagi UMKM yang dipimpin oleh perempuan dalam proses pengadaan barang dan jasa.

Ketua Umum PPLIPI, Indah Suryadharma Ali, mengatakan, dengan tingkat populasi wanita sebesar 49

persen dari total penduduk Indonesia, menunjukkan besarnya peluang bagi kaum perempuan untuk terlibat aktif mulai dari usaha mikro yang biasanya dimulai dari sebuah usaha rumahan. Hal ini terbukti, UMKM perempuan paling bertahan dari krisis moneter, ekonomi, pangan, dan energi yang menimpa dunia dan Indonesia dalam kurun waktu 10 tahun terakhir.

UMKM saat ini bukan hanya mengejar kuantitas semata, namun bagaimana membuat yang sudah ada menjadi lebih berkualitas dan siap menghadapi kondisi pasar global saat ini. Salah satunya, dengan memanfaatkan instrumen dan teknologi digital untuk menembus pasar yang lebih luas diseluruh Indonesia termasuk menembus pasar internasional.

Berdasarkan data yang penulis akses pada wartaekonomi.co.id diperoleh informasi dari IFC & USAid Report 2016 bahwa meskipun perempuan di Indonesia sudah terkoneksi teknologi informasi dengan baik, tetapi tidak menggunakan potensi internet secara maksimal, 47% perempuan tidak menggunakan teknologi untuk bisnisnya dalam arti penggunaan terbatas. Sementara 32% perempuan tidak tahu bagaimana menemukan apa yang mereka inginkan di internet dengan kata lain pengetahuan yang terbatas

Berdasarkan kajian Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak ketika perempuan ingin mengakses teknologi informasi, mereka masih meminta pertolongan kepada keluarga atau anggota masyarakat yang lainnya untuk menggunakan internet. Kendala yang dihadapi perempuan adalah tidak tahu cara menggunakan komputer, akses

ke internet, signal yang tidak baik dan kekhawatiran adanya biaya mahal serta menghabiskan waktu untuk mengakses internet. Secara umum, perempuan pelaku UKM mengharapkan adanya pelatihan komputer dan internet, terutama cara pembuatan *website* dan pemasaran produk melalui internet. Pelatihan diharapkan dapat dilakukan secara berulang, lama waktunya 2 sampai dengan 3 jam setelah makan siang atau sore, dan tempatnya tidak terlalu jauh dengan lokasi mereka tinggal seperti di Balai RW atau sanggar.

Dalam sambutan Deputi Bidang Kesetaraan Gender Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak RI pada acara Konferensi Womenwill Jakarta pada tanggal 17 Mei 2017 disampaikan bahwa “perkembangan ekonomi ke depan, dengan pertumbuhan angkatan kerja 2-2,5 juta per tahun maka diperlukan penyerapan tenaga kerja yang cukup besar dengan pertumbuhan ekonomi sebesar 10% per tahun”.

Menurut Kepala Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Bali, Causan Iman Karana, Denpasar, Bali, pada Jumat tanggal 23 September 2016 yang penulis akses pada kompas.com salah satu upaya untuk mendukung pengendalian inflasi adalah peningkatan produksi komoditas bahan pangan, khususnya penyumbang utama inflasi. Sejalan dengan itu, Bank Indonesia memperkenalkan budi daya pertanian organik untuk komoditas padi, cabai, bawang merah dan daging sapi dengan pendekatan kelompok UMKM. Sebagaimana kita ketahui bersama, permasalahan umum yang dihadapi UMKM antara lain keterbatasan dalam bidang produksi, baik segi kualitas

maupun kontinuitas, pemasaran produk dan pembiayaan.

Berdasarkan data yang penulis akses pada www.neraca.co.id bahwa keberadaan usaha kecil dan menengah (UKM) mempunyai peranan penting bagi perekonomian dalam negeri, terlebih kekokohan sektor UKM terbukti mampu bertahan ditengah krisis ekonomi 1998. Berangkat dari situ, pemerintah mempunyai kepentingan besar agar industri UKM bisa terus ditingkatkan dan termasuk memiliki daya saing ditengah dinamika pasar yang terbuka.

Kehadiran UKM mempunyai nilai lebih, selain mampu mendorong perekonomian sektor ril juga membuka lapangan pekerjaan dan termasuk mengentaskan kemiskinan. Namun dalam perjalanannya, industri UKM sulit berkembang lantaran terhambat masalah klasik soal permodalan dari perbankan karena UKM dinilai tidak ramah bank.

Menurut Deputi Pengembangan Kewirausahaan dan Pengembangan SDM, Kementerian Koperasi dan UKM, Taty Ariati, dari keseluruhan UKM, baru sekitar 45%-55% UKM di Indonesia yang mendapatkan akses ke perbankan, sehingga perlu ada usaha yang lebih maksimal agar terjadinya pemerataan kucuran dana dari perbankan kepada UKM. “Salah satu upaya adalah saat ini pemerintah telah meluncurkan program Kredit Usaha Rakyat (KUR) dengan menggandeng sejumlah perbankan.

Sayangnya, gerak laju kesetaraan gender tersebut masih terkendala kepercayaan pihak perbankan yang masih rendah pada perempuan terutama untuk menyalurkan permodalan. Perbankan nasional cenderung masih menilai pengusaha perempuan belum memenuhi

kriteria 5C (*character, capacity, capital, collateral dan condition*) yang diperlukan perbankan untuk memitigasi risiko kreditnya. Lebih dari 90% UKM milik wanita menggunakan tabungan pribadi mereka untuk membangun usahanya, dan kebanyakan dari mereka berada di luar Jakarta. Merespon pentingnya peranan perempuan dalam sektor UKM untuk kaitannya dengan penopang ekonomi nasional, PT Bank Internasional Indonesia Tbk (BII) sudah aktif memberdayakan perempuan melalui *micro finance*.

