

Pemberdayaan Masyarakat Perempuan Dalam Pembinaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM): Pendekatan Kuantitatif untuk Peningkatan Ekonomi Kerakyatan

Meida Rachmawati

Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AMA

Corresponding Author

meidaleanptsg@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menganalisis program pemberdayaan masyarakat perempuan dalam pembinaan UMKM dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data menunjukkan bahwa 64,5% dari total 65 juta pelaku UMKM di Indonesia adalah perempuan, dengan kontribusi UMKM mencapai 61% terhadap PDB nasional. Penelitian dilakukan terhadap 120 perempuan pelaku UMKM di Kabupaten Magelang menggunakan metode survei dengan kuesioner terstruktur. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa program pelatihan keterampilan ($\beta=0,456$, $p<0,05$), akses permodalan ($\beta=0,389$, $p<0,05$), dan pemasaran digital ($\beta=0,367$, $p<0,05$) berpengaruh signifikan terhadap peningkatan omzet UMKM. Implementasi program pemberdayaan menghasilkan peningkatan rata-rata omzet sebesar 45% dalam periode 6 bulan. Program ini efektif meningkatkan kapasitas ekonomi perempuan dan berkontribusi terhadap pengentasan kemiskinan di tingkat komunitas.

Kata kunci: pemberdayaan perempuan, UMKM, pembinaan, ekonomi kerakyatan, peningkatan omzet

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia sebagai tulang punggung ekonomi nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM memberikan kontribusi sebesar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap 97% tenaga kerja dari total penyerapan tenaga kerja nasional (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, 2023). Sektor UMKM telah membuktikan ketahanannya sebagai penyangga ekonomi yang tangguh, terutama ketika menghadapi krisis ekonomi global dan pandemi COVID-19. Jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 65 juta unit usaha yang tersebar di seluruh nusantara, menunjukkan distribusi ekonomi yang

merata hingga tingkat grassroots. Kontribusi UMKM terhadap ekspor nasional mencapai 14,17% dari total ekspor Indonesia, dengan nilai sekitar USD 19,2 miliar pada tahun 2023. Angka ini menunjukkan potensi besar UMKM dalam mendorong devisa negara dan meningkatkan daya saing ekonomi Indonesia di pasar global. Keberadaan UMKM juga berperan dalam mengurangi kesenjangan ekonomi antarwilayah, karena sebagian besar usaha ini beroperasi di daerah perdesaan dan pinggiran yang belum terjangkau oleh industri besar.

Aspek yang sangat menarik dari sektor UMKM Indonesia adalah dominasi perempuan yang mencapai 64,5% dari total pelaku UMKM (Masduki, 2021). Data Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak menunjukkan bahwa lebih dari 38 juta UMKM dikelola oleh perempuan, dengan proyeksi nilai usaha mencapai USD 135 miliar pada tahun 2025 (Kemen PPPA, 2024). Dominasi ini tidak terjadi secara kebetulan, melainkan dilatarbelakangi oleh karakteristik perempuan yang cenderung tekun, teliti, ulet, sabar, jujur, tangguh, memiliki rasa tanggung jawab tinggi, kemauan keras, semangat tinggi, dan disiplin dalam menjalankan usaha. Peran perempuan dalam UMKM tidak hanya sebatas pelaku usaha, tetapi juga sebagai penggerak ekonomi keluarga dan komunitas. Data Badan Pusat Statistik tahun 2024 menunjukkan bahwa 14,37% pekerja perempuan di Indonesia merupakan female breadwinners, artinya sekitar 1 dari 10 pekerja perempuan menjadi tulang punggung ekonomi keluarga. Kondisi ini menunjukkan beban ganda yang dihadapi perempuan, yaitu sebagai pelaku ekonomi produktif sekaligus pengelola urusan domestik rumah tangga.

