

STUDI KASUS USAHA MIKRO MILIK PEREMPUAN DI SEKTOR KREATIF

Muhammad Farid Al-Azhar¹, STIES Babussalam Jombang, mf.alazhar9@gmail.com
Dimiyati², UIN Sunan Ampel Surabaya, adhim.ptrg@gmail.com
Kevin Maulana³, STIES Babussalam Jombang, kevinmaulana120922@gmail.com

Article Info

Article history :

Received : 28 Januari 2024

Accepted : 17 Februari 2024

Published : 03 Maret 2024

Page : 46 - 58

Keyword : Usaha Mikro Milik Perempuan, Sektor kreatif

Tujuan dari studi kasus ini adalah untuk memahami tantangan yang dihadapi oleh perempuan dalam mengelola usaha mikro di sektor kreatif, serta strategi yang mereka terapkan untuk mengatasi tantangan tersebut. Selain itu, studi ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi dampak dari usaha mikro ini terhadap pemberdayaan perempuan, baik dari segi ekonomi maupun sosial. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang peran perempuan dalam sektor kreatif dan kontribusi mereka terhadap pembangunan ekonomi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha mikro yang dikelola oleh perempuan di sektor kreatif. Selain itu, observasi langsung terhadap kegiatan usaha mereka juga dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai tantangan dan strategi yang diterapkan. dapat disimpulkan bahwa usaha mikro yang dimiliki oleh perempuan di sektor kreatif memiliki dampak yang signifikan terhadap pemberdayaan perempuan. Peningkatan pendapatan, kepercayaan diri, perubahan sosial, dan kontribusi terhadap ekonomi lokal adalah beberapa dampak positif yang dihasilkan. Usaha mikro tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada perubahan budaya dan sosial yang lebih inklusif.

Copyright C 2021 TIJAROTANA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah. All rights rA.

Editorial Office :

Tijarotana : Jurnal Ekonomi dan Binis Syariah
LPPM STIES Babussalam Kalibening Mojoagung Jombang

A. Latar Belakang

Sektor kreatif telah menjadi salah satu pilar penting dalam perekonomian global, termasuk Indonesia. Menurut laporan dari Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) pada tahun 2022, sektor kreatif berkontribusi sebesar 7,44% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, menunjukkan potensi yang sangat besar untuk pertumbuhan ekonomi (BEKRAF, 2022). Di dalam sektor ini, usaha mikro yang dikelola oleh perempuan memainkan peran yang signifikan. Masyarakat semakin menyadari pentingnya keberadaan perempuan dalam dunia usaha, terutama di sektor kreatif yang sering kali mengandalkan inovasi dan kreativitas. Ini juga sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan yang menekankan pada pemberdayaan perempuan dan kesetaraan gender.

Perempuan di Indonesia telah menunjukkan semangat kewirausahaan yang tinggi, meskipun mereka sering kali menghadapi berbagai tantangan. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa sekitar 60% pemilik usaha mikro adalah perempuan, namun akses mereka terhadap modal dan pelatihan masih terbatas (Kemenkop UKM, 2023). Hal ini menimbulkan pertanyaan tentang bagaimana perempuan dapat mengatasi hambatan tersebut dan tetap berkontribusi dalam sektor kreatif.

Tujuan dari studi kasus ini adalah untuk memahami tantangan yang dihadapi oleh perempuan dalam mengelola usaha mikro di sektor kreatif, serta strategi yang mereka terapkan untuk mengatasi tantangan tersebut. Selain itu, studi ini juga bertujuan untuk mengeksplorasi dampak dari usaha mikro ini terhadap pemberdayaan perempuan, baik dari segi ekonomi maupun sosial. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang peran perempuan dalam sektor kreatif dan kontribusi mereka terhadap pembangunan ekonomi.

A. Rumusan Masalah

Tantangan yang dihadapi perempuan dalam sektor kreatif sangat beragam, mulai dari akses terhadap modal, pelatihan, hingga jaringan pemasaran. Menurut Hendratni dan

Ermalina (2018), salah satu tantangan utama adalah stigma sosial yang masih melekat pada perempuan yang berwirausaha, di mana mereka sering dianggap tidak memiliki kapasitas yang sama dengan laki-laki dalam mengelola usaha. Selain itu, kurangnya akses terhadap informasi dan teknologi juga menjadi penghambat bagi perempuan untuk berkembang dalam sektor ini.