Menurut Taty Ariati, perempuan memiliki beberapa kelebihan yang mungkin tidak dimiliki kaum pria pada umumnya dalam menjalankan suatu usaha. **Pertama**, ketelatenan. Biasanya perempuan akan lebih telaten dalam menjalankan suatu model usahanya. Biasanya perempuan mampu membuat suatu produk memiliki nilai lebih menarik dan mempunyai daya beli tinggi.

Kedua, networking. Perempuan biasanya mudah bergaul dan memiliki suatu mekanisme pendekatan yang memudahkan perempuan memiliki jaringan lebih luas. Terlebih, perempuan jeli melihat peluang bisnis dari networking tersebut.

Ketiga, ketangguhan diri. Perempuan ketika dihadapi dengan PHK atas pekerjaan, biasanya tidak mudah putus asa. Biasanya perempuan melihat kegagalan tersebut dengan cara berwirausaha dengan pengalaman yang dimilikinya.

Oleh karena itu, UKM perempuan yang didanai perbankan juga memiliki nilai lebih daripada UKM yang tidak dikelola oleh kalangan perempuan. Alasannya, Non Performing Loan (NPL) yang ada bisa dikatakan kecil atau bisa dikatakan 0%.

Menurut Corporate Communications BII Esti Nugraheni, kecilnya NPL yang terjadi dari pendanaan kepada UKM perempuan disebabkan perempuan lebih teliti dalam mengelola dana. Pada akhirnya dapat mengembalikan dana dengan baik. Biasanya UKM perempuan itu mengembalikan dananya dengan baik dan tepat. Jadi, memang NPL-nya bisa dikatakan 0%.

Pemberdayaan perempuan pada sektor UMKM diharapkan dapat menurunkan tingkat kemiskinan, memberikan peningkatan penghasilan yang lebih baik, meningkatkan pengetahuan dan kualitas sumber daya manusia dan menyiapkan komunitas perempuan menjadi komunitas yang ramah terhadap bank.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Pemberdayaan

Sulistiyani (2004:7) menjelaskan bahwa “Secara etimologis pemberdayaan berasal dari kata dasar “daya” yang berarti kekuatan atau kemampuan”. Berdasarkan pengertian di atas, pemberdayaan dapat dimaknai sebagai sebuah proses untuk menambah kekuatan atau kemampuan, memperoleh dan pemberian daya dari pihak yang telah memiliki daya kepada pihak yang belum atau kurang berdaya.

Sedangkan menurut Prijono, S. Onny dan Pranarka, A.M.W (1996:55), pemberdayaan adalah proses kepada masyarakat agar menjadi berdaya, mendorong atau memotivasi individu agar mempunyai kemampuan atau keberdayaan untuk menentukan pilihan hidupnya dan pemberdayaan harus ditujukan pada kelompok atau lapisan masyarakat yang tertinggal.

Menurut Riant Nugroho (2008) mengemukakan, ada empat indikator pemberdayaan.

1. Akses, dalam arti kesamaan hak dalam mengakses sumber daya-sumber daya produktif di dalam lingkungan.
2. Partisipasi, yaitu keikutsertaan dalam mendayagunakan asset atau sumber daya yang terbatas tersebut.
3. Kontrol, yaitu bahwa lelaki dan perempuan mempunyai kesempatan yang sama untuk melakukan kontrol atas pemanfaatan sumber daya-sumber daya tersebut.
4. Manfaat, yaitu bahwa lelaki dan perempuan harus sama-sama menikmati hasil-hasil pemanfaatan sumber daya atau pembangunan secara bersama dan setara.

Gunawan Sumodiningrat yang dikutip Riant Nugroho (2008) menjelaskan untuk melakukan pemberdayaan perlu tiga langkah yang berkesinambungan.

1. Pemihakan, artinya perempuan sebagai pihak yang diberdayakan harus dipihaki daripada laki-laki.
2. Penyiapan, artinya pemberdayaan menuntut kemampuan perempuan untuk bisa ikut mengakses, berpartisipasi, mengontrol, dan mengambil manfaat.
3. Perlindungan, artinya memberikan proteksi sampai dapat dilepas.

Berdasarkan beberapa penjelasan di atas penulis menyimpulkan pemberdayaan adalah proses untuk menambah kekuatan atau kemampuan, memperoleh dan pemberian daya, kekuatan atau kemampuan dari pihak yang telah memiliki daya kepada pihak yang belum atau kurang

berdaya. Sehingga dalam penelitian ini, pemberdayaan yang dimaksud adalah pemberdayaan yang dilakukan terhadap perempuan pemilik sekaligus pengelola usaha mikro kecil dan menengah dalam hal peningkatan ekonomi khususnya bagi kaum perempuan di Indonesia.

Menurut Riant Nugroho (164:2008) tujuan dari program pemberdayaan perempuan adalah:

1. Meningkatkan kemampuan kaum perempuan untuk melibatkan diri dalam program pembangunan, sebagai partisipasi aktif (subjek) agar tidak sekedar menjadi objek pembangunan seperti yang terjadi selama ini,
2. Meningkatkan kemampuan kaum perempuan dalam kepemimpinan, untuk meningkatkan posisi tawar-menawar dan keterlibatan dalam setiap pembangunan baik sebagai perencana, pelaksana, maupun melakukan monitoring dan evaluasi kegiatan,
3. Meningkatkan kemampuan kaum perempuan dalam mengelola usaha skala rumah tangga, industri kecil maupun industri besar untuk menunjang peningkatan kebutuhan rumah tangga, maupun untuk membuka peluang kerja produktif dan mandiri,
4. Meningkatkan peran dan fungsi organisasi perempuan di tingkat lokal sebagai wadah pemberdayaan kaum perempuan agar dapat terlibat secara aktif dalam program pembangunan pada wilayah tempat tinggalnya.