Keterlibatan perempuan dalam sektor UMKM memberikan dampak multiplier effect yang signifikan terhadap perekonomian. Perempuan cenderung mengalokasikan pendapatannya untuk kebutuhan keluarga, terutama pendidikan anak, kesehatan, dan nutrisi, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan kualitas sumber daya manusia. Studi menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1% partisipasi ekonomi perempuan dapat meningkatkan PDB nasional sebesar 0,2-0,3%. Meskipun dominasi perempuan dalam sektor UMKM sangat tinggi, Indonesia masih menghadapi permasalahan kesenjangan gender dalam pemberdayaan ekonomi. Berdasarkan laporan INSEAD, Indonesia berada di peringkat ke-109 dari 134 negara dalam indeks pemberdayaan ekonomi perempuan. Kesenjangan ini tercermin dalam berbagai aspek, mulai dari akses permodalan, pelatihan keterampilan, hingga penetrasi pasar yang masih terbatas.

Data BPS menunjukkan bahwa tingkat kemiskinan Indonesia pada September 2024 mencapai 8,57%, turun dari 9,03% pada Maret 2024. Namun, analisis berdasarkan gender menunjukkan bahwa perempuan memiliki kerentanan yang lebih tinggi terhadap kemiskinan, terutama perempuan kepala keluarga dan perempuan di daerah perdesaan. Kondisi ini diperparah oleh keterbatasan akses terhadap sumber daya ekonomi, teknologi, dan jaringan bisnis yang diperlukan untuk mengembangkan usaha. Kesenjangan gender dalam akses permodalan menjadi kendala utama pengembangan UMKM perempuan. Data menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan lembaga keuangan formal terhadap perempuan pelaku UMKM hanya mencapai 45-55%, jauh lebih rendah dibandingkan pelaku usaha laki-laki. Kondisi ini memaksa banyak perempuan mengandalkan sumber

pembiayaan informal dengan bunga yang relatif tinggi, sehingga mengurangi profitabilitas usaha.

Mengingat peran strategis perempuan dalam sektor UMKM dan berbagai kendala yang dihadapi, program pemberdayaan masyarakat perempuan menjadi sangat urgent untuk dilaksanakan. Program pemberdayaan yang efektif dapat menjadi katalisator peningkatan kinerja UMKM yang pada akhirnya berkontribusi terhadap pencapaian tujuan pembangunan nasional, termasuk pengentasan kemiskinan dan pengurangan kesenjangan ekonomi. Keberhasilan program pemberdayaan perempuan dalam UMKM tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan individual, tetapi juga pada stabilitas ekonomi keluarga dan komunitas. Perempuan yang diberdayakan secara ekonomi cenderung lebih aktif dalam pengambilan keputusan keluarga, memiliki bargaining power yang lebih baik, dan dapat berperan sebagai agen perubahan di komunitasnya. Program pemberdayaan yang dirancang secara tepat sasaran dengan mempertimbangkan kebutuhan spesifik perempuan pelaku UMKM dapat menghasilkan dampak yang optimal. Program tersebut harus mencakup aspek peningkatan keterampilan teknis dan manajerial, akses permodalan, penetrasi pasar, dan penggunaan teknologi digital untuk memperluas jangkauan usaha.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berusaha menjawab pertanyaan: seberapa efektif program pemberdayaan masyarakat perempuan dalam meningkatkan kinerja UMKM dan faktor-faktor apa saja yang berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan program tersebut? Penelitian ini bertujuan menganalisis efektivitas program pemberdayaan masyarakat perempuan dalam pembinaan UMKM dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Secara spesifik, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan program pemberdayaan UMKM perempuan, (2) mengukur dampak program pemberdayaan terhadap peningkatan omzet dan kinerja UMKM, (3) menganalisis perbedaan kinerja UMKM sebelum dan sesudah program pemberdayaan, dan (4) merumuskan rekomendasi pengembangan program pemberdayaan yang lebih efektif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai efektivitas program pemberdayaan serta dampaknya terhadap peningkatan ekonomi kerakyatan di tingkat komunitas.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis efektivitas program pemberdayaan masyarakat perempuan dalam pembinaan UMKM. Desain penelitian menggunakan quasi-experimental dengan pre-test dan post-test untuk mengukur dampak program pemberdayaan terhadap kinerja UMKM. Populasi penelitian adalah perempuan pelaku UMKM di Kabupaten Magelang yang terdaftar dalam program pemberdayaan masyarakat tahun 2024. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria: (1) perempuan pelaku UMKM yang telah beroperasi minimal 1 tahun, (2) mengikuti program pemberdayaan secara lengkap, dan (3) bersedia menjadi responden penelitian. Total sampel penelitian sebanyak