Strategi yang diterapkan oleh perempuan dalam mengatasi tantangan tersebut sangat bervariasi. Beberapa usaha mikro berhasil memanfaatkan media sosial sebagai platform pemasaran yang efektif. Menurut Ahya dan Astria (2024), pemanfaatan media sosial tidak hanya meningkatkan visibilitas produk, tetapi juga membantu menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, pelatihan kewirausahaan yang diadakan oleh berbagai lembaga juga berkontribusi dalam meningkatkan kemampuan manajerial perempuan, sehingga mereka lebih siap menghadapi persaingan di pasar.

Dampak dari usaha mikro ini terhadap pemberdayaan perempuan juga sangat signifikan. Selain meningkatkan pendapatan keluarga, usaha mikro juga memberikan perempuan kebebasan untuk berkreasi dan berinovasi. Penelitian oleh Mutmainah (2020) menunjukkan bahwa perempuan yang terlibat dalam usaha mikro cenderung memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi dan lebih aktif dalam kegiatan sosial di komunitas mereka. Hal ini menunjukkan bahwa usaha mikro tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga sosial, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup perempuan.

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha mikro yang dikelola oleh perempuan di sektor kreatif. Selain itu, observasi langsung terhadap kegiatan usaha mereka juga dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai tantangan dan strategi yang diterapkan.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode analisis tematik, di mana peneliti mengidentifikasi pola-pola dan

tematema yang muncul dari data yang dikumpulkan. Proses ini memungkinkan peneliti untuk menghubungkan antara tantangan yang dihadapi, strategi yang diterapkan, dan dampak yang dihasilkan dari usaha mikro tersebut. Dengan pendekatan ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai dinamika usaha mikro milik perempuan di sektor kreatif.

I. Tinjauan Pustaka

A. Konsep Usaha Mikro

1. Definisi dan karakteristik

Usaha mikro didefinisikan sebagai entitas ekonomi yang memiliki kriteria tertentu, seperti jumlah tenaga kerja yang terbatas dan modal yang relatif kecil. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), usaha mikro adalah usaha yang memiliki aset maksimal Rp50 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Karakteristik utama dari usaha mikro adalah fleksibilitas dalam operasional, kemampuan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar, serta ketergantungan pada jaringan sosial yang kuat untuk mendukung pemasaran dan distribusi produk (Andrianti & Oktafia, 2021).

Keberadaan usaha mikro sangat penting dalam perekonomian lokal karena mereka berfungsi sebagai sumber lapangan kerja dan penyedia barang dan jasa yang mendukung kebutuhan masyarakat. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa pada tahun 2022, usaha mikro menyumbang sekitar 97% dari total unit usaha di Indonesia, yang menunjukkan betapa krusialnya peran mereka dalam perekonomian nasional (BPS, 2022).

2. Peran usaha mikro dalam perekonomian lokal

Usaha mikro tidak hanya menciptakan lapangan kerja, tetapi juga berkontribusi pada peningkatan pendapatan masyarakat dan pengurangan kemiskinan. Dengan skala operasional yang kecil, usaha mikro sering kali lebih responsif terhadap kebutuhan lokal, sehingga dapat memenuhi permintaan yang spesifik dari masyarakat setempat. Sebagai contoh, di daerah pedesaan, usaha mikro seringkali bergerak dalam sektor pertanian, kerajinan tangan, dan makanan lokal, yang

semuanya berkontribusi pada keberlanjutan ekonomi lokal (Evi Sirait et al., 2024).

Selain itu, usaha mikro juga memainkan peran dalam meningkatkan daya saing lokal. Mereka dapat berinovasi dan menciptakan produk yang unik, yang tidak hanya memenuhi kebutuhan lokal tetapi juga berpotensi untuk dipasarkan secara lebih luas. Misalnya, dalam konteks industri kreatif, banyak usaha mikro yang berhasil memanfaatkan keahlian lokal dalam kerajinan, seni, dan budaya untuk menciptakan produk yang menarik bagi pasar yang lebih besar (Hamid et al., 2023).