Menurut IMF yang dikutip oleh Herri, dkk (2009: 5) lima langkah tersebut yaitu:

1. Membantu dan mendorong kaum perempuan untuk membangun dan

mengembangkan pengetahuan serta kompetensi diri mereka, melalui berbagai program pelatihan,

2. Membantu kaum perempuan dalam strategi usaha dan pemasaran produk,
3. Memberikan pemahaman terhadap regulasi dan peraturan pemerintah terkait dengan legalitas dunia usaha,
4. Mendorong dan membantu kaum perempuan untuk mampu menggunakan teknologi informasi dan komunikasi secara optimal,
5. Membuat Usaha Mikro/Jaringan Usaha Mikro Perempuan/ Forum Pelatihan Usaha.

Adapun program-program pemberdayaan perempuan yang ditawarkan menurut Riant Nugroho (2008:165-166) adalah:

1. Penguatan organisasi kelompok perempuan di segala tingkat mulai dari kampung hingga nasional. Seperti misalnya PKK (Pembinaan Kesejahteraan Keluarga), perkumpulan koperasi maupun yayasan sosial. Penguatan kelembagaan ditujukan untuk meningkatkan kemampuan lembaga agar dapat berperan aktif sebagai perencana, pelaksana, maupun pengontrol,
2. Peningkatan fungsi dan peran organisasi perempuan dalam pemasaran sosial program-program pemberdayaan. Hal ini penting mengingat selama ini program pemberdayaan yang ada, kurang disosialisasikan dan kurang melibatkan peran masyarakat,
3. Pelibatan kelompok perempuan dalam perencanaan, pelaksanaan dan monitoring semua program pembangunan yang ada. Keterlibatan

perempuan meliputi program pembangunan fisik, penguatan ekonomi, dan peningkatan kualitas sumber daya manusia,

4. Peningkatan kemampuan kepemimpinan perempuan, agar mempunyai posisi tawar yang setara serta memiliki akses dan peluang untuk terlibat dalam pembangunan,
5. Peningkatan kemampuan anggota kelompok perempuan dalam bidang usaha (skala industri kecil/rumah tangga hingga skala industri besar) dengan berbagai keterampilan yang menunjang seperti kemampuan produksi, kemampuan manajemen usaha serta kemampuan untuk mengakses kredit dan pemasaran yang lebih luas.

Terkait dengan pemberdayaan perempuan dalam usaha mikro, kecil dan menengah hal yang perlu dilakukan adalah penciptaan iklim yang kondusif yang menurut Roosganda Elizabeth, (2007: 131) berupa:

1. Mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki,
2. Menciptakan aksesibilitas terhadap berbagai peluang yang menjadikannya semakin berdaya,
3. Tindakan perlindungan terhadap potensi sebagai bukti keberpihakan untuk mencegah dan membatasi persaingan yang tidak seimbang dan cenderung eksploitasi terhadap yang lemah oleh yang kuat

Pengembangan Kewirausahaan

Pada tahun 2013 jumlah penduduk miskin absolut tercatat 36,1 juta dari total

penduduk secara keseluruhan. Dari jumlah tersebut ternyata lebih banyak penduduk perempuan miskin dibandingkan laki-laki (Ratnawati :2011) dan jumlahnya meningkat dari tahun ke tahun. Dengan demikian, data tersebut menyatakan bahwa kemiskinan sangat dekat dengan kaum perempuan. Ada lima faktor yang saling berhubungan yang berpengaruh dengan pemberdayaan perempuan, antara lain : kesejahteraan, akses sumberdaya, partisipasi, kesadaran kritis dan kontrol.

Menurut Kasmir (2007:18) secara sederhana arti wirausahawan (*entrepreneur*) adalah orang yang berjiwa berani mengambil resiko untuk membuka usaha dalam berbagai kesempatan. Berjiwa berani mengambil resiko artinya bermental mandiri dan berani memulai usaha, tanpa diliputi rasa takut atau cemas sekalipun dalam kondisi yang tidak pasti

Pemberdayaan menurut Kasmir (2007:20) bukan hanya meliputi penguatan individu anggota masyarakat, tetapi juga pranata-pranatanya. Menanamkan nilai-nilai budaya modern, seperti kerja keras (*hard working*), kemandirian (*self reliance*), hemat (*efficiency*), keterbukaan (*open mind*), sikap tanggung jawab (*responsible*), adalah merupakan bagian pokok dari upaya pemberdayaan ini.

Kasmir (2007:18) perempuan wajib diberdayakan karena:

1. Perempuan mempunyai kepentingan yang sama dalam pembangunan, dan juga merupakan pengguna hasil pembangunan, yang mempunyai hak sama dengan laki-laki.
2. Perempuan juga memiliki kepentingan yang khusus sifatnya bagi perempuan itu sendiri dan anak-anak. Yang

kurang optimal jika digagas oleh laki-laki karena membutuhkan kepekaan yang sifatnya khusus, terkait dengan keseharian, sosio kultural yang ada.

3. Memberdayakan dan melibatkan perempuan dalam pembangunan, secara tidak langsung akan juga memberdayakan dan menularkan semangat yang positif kepada generasi penerus, yang pada umumnya dalam keseharian sangat lekat dengan sosok ibu.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Menurut Rudjito (2003) Usaha Kecil dan Menengah adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya.