120 responden yang terdiri dari 60 kelompok perlakuan dan 60 kelompok kontrol. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi program pelatihan keterampilan (X1), akses permodalan (X2), pemasaran digital (X3), dan pendampingan manajemen (X4).

Variabel dependen adalah peningkatan omzet UMKM yang diukur melalui perbandingan omzet sebelum dan sesudah program. Variabel kontrol meliputi usia, tingkat pendidikan, lama usaha, dan jenis usaha. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner terstruktur yang telah divalidasi melalui uji validitas dan reliabilitas. Kuesioner terdiri dari 45 item pertanyaan dengan skala Likert 1-5. Uji validitas menggunakan korelasi product moment dengan nilai r hitung $> 0,3$, sedangkan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dengan nilai $> 0,7$. Analisis data menggunakan statistik deskriptif dan inferensial. Uji prasyarat meliputi uji normalitas, linearitas, multikolinearitas, dan heterokedastisitas. Analisis utama menggunakan regresi berganda untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap peningkatan omzet UMKM. Uji paired t-test digunakan untuk membandingkan kondisi sebelum dan sesudah program pemberdayaan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia 31-45 tahun (58,3%), dengan tingkat pendidikan SMA/ sederajat (45,8%) dan lama usaha 2-5 tahun (52,5%). Jenis usaha yang paling banyak digeluti adalah kuliner (40%), diikuti fashion (25%), kerajinan (20%), dan lainnya (15%). Karakteristik ini menunjukkan bahwa perempuan pelaku UMKM berada pada usia produktif dengan tingkat pendidikan yang cukup memadai untuk mengikuti program pemberdayaan. Uji validitas menunjukkan semua item pertanyaan memiliki nilai korelasi $> 0,3$ dengan nilai tertinggi 0,847 dan terendah 0,312. Uji reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,923 untuk keseluruhan instrumen, menunjukkan bahwa instrumen penelitian sangat reliabel dan dapat digunakan untuk pengumpulan data.

Program pemberdayaan yang dilaksanakan meliputi pelatihan keterampilan produksi (mean=4,12), pelatihan manajemen keuangan (mean=3,89), akses permodalan melalui koperasi (mean=3,76), dan pelatihan pemasaran digital (mean=4,25). Nilai rata-rata tertinggi pada pelatihan pemasaran digital menunjukkan antusiasme tinggi peserta terhadap penggunaan teknologi dalam mengembangkan usaha. Hasil uji prasyarat menunjukkan data berdistribusi normal (Kolmogorov-Smirnov $p>0,05$), tidak terjadi multikolinearitas ($VIF<10$), dan homoskedastisitas terpenuhi. Analisis regresi berganda menghasilkan persamaan: $Y = 12,45 + 0,456X1 + 0,389X2 + 0,367X3 + 0,234X4$, dengan nilai $R^2 = 0,687$. Program pelatihan keterampilan (X1) memiliki pengaruh paling besar terhadap peningkatan omzet dengan koefisien regresi 0,456 ($p<0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit kualitas pelatihan keterampilan akan meningkatkan omzet sebesar 45,6%. Akses permodalan (X2) memberikan kontribusi sebesar 38,9% terhadap peningkatan omzet ($p<0,05$), sedangkan pemasaran digital (X3) berkontribusi sebesar 36,7% ($p<0,05$). Uji paired t-test menunjukkan adanya perbedaan signifikan antara omzet sebelum dan sesudah program pemberdayaan ($t=-8,924$, $p<0,001$).