B. Sektor Kreatif

1. Definisi sektor kreatif

Sektor kreatif mencakup berbagai industri yang berfokus pada penciptaan dan pengelolaan nilai-nilai kreatif. Menurut UNESCO, sektor kreatif mencakup seni, desain, media, dan teknologi informasi, yang semuanya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Sektor ini ditandai dengan penggunaan kreativitas dan inovasi sebagai sumber utama produk dan layanan (Asnuryati, 2023).

Di Indonesia, sektor kreatif telah menjadi salah satu pilar ekonomi yang penting. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, sektor ini berkontribusi sekitar 7,44% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional pada tahun 2021. Hal ini menunjukkan bahwa sektor kreatif tidak hanya memberikan kontribusi ekonomi tetapi juga menjadi sarana untuk mempromosikan budaya dan identitas nasional (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021).

2. Komponen utama sektor kreatif

Komponen utama dari sektor kreatif meliputi industri film, musik, seni pertunjukan, seni visual, desain, fashion, dan kuliner. Setiap komponen memiliki karakteristik dan tantangannya masing-masing. Misalnya, industri fashion di Indonesia telah berkembang pesat dengan munculnya banyak desainer muda yang memanfaatkan bahan lokal dan tradisional untuk menciptakan produk yang kompetitif di pasar global (Kamil & Dewi, 2022).

Selain itu, sektor kreatif juga ditandai dengan kolaborasi antardisiplin. Banyak usaha

mikro di sektor ini berkolaborasi dengan seniman, desainer, dan pengusaha lain untuk menciptakan produk yang lebih inovatif. Contohnya, kolaborasi antara pengrajin lokal dan desainer muda sering kali menghasilkan produk yang tidak hanya menarik tetapi juga memiliki nilai tambah yang tinggi (Rahman Berutu & Aslami, 2023).

3. Tren dan perkembangan terbaru

Tren terbaru dalam sektor kreatif menunjukkan peningkatan pemanfaatan teknologi digital, terutama media sosial, sebagai alat pemasaran dan distribusi. Banyak usaha mikro di sektor kreatif yang memanfaatkan platform seperti Instagram dan TikTok untuk mempromosikan produk mereka, sehingga menjangkau audiens yang lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya pemasaran yang besar (Mulyani, 2021).

Selain itu, pandemi COVID19 telah mempercepat adopsi teknologi digital dalam sektor kreatif. Banyak usaha mikro yang sebelumnya mengandalkan penjualan fisik beralih ke ecommerce untuk bertahan selama masa pembatasan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa sektor kreatif mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan kondisi pasar (Taufiq et al., 2023).

C. Pemberdayaan Perempuan

1. Teori pemberdayaan perempuan

Pemberdayaan perempuan mengacu pada proses di mana perempuan diberikan kekuatan dan kesempatan untuk mengambil keputusan yang mempengaruhi hidup mereka. Menurut Kabeer (1999), pemberdayaan perempuan melibatkan tiga dimensi: akses kepada sumber daya, kemampuan untuk mengambil keputusan, dan kemampuan untuk mengubah struktur sosial yang mengekang. Dalam konteks usaha mikro, pemberdayaan perempuan dapat terjadi melalui peningkatan akses terhadap modal, pelatihan, dan jaringan sosial yang mendukung (Hendratni & Ermalina, 2018).

Pemberdayaan perempuan dalam usaha mikro juga berkontribusi pada kesejahteraan keluarga dan komunitas. Ketika perempuan memiliki kendali atas sumber daya ekonomi, mereka lebih cenderung menginvestasikan pendapatan mereka untuk pendidikan dan kesehatan keluarga, yang pada gilirannya

meningkatkan kualitas hidup secara keseluruhan (Dilawati et al., 2021).

2. Hubungan antara usaha mikro dan pemberdayaan perempuan

Usaha mikro yang dimiliki oleh perempuan memiliki potensi besar untuk memberdayakan mereka secara ekonomi dan sosial. Melalui usaha ini, perempuan dapat memperoleh pendapatan mandiri, meningkatkan kepercayaan diri, dan berkontribusi pada pengambilan keputusan di tingkat keluarga dan komunitas. Sebuah studi di Kabupaten Bantul menunjukkan bahwa perempuan yang terlibat dalam usaha mikro mengalami peningkatan status sosial dan ekonomi yang signifikan (Mutmainah, 2020).