Menurut Ina Primiana, usaha mikro kecil dan menengah *adalah* pengembangan empat kegiatan ekonomi utama yang menjadi motor penggerak pembangunan Indonesia, yaitu; Industri manufaktur, **Agribisnis**, Bisnis kelautan dan Sumber daya manusia. Selain itu, Ina Primiana juga mengatakan bahwa UMKM dapat diartikan sebagai pengembangan kawasan andalan untuk mempercepat pemulihan perekonomian untuk mawadahi program prioritas dan pengembangan berbagai sektor dan potensi. Sedangkan usaha kecil merupakan peningkatan berbagai upaya pemberdayaan masyarakat.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 5 orang sampai dengan 19 orang, sedangkan usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 orang sampai dengan 99 orang.

Sedangkan menurut Kementerian Keuangan Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK 016/1994 tanggal 27 Juni 1994:

“Usaha Kecil sebagai perorangan/badan usaha yang telah melakukan kegiatan/usaha yang mempunyai penjualan/omset per tahun setinggi-tingginya Rp. 600.000.000 atau asset (aktiva) setinggi-tingginya Rp.600.000.000 (diluar tanah dan bangunan yang ditempati). Contohnya Firma, CV, PT, dan Koperasi yakni dalam bentuk badan usaha. Sedangkan contoh dalam bentuk perorangan antara lain pengrajin industri rumah tangga, peternak, nelayan, pedagang barang dan jasa dan yang lainnya. Dari berbagai pendapat di atas, pengertian UMKM dilihat dari berbagai aspek, baik dari segi kekayaan yang dimiliki pelaku, jumlah tenaga kerja yang dimiliki atau dari segi penjualan/omset pelaku UMKM”

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Dalam Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah bahwa yang dimaksud Usaha Mikro adalah :

“Usaha mikro diartikan sebagai usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria usaha mikro. Usaha yang termasuk kriteria usaha mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih mencapai Rp 50.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan usaha

mikro setiap tahunnya paling banyak Rp 300.000.000,-

Dalam Pasal 1 ayat 2 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah bahwa yang dimaksud Usaha Kecil adalah:

“Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.”

Dalam Pasal 1 ayat 3 Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah bahwa yang dimaksud adalah:

1. Usaha Mikro

Kriteria kelompok Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

2. Usaha Kecil

Usaha kecil merupakan suatu usaha ekonomi produktif yang independen atau berdiri sendiri baik yang dimiliki perorangan atau kelompok dan bukan sebagai badan usaha cabang dari perusahaan utama. Dikuasai dan dimiliki serta menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah. Usaha yang masuk kriteria usaha kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih Rp 50.000.000,- dengan maksimal

yang dibutuhkannya mencapai Rp 500.000.000,-. Hasil penjualan bisnis setiap tahunnya antara Rp 300.000.000,- sampai paling banyak Rp 2,5.000.000.000,-.

3. Usaha Menengah

Pengertian usaha menengah adalah usaha dalam ekonomi produktif dan bukan merupakan cabang atau anak usaha dari perusahaan pusat serta menjadi bagian secara langsung maupun tak langsung terhadap usaha kecil atau usaha besar dengan total kekayaan bersihnya sesuai yang sudah diatur dengan peraturan perundang-undangan.

Usaha menengah sering dikategorikan sebagai bisnis besar dengan kriteria kekayaan bersih yang dimiliki pemilik usaha mencapai lebih dari Rp500.000.000,- hingga Rp10.000.000.000,- dan tidak termasuk bangunan dan tanah tempat usaha. Hasil penjualan tahunannya mencapai Rp2,5 .000.000,- milyar sampai Rp50.000.000.000,-.

ciri-ciri UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)

1. Jenis komoditi/ barang yang ada pada usahanya tidak tetap, atau bisa berganti sewaktu-waktu
2. Tempat menjalankan usahanya bisa berpindah sewaktu-waktu
3. Usahanya belum menerapkan administrasi, bahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha masih disatukan
4. Sumber daya manusia (SDM) di dalamnya belum punya jiwa wirausaha yang mumpuni
5. Biasanya tingkat pendidikan SDM nya masih rendah

6. Biasanya pelaku UMKM belum memiliki akses perbankan, namun sebagian telah memiliki akses ke lembaga keuangan non bank

7. Pada umumnya belum punya surat ijin usaha atau legalitas, termasuk NPWP
Kriteria Usaha Mikro, Usaha Kecil dan Usaha Menengah yaitu:

1. Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni:

- a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 3000.000.000 (tiga ratus juta rupiah)

2. Usaha Kecil, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria yakni:

- a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

3. Usaha Menengah, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria :
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta`rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada dasarnya merupakan suatu cara yang bersifat ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Oleh karena itu, tujuan umum penelitian adalah untuk memecahkan masalah, maka langkah-langkah yang akan ditempuh harus relevan dengan masalah yang telah dirumuskan menurut Sugiono (2012:2). Silalahi (2012:180) mengatakan bahwa desain penelitian merupakan rencana dan struktur penyelidikan yang disusun sedemikian rupa sehingga peneliti akan dapat memperoleh jawaban.

Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif dengan sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari dokumen-

dokumen melalui studi kepustakaan berkaitan dengan pemberdayaan perempuan dan usaha mikro, kecil dan menengah. Dokumen dalam penelitian ini dapat berupa peraturan-peraturan, buku dan sumber-sumber berita dari internet. Adapun analisis data dilakukan secara deskriptif dengan melakukan reduksi data, penyajian data serta membuat kesimpulan bagaimana peristiwa sebagaimana dalam rumusan masalah dalam penelitian ini dapat terjadi.

Tulisan ini dibuat sebagai sumbang saran pemikiran dan sebuah pandangan bahwa pemberdayaan perempuan pada sektor UMKM diharapkan dapat menurunkan tingkat kemiskinan dengan melaksanakan pemberdayaan perempuan untuk mendapat penghasilan yang lebih baik, meningkatkan pengetahuan dan kualitas sumber daya manusia dan menyiapkan komunitas perempuan menjadi komunitas yang ramah terhadap bank.