Rata-rata omzet sebelum program sebesar Rp 3.245.000 per bulan meningkat menjadi Rp 4.706.000 per bulan setelah program, atau terjadi peningkatan sebesar 45% dalam periode 6 bulan. Analisis berdasarkan jenis usaha menunjukkan bahwa sektor kuliner mengalami peningkatan omzet tertinggi sebesar 52%, diikuti fashion (41%), kerajinan (38%), dan jasa (35%). Tingginya peningkatan pada sektor kuliner disebabkan oleh kemudahan implementasi pemasaran digital dan tingginya permintaan konsumen terhadap produk makanan lokal. Faktor pendukung utama keberhasilan program adalah komitmen tinggi peserta (85%), dukungan keluarga (78%), dan kualitas pendamping (72%). Faktor penghambat meliputi keterbatasan waktu (43%), kendala teknologi (35%), dan akses transportasi (28%). Identifikasi faktor ini memberikan masukan untuk perbaikan program di masa mendatang. Program pemberdayaan perempuan dalam pembinaan UMKM memberikan dampak positif terhadap ekonomi kerakyatan. Peningkatan omzet UMKM berkontribusi terhadap peningkatan daya beli masyarakat dan multiplier effect terhadap sektor ekonomi lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa setiap Rp 1.000 peningkatan omzet UMKM menghasilkan dampak ekonomi sebesar Rp 1.450 di tingkat komunitas.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini membuktikan bahwa program pemberdayaan masyarakat perempuan dalam pembinaan UMKM efektif meningkatkan kinerja ekonomi pelaku usaha. Program pelatihan keterampilan, akses permodalan, dan pemasaran digital terbukti berpengaruh signifikan terhadap peningkatan omzet UMKM dengan kontribusi masing-masing 45,6%, 38,9%, dan 36,7%. Implementasi program menghasilkan peningkatan rata-rata omzet sebesar 45% dalam periode 6 bulan, menunjukkan efektivitas program dalam jangka pendek. Keberhasilan program pemberdayaan memberikan dampak positif terhadap ekonomi kerakyatan melalui peningkatan daya beli masyarakat dan multiplier effect di tingkat komunitas. Dominasi perempuan dalam sektor UMKM sebesar 64,5% dari total pelaku usaha menunjukkan potensi besar pemberdayaan perempuan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Rekomendasi untuk program selanjutnya adalah peningkatan durasi pendampingan, penguatan akses permodalan melalui lembaga keuangan mikro, dan pengembangan platform digital khusus UMKM perempuan. Program pemberdayaan perlu dilaksanakan secara berkesinambungan dengan evaluasi berkala untuk memastikan dampak jangka panjang terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Handayani, S., & Susanto, R. (2019). Faktor-faktor keberhasilan pembinaan UMKM di Indonesia: Studi empiris pada pelaku usaha kecil. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 145-162.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (2023). *Pemerintah dorong UMKM naik kelas, tingkatkan kontribusi terhadap ekspor Indonesia*. Jakarta: Kemenko Perekonomian.

- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. (2024). *Kepemilikan dan kepemimpinan UMKM*. Jakarta: Kemen PPPA.
- Masduki, T. (2021). Jumlah kewirausahaan perempuan perlu ditingkatkan. *Siaran Pers Kementerian Koperasi dan UKM*, 23 Desember 2021.
- Pratiwi, D., Sari, M., & Wijaya, A. (2021). Kendala akses permodalan pelaku UMKM perempuan di Indonesia. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 8(1), 78-95.
- Rachmawati, N., & Indira, P. (2022). Efektivitas program pelatihan keterampilan terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 15(3), 234-248.
- Sari, L. K., & Wijaya, S. (2020). Pemberdayaan perempuan melalui UMKM untuk pengentasan kemiskinan. *Jurnal Ekonomi Kerakyatan*, 7(2), 89-104.
- Sartika, R., & Fauzi, M. (2023). Dampak digitalisasi terhadap peningkatan omzet UMKM di era new normal. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 18(1), 67-82.