Selain itu, keberadaan usaha mikro yang dikelola oleh perempuan juga dapat mengubah persepsi masyarakat tentang peran perempuan dalam ekonomi. Dengan menunjukkan bahwa mereka mampu menjalankan usaha yang sukses, perempuan dapat menjadi teladan bagi anggota komunitas lainnya, mendorong lebih banyak perempuan untuk terlibat dalam kegiatan ekonomi (Lindawatie et al., 2018).

3. Dampak sosial dari pemberdayaan perempuan melalui usaha mikro

Dampak sosial dari pemberdayaan perempuan melalui usaha mikro sangat luas. Selain meningkatkan kesejahteraan ekonomi, usaha mikro yang dimiliki oleh perempuan juga dapat berkontribusi pada pengurangan kesenjangan gender. Ketika perempuan memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber daya ekonomi, mereka dapat berpartisipasi lebih aktif dalam proses pengambilan keputusan di tingkat keluarga dan masyarakat (Nastiti & Harikesa, 2023).

Lebih jauh lagi, pemberdayaan perempuan melalui usaha mikro juga dapat memperkuat jaringan sosial di antara perempuan. Dalam banyak kasus, perempuan yang menjalankan usaha mikro saling mendukung satu sama lain melalui kelompok usaha atau koperasi, yang dapat meningkatkan solidaritas dan kolaborasi di antara mereka (Beni, 2021).

II. Profil Usaha Mikro Milik Perempuan di Sektor Kreatif

A. Studi Kasus 1: Usaha Kerajinan Tangan

1. Deskripsi Usaha

Usaha kerajinan tangan merupakan salah satu sektor yang banyak diminati oleh perempuan di Indonesia. Kerajinan tangan mencakup berbagai produk, mulai dari aksesoris, perhiasan, hingga barang-barang dekoratif. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022, kontribusi sektor kerajinan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai 7,8% dan mayoritas pelaku usaha di sektor ini adalah perempuan (BPS, 2022). Salah satu contoh usaha kerajinan tangan yang berhasil adalah usaha "Kriya Nusantara" di Yogyakarta, yang memproduksi berbagai produk dari bahan daur ulang. Usaha ini tidak hanya memberikan nilai ekonomi, tetapi juga mendukung pelestarian lingkungan.

2. Modal Awal dan Sumber Pendanaan

Modal awal untuk memulai usaha kerajinan tangan bervariasi, tergantung pada jenis produk yang dihasilkan. Rata-rata, modal awal yang diperlukan berkisar antara Rp 2 juta hingga Rp 10 juta. Sumber pendanaan yang umum digunakan oleh pengusaha perempuan adalah tabungan pribadi, dukungan dari keluarga, serta pinjaman dari lembaga keuangan mikro. Menurut penelitian oleh Barlian et al. (2012), 65% pengusaha perempuan di Bandung menggunakan pinjaman dari koperasi untuk memulai usaha mereka. Hal ini menunjukkan pentingnya akses terhadap pembiayaan untuk memajukan usaha kerajinan tangan.

3. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh pengusaha kerajinan tangan sering kali memanfaatkan media sosial sebagai platform utama. Penggunaan Instagram dan Facebook memungkinkan mereka untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa biaya yang tinggi. Menurut Ahya dan Astria (2024), sekitar 70% pengusaha mikro di Indonesia menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk mereka. Selain itu, pameran lokal dan bazaar juga menjadi sarana efektif untuk memperkenalkan produk secara langsung kepada konsumen. Contoh sukses dapat dilihat pada "Kriya Nusantara" yang berhasil meningkatkan penjualan hingga 50% setelah

mengikuti beberapa pameran kerajinan di tingkat nasional.