PEMBAHASAN

Kesetaraan gender pada zaman sekarang telah membuat kaum wanita mulai percaya diri untuk mengembangkan kemampuan dan kreativitasnya untuk turut andil dalam pemenuhan kebutuhan. Menurut kuisisioner yang disebarkan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia kepada koresponden pekerja wanita yang penulis akses pada www.depkop.go.id membuktikan jika ada beberapa kendala internal yang membuat para pekerja wanita masih bimbang untuk mengembangkan potensi sebagai seorang pekerja. Diantaranya adalah:

Pertama, Mengambil keputusan dengan banyak pertimbangan. Wanita dikenal dengan sikapnya yang

mengedepankan emosi dibandingkan dengan logika ketika mengerjakan sebuah pekerjaan. Hal ini merupakan salah satu faktor dimana perempuan cukup lama dalam mengambil sebuah keputusan yang mana hal tersebut dipengaruhi oleh emosi. Bahkan tidak jarang mereka mengambil keputusan dimana keputusan tersebut didasarkan oleh emosi mereka dan tidak memikirkan efek atau hasil akhir yang akan didapat di kemudian hari.

Kedua, Memiliki Empati yang terlalu tinggi. Tidak dapat dipungkiri jika wanita dikenal memiliki empati yang tinggi. Empati merupakan rasa simpati berlebih terhadap keadaan sekitar dan seakan-akan turut merasakan. Kondisi tersebut bukanlah hal yang dilarang namun jika pada dunia usaha maka hal tersebut dapat menjadi boomerang bagi wanita itu sendiri. Dalam dunia usaha, rasa empati merupakan kendala yang dapat menghambat perkembangan bisnis dan karir pekerja wanita. Sebab tidak jarang seorang pekerja wanita yang mengandalkan empatinya bersikap kurang tegas terhadap kebijakan yang seharusnya dia terapkan. Maka sifat dianggap kurang menjadikan pekerja wanita menjadi tidak terdidik secara mental untuk terjun dalam dunia bisnis yang sesungguhnya.

Ketiga, Masih takut gagal. Walau pekerja wanita terkenal ulet dalam bekerja, namun disisi lain wanita cenderung takut akan gagal sehingga tidak jarang wanita ragu-ragu untuk terjun dalam dunia pekerjaan yang menuntutnya harus selalu mencoba hal yang baru. Dan yang sering terjadi adalah pekerja wanita lebih banyak memilih untuk bekerja pada sektor yang dia rasa merupakan pasionnya. Sehingga tidak jarang pula para pekerja wanita ini lebih milih untuk *stagnan* pada posisinya

sebagai karyawan sekarang dari pada memilih untuk naik jabatan atau pun beralih pada pekerjaan yang baru.

Keempat, Pengetahuan wirausaha yang kurang. Para pekerja wanita selain mereka memiliki kewajiban untuk bekerja, mereka juga memiliki kewajiban untuk mengurus rumah tangga. Maka hal ini menjadikan wanita harus memiliki waktu ekstra 2 (dua) kali lipat lebih sibuk dibandingkan laki. Hal inilah yang menjadikan mereka tidak memiliki waktu untuk belajar hal baru yang sebetulnya dapat menjadikan mereka lebih berkembang baik secara pengetahuan dan keahlian. Meski secara formal sekarang ini wanita tidak dapat di pandang sebelah mata kedudukannya dengan laki-laki.

Kelima, Kondisi Kodrat. Kondisi kodrat yang hanya dimiliki wanita seperti kondisi hamil, melahirkan, menyusui, dan menstruasi bulanan yang membuat wanita terbatas akan mobilitasnya dalam bekerja. Hal ini tidaklah mudah mengingat kondisi kodrat ini merupakan salah satu kendala wanita dalam bekerja sebab memakan waktu bekerja mereka dan kondisi tersebut tidak dapat digantikan.

Sebagian besar pelaku usaha yang bergerak di tingkatan usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) yang bergerak di level menengah ke atas didominasi oleh kaum perempuan. Pelaku usaha yang digeluti oleh kaum perempuan dinilai lebih gigih dan tangguh dalam mengatasi resiko bisnis, bahkan mereka bertahan saat dihantam badai krisis 1998. Sebagian besar usaha yang digeluti oleh kaum perempuan ini bergerak dalam kategori kelompok usaha, industri rumahan, maupun usaha kecil yang menggunakan kemampuan dan keahlian diri seperti menjahit, membuat usaha kuliner dan

kerajinan tangan. Sebagian besar usaha yang dikelola oleh kaum perempuan belum terorganisir dengan baik, kondisi inilah yang menjadi salah satu hambatan dalam pengembangannya usaha. Sebagian besar kaum perempuan masih sulit untuk mengakses ke lembaga keuangan untuk memperoleh kredit peminjaman.

Beberapa Hambatan yang Sering Ditemui oleh Para Pelaku Usaha Perempuan

Menurut sudut pandang penulis, dalam menjalankan UMKM kaum perempuan sering menemukan beberapa persoalan yang secara umum dapat dilasifikasikan ke dalam tiga permasalahan, yaitu *pertama*, persoalan teknis berusaha. Kaum perempuan sering menghadapi hambatan yang serupa dengan para pelaku usaha mikro pada umumnya berupa minimnya modal usaha, keterbatasan jaringan pemasaran, keterbatasan pemanfaatan teknologi serta minimnya keterampilan manajemen dan teknik produksi. Menyikapi hal tersebut, diperlukan suatu kebijakan dan strategi pengembangan kewirausahaan dari instansi pemerintah terkait maupun dari lembaga swadaya masyarakat, sehingga hasil yang diharapkan dapat lebih tampil secara inovatif, kreatif dan sesuai perkembangan zaman dan berkesinambungan.

Kedua, aspek ekonomi yang dihadapi oleh perempuan. Minimnya modal yang sebagian besar diperoleh dari hasil tabungan atau investasi pribadi yang nominalnya masih cenderung relatif lebih rendah jika dibandingkan dengan modal usaha yang dikelola oleh laki-laki. Hal ini akan berkaitan dengan aspek yang *ketiga* yaitu persoalan struktural yang bersifat

politis yang dihadapi oleh perempuan yaitu berbagai jenis peraturan yang belum ramah dan berihak bagi perempuan untuk melakukan pengembangan usaha. Hal ini dikarenakan masih adanya peraturan dan sudut pandang yang masih kurang berpihak terhadap gender seperti perbankan dan institusi yang dalam memberikan pelayanan kredit usaha masih mengutamakan kepala keluarga sebagai penerima manfaat. Selanjutnya, ketimpangan relasi antara perempuan dengan suami dan keluarga. Perempuan sebagai pelaku usaha tetap dihadapkan pada peran dan tanggung jawab utamanya dalam lingkup intern keluarga, sedangkan pada untuk melakukan pengembangan usaha, perempuan dihadapkan kepada tuntutan berkomunikasi dan membangun hubungan baik dengan lingkungan publik.

Penelitian yang dilakukan oleh S. Garikipati yang berjudul *Microcredit and Women's Empowerment: Have We Been Looking at the Wrong Indicators?* Yang dapat diakses pada <https://dipot.ulb.ac>. menunjukkan output usaha mikro terutama yang dilakukan perempuan tidak memberikan hasil dalam bentuk penambahan modal dan pengembangan usaha. Keuntungan usaha habis untuk kebutuhan konsumsi keluarga, biaya kesehatan dan pendidikan anak. Meski sebagian pelaku usaha sudah mengikuti berbagai program peningkatan pendapatan dan pengembangan usaha kecil yang difasilitasi pemerintah dan LSM, namun banyak usaha mikro yang dijalankan tidak mengalami perubahan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ester Boserup tahun 1970-an, definisi tentang kerja yang bias gender, menjadi penyebab potensi perempuan dalam perekonomian tidak terlihat dalam

data statistik. Implikasi yang lebih jauh, pemahaman tentang hambatan yang menghadang perempuan, kelebihan dan kelemahannya tidak dipahami, dan menyebabkan perempuan pengusaha menjadi sumber daya yang tidak tampak, tidak disadari, dan tidak dimanfaatkan.

Sementara berdasarkan hasil survei ADB dan Kantor Meneg Koperasi dan UKM menunjukkan pengusaha perempuan cenderung memiliki kekuatan dan potensi yang spesifik yaitu sifat dan karakteristik yang lebih berhati-hati dan realistis dibandingkan dengan laki-laki. Perempuan dianggap lebih telaten dan rapi dalam hal urusan administrasi dan keuangan, mereka dapat diandalkan dalam pertanggungjawaban pinjaman ke bank, mudah beradaptasi dan dianggap mampu membangun komunikasi dengan baik dengan lingkungan.

Hal lain yang faktor penghambat sulitnya perempuan dalam memperoleh pinjaman perbankan adalah penafsiran peraturan Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan yang menetapkan bahwa laki-laki adalah kepala keluarga dan perempuan sebagai ibu rumah tangga serta masih digunakan hukum adat dalam pembagian hak waris sering merugikan perempuan yang tidak memiliki kolateral ketika mencari pinjaman.

Pemberdayaan Perempuan dalam UMKM

Beberapa bentuk usaha pemberdayaan perempuan yang dapat dilakukan oleh pemerintah pusat, daerah maupun institusi atau lembaga lain menurut penulis adalah:

Pertama, memberikan pelatihan tentang informasi pasar, keterampilan manajerial, *e-commerce*, modal usaha,

pemasaran, serta cara pengorganisasian kepada pelaku usaha. Tujuan pelatihan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan kaum perempuan dan kelompok usaha dalam berwirausaha, terutama pengenalan terhadap dunia usaha secara komprehensif yang berhubungan dengan bagaimana membangun komunikasi dengan dunia usaha luar.

Kedua, memberikan pelatihan tentang membuat rencana bisnis serta mendorong keberanian perempuan dalam membuka usaha dengan paradigma baru. Kelompok usaha perempuan diajarkan untuk membuat rencana bisnis dalam bentuk proposal pengajuan kredit usaha. Hal ini bertujuan agar kaum perempuan mampu mengakses modal usaha ke bank yang selama ini masih dirasa sulit untuk memenuhi persyaratan karena belum pernah diadministrasikan dan tidak pernah dilakukan pembukuan secara teratur.

Ketiga, pengembangan jaringan pemasaran. Pengusaha UMKM seharusnya mampu mengetahui karakter dan selera konsumennya secara tepat agar produk yang dipasarkan tepat sasaran. Informasi mengenai kebutuhan terhadap suatu produk sangat dibutuhkan dalam pengembangan jaringan pemasaran. Oleh sebab itu diperlukan sistem informasi pasar dan kemampuan membaca trend kebutuhan masyarakat yang berfungsi sebagai penyedia informasi tentang kebutuhan dan kondisi pasar. Kondisi ini merupakan sebuah peluang bagi pengusaha UMKM untuk mengembangkan jaringan pemasaran ke wilayah yang belum ada produk serupa. Berbagai produk UMKM masih belum sampai di pasar regional, padahal produk UMKM umumnya merupakan jenis produk yang bersifat khas yang sulit untuk diperoleh di daerah lainnya.