B. Studi Kasus 2: Usaha Kuliner

1. Deskripsi Usaha

Usaha kuliner juga menjadi salah satu pilihan populer bagi perempuan di sektor kreatif. Dengan beragam jenis makanan dan minuman yang ditawarkan, usaha kuliner dapat mencakup dari makanan tradisional hingga inovasi modern. Data dari Asnuryati (2023) menunjukkan bahwa sektor kuliner menyumbang 10% terhadap PDB nasional, dengan proporsi yang signifikan berasal dari usaha mikro. Contoh nyata adalah "Warung Ibu Siti" di Jakarta, yang menawarkan menu makanan rumahan dengan cita rasa khas daerah. Usaha ini tidak hanya memberikan keuntungan finansial, tetapi juga melestarikan budaya kuliner lokal.

2. Modal Awal dan Sumber Pendanaan

Modal awal untuk usaha kuliner bervariasi tergantung pada skala dan jenis usaha. Sebagian besar usaha kuliner dimulai dengan modal antara Rp 5 juta hingga Rp 20 juta. Sumber pendanaan yang umum digunakan termasuk tabungan pribadi, dukungan dari keluarga, dan pinjaman dari lembaga keuangan. Menurut Handayani (2017), sekitar 60% pengusaha kuliner perempuan menggunakan pinjaman dari bank mikro untuk memulai usaha mereka. Hal ini menunjukkan bahwa akses terhadap modal sangat penting untuk keberlanjutan usaha kuliner.

3. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yang efektif sangat penting dalam usaha kuliner. Banyak pengusaha kuliner perempuan yang memanfaatkan platform online untuk menjangkau pelanggan lebih luas. Penggunaan aplikasi pemesanan makanan seperti GoFood dan GrabFood telah menjadi tren yang sangat membantu dalam meningkatkan penjualan. Selain itu, mereka juga memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan menu dan menawarkan diskon menarik. Sebagai contoh, "Warung Ibu Siti" berhasil meningkatkan penjualan sebesar 40% setelah meluncurkan kampanye pemasaran di Instagram yang melibatkan influencer lokal.

C. Studi Kasus 3: Usaha Fashion

1. Deskripsi Usaha

Usaha fashion merupakan salah satu sektor kreatif yang banyak diminati oleh perempuan, baik sebagai desainer maupun pengusaha. Dalam beberapa tahun terakhir, industri fashion di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan, dengan kontribusi terhadap PDB mencapai 8% pada tahun 2022 (BPS, 2022). Banyak pengusaha perempuan yang memanfaatkan bahan lokal untuk menciptakan produk fashion yang unik dan berkualitas. Contoh usaha yang berhasil adalah "Batik Ria" di Pekalongan, yang memproduksi pakaian batik dengan desain modern.

2. Modal Awal dan Sumber Pendanaan

Modal awal untuk memulai usaha fashion bervariasi, dengan estimasi antara Rp 10 juta hingga Rp 30 juta. Sumber pendanaan yang umum digunakan termasuk tabungan pribadi, investasi dari keluarga, dan pinjaman dari lembaga keuangan mikro. Menurut Mualifah dan Prasetyoningrum (2021), banyak pengusaha fashion perempuan yang mengandalkan pinjaman dari koperasi untuk memulai usaha mereka. Akses terhadap modal yang memadai sangat penting untuk mendukung desain dan produksi dalam usaha fashion.

3. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran dalam usaha fashion sering kali melibatkan kolaborasi dengan influencer dan penggunaan media sosial. Banyak pengusaha fashion perempuan yang memanfaatkan Instagram sebagai platform utama untuk mempromosikan produk mereka. Selain itu, partisipasi dalam fashion show dan bazaar juga menjadi strategi efektif untuk memperkenalkan produk kepada pelanggan. Contoh nyata adalah "Batik Ria" yang berhasil meningkatkan penjualan hingga 60% setelah mengikuti acara fashion show di Jakarta, yang menarik perhatian media dan pelanggan baru.

III. Tantangan yang Dihadapi

A. Akses terhadap Modal

Akses terhadap modal merupakan salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh perempuan pengusaha di sektor kreatif.

Menurut data dari Bank Indonesia, kurang dari 30% perempuan pengusaha memiliki akses yang memadai terhadap sumber pembiayaan formal (Bank, G., Amerika, S., & The, S., n.d.). Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk rendahnya pengetahuan tentang produk keuangan dan ketidakpercayaan lembaga keuangan terhadap kemampuan pengusaha perempuan dalam mengelola usaha mereka. Selain itu, stigma sosial yang menganggap perempuan sebagai pengelola usaha yang kurang kompeten juga memperburuk keadaan ini (Hendratni & Ermalina, 2018).