Keempat, efisiensi sistem promosi. Kualitas produk UMKM sebenarnya telah mampu bersaing dengan produk sejenis lainnya yang ada di pasar regional dan global. Untuk menyikapi hal tersebut, dibutuhkan sistem promosi produk yang profesional, efektivitas dan efisien. Beberapa system promosi yang dapat dilakukan adalah:

1. **Design kemasan produk.** Sebagian besar kemasan produk yang dihasilkan oleh UMKM masih terbilang sangat sederhana. Sedangkan pada perkembangannya, daya tarik desain kemasan mampu mempengaruhi keputusan pelanggan dan menjadi daya tarik terhadap konsumen. Hal-hal yang perlu diperhatikan oleh UMKM adalah bahan yang digunakan, bentuk tampilan fisik kemasan, tulisan dan warna yang mewakili keunggulan produk yang dipasarkan.
2. **Bergabung dalam e commers dan membuat website produk.** Promosi secara online cukup efektif dalam menjangkau minat konsumen. Biaya yang relatif rendah dan efisiensi waktu di manapun tempat pengusahaan UMKM berada, mereka dapat mempromosikan produknya kepada konsumen maupun perusahaan lain selama dalam jangkauan jaringan internet. Profil dan penjelasan produk dapat diakses secara online dengan transaksi dilakukan melalui transfer antar rekening dengan berbagai kode pembelian sehingga produk kemudian dapat dikirimkan ke alamat pembeli.
3. **Ikut kegiatan pameran.** Tujuan utama mengikuti kegiatan pameran bukanlah untuk semata-mata mendapatkan jumlah pembelian, akan

tetapi diharapkan setelah pengusaha UMKM mengikuti pameran maka para pengusaha dapat meraup konsumen dan calon konsumen. Dalam sebuah pameran, desain kemasan dan pemilihan produk yang keunikan merupakan salah satu nilai unggul terhadap produk untuk dapat diterima oleh konsumen dan calon konsumen pada saat pameran. Akan tetapi salah satu kendala yang dihadapi pengusahaan UMKM dalam mengikuti kegiatan pameran adalah keterbatasan finansia atau modal untuk kegiatan promosi seperti biaya administrasi, biaya pengangkutan, sewa tempat, akomodasi, biaya penginapan dan biaya peserta yang mengikut kegiatan pameran.

Kelima, membuat ciri khas sebagai keunggulan produk. yang berbasis pada inovasi dan kreativitas. Tujuan menciptakan karakteristik produk adalah untuk membedakan produk kita dengan produk serupa yang ada di pasar sehingga menjadi sebuah varian atau brand tersendiri bagi konsumen. Keunggulan lain adalah produk akan lebih mudah diingat oleh konsumen sehingga berpeluang menjadi pilihan pertama bagi konsumen. Hal ini akan berimbas kepada prinsip ekonomi dimana banyak permintaan akan meningkatkan harga produk. Agar kekhasan produk dapat terus dikembangkan, hal yang dapat dilakukan antara lain adalah:

1. Meningkatkan kreativitas dan inovasi. Agar produk UMKM dapat bertahan dan mampu bersaing di pasar dengan jangka panjang maka diperlukan kreativitas dan inovasi terhadap persepsi konsumen terhadap suatu produk. Pengusaha UMKM harus mampu menangkap dan memanfaatkan

peluang untuk mengetahui kekurangan dan kelebihanannya menurut kebutuhan dan selera konsumen agar inovasi yang dilakukan dapat sesuai dengan permintaan pasar.

2. Menambah nilai manfaat. Pengusaha UMKM harus menemukan nilai tambah dari produk itu sendiri. Metode ini bisa dilakukan dengan memadukan beberapa jenis produk lainnya untuk menjadi sebuah produk yang lebih variatif dan kaya fungsi.
3. Adaptif terhadap lingkungan sosial ekonomi konsumen. Metode ini dilakukan untuk mendapatkan rasa keberterimaan konsumen terhadap produk. Strategi ini dapat berupa inovasi desain kemasan, penamaan atau merk suatu produk dan penambahan manfaat sehingga produk mampu menyesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan permintaan pasar.

Keenam, membentuk wadah perkumpulan dalam koperasi. Koperasi khusus wanita diharapkan dapat mewadahi pengembangan kewirausahaan bagi pengusaha UMKM perempuan dalam mengatasi berbagai persoalan usaha. Beberapa persoalan yang diharapkan mampu dicarikan solusinya antaranya:

1. Modal Usaha. Pelaku UMKM diharapkan mendapat bantuan modal yang diambil dari dana kas koperasi ataupun iuran anggota. Koperasi wanita diharapkan menjadi wadah dalam menghubungkan pengusaha UMKM dan penyedia bahan baku dengan memanfaatkan hubungan sosial berupa kepercayaan. Agar kepercayaan dapat memberikan solusi terhadap pemenuhan bahan baku secara efektif dan jangka panjang,

maka prinsip kepercayaan harus didukung dengan perencanaan yang tepat untuk meminimalisir kerugian bagi kedua belah pihak.

2. Hubungan antar pengusaha UMKM. Melalui koperasi wanita diharapkan dapat mengakomodir para pengusaha UMKM dalam memasarkan produknya kepada konsumen. Melalui koperasi wanita diharapkan dapat membantu pengusaha melalui hubungan kerja sama dengan agen penyalur tetap yang akan mendorong produk mereka terserap oleh pasar. Hal ini agar para pengusaha dapat merencanakan volume rata-rata pejualan produk.
3. Jaminan kualitas terhadap konsumen. Melalui koperasi wanita diharapkan terjadi pengembangan keterampilan dan kemampuan bagi anggotanya. Untuk pekerjaan yang membutuhkan keterampilan dan kemampuan khusus, pengusaha haruslah lebih selektif dalam merekrut tenaga kerja yang memiliki keahlian dan kompetensi.
4. Membangun jaringan Interaksi Sosial. Bagi pengusaha UMKM perempuan, koperasi wanita diharapkan dapat menjadi sebuah komunitas yang diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan kemajuan usaha.

Ketujuh, aktif dan kontinyu memperkuat keunggulan produk. Para pengusaha UMKM harus selalu *up to date* dalam mengikuti perkembangan yang terjadi di pasar serta harus serius dalam mengupgrade keunggulan produknya. Diperlukan kecermatan dalam membaca perubahan pasar agar tercapai keberhasilan dan keuntungan perusahaan yang tepat dengan kebutuhan konsumen.

Kedelapan, pendampingan dan pembinaan. Melalui pendampingan dan pembinaan maka UMKM yang dikelola oleh perempuan mendapatkan bekal dan panduan dalam operasional perusahaan agar proses perencanaan, pelaksanaan dilapangan, evaluasi dan pelaporan dapat dijalankan dengan baik. Beberapa aspek pendampingan dan pembinaan yang diperlukan oleh UMKM antara lain: produksi (pengerjaan, *quality control*, pengepakan, keuangan (panganggaran, laporan, pembelian), pemasaran (penerapan strategi pemasaran, kontroling, laporan penjualan), pemilihan bahan baku, operasional (Peraturan, Budaya Kerja, Jam Kerja) dan Sumber Daya Manusia (sistem rekrutmen, penggajian dan tunjangan).

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pada hasil kajian dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan perempuan dalam mendukung usaha mikro, kecil dan menengah di Indonesia harus terus dioptimalkan oleh pemerintah baik itu pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Disamping itu kerjasama dari berbagai pihak baik itu swasta, perbankan dan lembaga lainnya dalam memberdayakan perempuan juga sangat diharapkan. Terbukti peranan wanita pekerja yang ada di Indonesia telah memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan pada ekonomi keluarga dalam memenuhi kebutuhan akan sandang, pangan dan papan.

Adanya persamaan gender yang telah mengalami proses asimilasi natural dalam budaya lokal di Indonesia telah memberikan harapan baru terhadap hak bagi kaum perempuan untuk mengambil keputusan dalam usaha yang ditekuni.

Wanita pekerja di Indonesia telah mengerti posisi sebagai salah satu kontribusi kesejahteraan keluarga dengan ikut berperan sebagai partner suami dalam memenuhi kebutuhan keluarga. Wanita pekerja di Indonesia telah mengaktualisasi diri untuk ikut berperan dalam kehidupan sosial sekitar dengan turut aktif mengikuti organisasi pemerintah ataupun organisasi lokal yang dibentuk secara insiatif.

Demi mewujudkan pengembangan sumberdaya wanita atau pemberdayaan perempuan pelaku UMKM di Indonesia maka diharapkan perlu adanya wadah yang mengakomodasi kaum perempuan pekerja untuk lebih bisa berperan dalam bidang usaha, misal membuat organisasi usaha supaya kreativitas yang ada pada diri wanita pelaku UMKM dapat tertampung dan terwujud dengan implementasi berupa kegiatan yang lebih produktif. Perlu adanya pelatihan tentang wirausaha, inovasi produk, manajemen untuk meningkatkan ketrampilan wanita dibidang wirausaha sehingga kegiatan yang produktif terdapat nilai edukasi dan berdaya saing tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ambar, Sulistyani, 2004, *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Herry. 2009. *Akuntansi Keuangan*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Kasmir. 2007. *Dasar-Dasar Perbankan*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Prijono, S. Onny dan Pranarka, A.M.W .1996. *Pemberdayaan Perempuan*.
- Primiana, Ina. 2009. *Menggerakkan Sektor RiilUKM & Industri*. Bandung: Alfabeta

Riant Nugroho Dwijowijoto, Randy R. Wrihatnolo. Elex Media Komputindo, 2008

Silalahi, Ulber. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Jurnal

Elizabeth, Roosganda. (2007). *Pemberdayaan Wanita Mendukung Strategi Gender Mainstreaming dalam Kebijakan Pembangunan Pertanian di Pedesaan*. Bogor. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian.

Ratnawati, Susi. 2011. *Model Pemberdayaan Perempuan Miskin Pedesaan Melalui Pengembangan kewirausahaan* ISSN. 1978-4724 Jurnal Kewirausahaan Volume 5 Nomor 2, Desember 2011

Rudjito, 2003. Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Sinergi Bisnis, Makalah yang disampaikan pada seminar peran perbankan dalam memperkuat ketahanan nasional kerjasama Lemhanas RI dengan BRI, April..

Dokumen Negara

Kementerian Negara Koperasi dan UKM RI, 2007. Peraturan Menteri Negara Koperasi dan UKM nomor : 09/Per/M. KUKM/II 2007 tentang Perkuatan Permodalan Koperasi dan Usaha Mikro

Kementerian Negara Koperasi dan UKM RI. 2006. Informasi tentang Kredit Usaha Mikro Dan Kecil (KUMK) dari Dana SUP-005. Jakarta

Kementerian Negara Pemberdayaan Perempuan. 2005. The BPFA

Kementerian Negara Pemberdayaan Perempuan, 2007. The BPFA-CSW Beijing Platform for Action, disampaikan pada Konferensi Perempuan Dunia. Perserikatan Bangsa Bangsa. New York. 28 Februari – 10 Maret 2006

Kementerian Negara Pemberdayaan Perempuan. 2006. *Rencana Aksi Peningkatan Kualitas Hidup Perempuan (PKHP)*. Jakarta

Badan Pusat Statistik (BPS)

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah bahwa yang dimaksud Usaha Mikro

Keputusan Menteri Keuangan Nomor 316/KMK 016/1994 tanggal 27 Juni 1994

Website

wartaekonomi.co.id

www.depkop.go.id

www.mdn.biz.id

www.neraca.co.id