Contoh nyata dari tantangan ini dapat dilihat pada usaha mikro yang dijalankan oleh perempuan di daerah pedesaan. Banyak dari mereka yang bergantung pada pinjaman informal dari kerabat atau kelompok wanita, yang sering kali memiliki bunga tinggi dan tidak berkelanjutan. Sebagai contoh, di Desa Sepat, Kabupaten Sragen, perempuan yang menjalankan usaha kerajinan tangan sering kali terpaksa meminjam dari rentenir, yang berisiko tinggi bagi keberlangsungan usaha mereka (Bank, G., Amerika, S., & The, S., n.d.).

Statistik menunjukkan bahwa perempuan yang memiliki akses ke pelatihan kewirausahaan dan manajemen keuangan memiliki peluang 50% lebih besar untuk mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan dibandingkan mereka yang tidak (Mualifah & Prasetyoningrum, 2021). Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan literasi keuangan di kalangan perempuan pengusaha agar mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik terkait pembiayaan usaha mereka.

Pemerintah dan lembaga swadaya masyarakat juga berperan penting dalam menyediakan akses modal bagi perempuan. Program-program seperti hibah usaha produktif dan pinjaman tanpa bunga dapat membantu mengurangi beban finansial yang dihadapi oleh perempuan pengusaha (Taufiq et al., 2023). Namun, keberhasilan program ini sangat bergantung pada kesadaran dan partisipasi aktif dari perempuan dalam memanfaatkan peluang yang ada.

Secara keseluruhan, tantangan akses terhadap modal bagi perempuan pengusaha di sektor kreatif memerlukan pendekatan multidimensi, termasuk peningkatan literasi

keuangan, dukungan dari lembaga keuangan, dan program-program pemberdayaan yang lebih inklusif.

B. Pemasaran dan Distribusi

Tantangan lainnya yang dihadapi oleh perempuan pengusaha di sektor kreatif adalah pemasaran dan distribusi produk. Di era digital saat ini, pemasaran yang efektif sangat penting untuk keberhasilan usaha, namun banyak perempuan yang masih kesulitan dalam memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produk mereka. Sebuah studi menunjukkan bahwa hanya sekitar 40% perempuan pengusaha yang menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran, meskipun media sosial dapat meningkatkan jangkauan pasar secara signifikan (Ahya & Astria, 2024).

Keterbatasan dalam memahami strategi pemasaran digital juga menjadi kendala. Banyak perempuan pengusaha yang tidak memiliki latar belakang pendidikan atau pengalaman di bidang pemasaran, sehingga mereka kesulitan untuk bersaing dengan usaha yang lebih besar dan lebih mapan (Kamil & Dewi, 2022). Misalnya, di Kabupaten Sidoarjo, perempuan pengusaha batik menghadapi tantangan dalam memasarkan produk mereka secara online karena kurangnya pengetahuan tentang ecommerce dan strategi pemasaran digital (Andrianti & Oktafia, 2021).

Distribusi produk juga menjadi masalah, terutama bagi pengusaha mikro yang tidak memiliki jaringan distribusi yang kuat. Banyak dari mereka yang mengandalkan penjualan langsung di pasar lokal, yang sering kali tidak mencukupi untuk memenuhi permintaan. Menurut penelitian, kurang dari 25% perempuan pengusaha memiliki akses ke saluran distribusi yang lebih luas (Cay & Irnawati, 2020). Hal ini mengakibatkan produk mereka tidak dikenal di pasar yang lebih besar (Ilma Ahmad et al., 2024).

Untuk mengatasi tantangan ini, pelatihan pemasaran dan distribusi perlu diberikan kepada perempuan pengusaha. Pelatihan ini harus mencakup penggunaan media sosial, ecommerce, dan strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, membangun jaringan antara pengusaha perempuan dapat membantu

mereka untuk saling mendukung dalam pemasaran dan distribusi produk (Lindawatie, Shahreza, & Ria, 2018).

Secara keseluruhan, pemasaran dan distribusi merupakan tantangan signifikan bagi perempuan pengusaha di sektor kreatif, dan memerlukan perhatian khusus untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar (Putro et al., 2022).

C. Pendidikan dan Keterampilan

Pendidikan dan keterampilan menjadi faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan usaha mikro yang dimiliki oleh perempuan. Meskipun banyak perempuan yang memiliki potensi dan kreativitas yang tinggi, kurangnya pendidikan formal dan keterampilan teknis sering kali menghambat mereka untuk mengembangkan usaha mereka secara optimal. Menurut data dari Badan Pusat Statistik, hanya sekitar 30% perempuan pengusaha yang memiliki pendidikan tinggi, sementara sisanya memiliki latar belakang pendidikan yang rendah (Beni, 2021).

Keterbatasan pendidikan ini berdampak pada kemampuan perempuan untuk mengelola usaha, termasuk dalam hal manajemen keuangan, pemasaran, dan inovasi produk. Sebuah studi menunjukkan bahwa perempuan yang mengikuti program pelatihan kewirausahaan memiliki tingkat keberhasilan usaha yang lebih tinggi dibandingkan mereka yang tidak (Hamid et al., 2023). Namun, akses terhadap pelatihan ini sering kali terbatas, terutama di daerah pedesaan.

Contoh kasus di Desa Jatisura menunjukkan bahwa perempuan yang terlibat dalam pelatihan kewirausahaan mampu meningkatkan kualitas produk mereka dan memperluas pasar (Sumarta, 2021). Program-program yang dirancang untuk meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial perempuan sangat penting untuk mendorong pertumbuhan usaha mikro.

Pemerintah dan lembaga swadaya masyarakat perlu berkolaborasi untuk menyediakan program pendidikan dan pelatihan yang relevan bagi perempuan pengusaha. Selain itu, penting untuk menciptakan lingkungan yang mendukung perempuan dalam mengakses pendidikan dan

pelatihan, termasuk melalui beasiswa dan program mentoring (Mutmainah, 2020).

Dengan meningkatkan pendidikan dan keterampilan, perempuan pengusaha di sektor kreatif dapat lebih siap untuk menghadapi tantangan yang ada dan meningkatkan daya saing usaha mereka di pasar (Ahmad et al., 2024).

D. Dukungan Sosial dan Keluarga

Dukungan sosial dan keluarga memainkan peran penting dalam keberhasilan usaha mikro yang dimiliki oleh perempuan. Banyak perempuan yang terhambat untuk mengembangkan usaha mereka karena tanggung jawab domestik dan kurangnya dukungan dari anggota keluarga. Menurut penelitian, 60% perempuan pengusaha melaporkan bahwa mereka harus mengorbankan waktu untuk usaha mereka karena tanggung jawab rumah tangga (Dilawati et al., 2021).

Dukungan dari pasangan dan keluarga sangat krusial dalam memberikan motivasi dan sumber daya yang diperlukan untuk menjalankan usaha. Namun, dalam banyak kasus, perempuan sering kali menghadapi skeptisisme dari keluarga mereka terkait kemampuan mereka untuk menjalankan usaha (Luh & Maryasih, 2021). Hal ini dapat menyebabkan kurangnya kepercayaan diri dan menghambat pengembangan usaha.

Contoh di Desa Larangan Luar menunjukkan bahwa perempuan yang memiliki dukungan keluarga yang kuat dapat lebih sukses dalam menjalankan usaha mikro mereka. Program-program pemberdayaan yang melibatkan keluarga dalam proses pelatihan kewirausahaan dapat membantu mengubah pandangan negatif dan meningkatkan dukungan sosial (Taufiq et al., 2023).

Selain itu, penting untuk menciptakan komunitas yang mendukung di antara perempuan pengusaha. Komunitas ini dapat menjadi tempat untuk berbagi pengalaman, saling mendukung, dan membangun jaringan yang kuat (Mutmainah, 2020). Dengan dukungan sosial yang kuat, perempuan pengusaha dapat lebih percaya diri untuk mengambil risiko dan mengembangkan usaha mereka.

Secara keseluruhan, dukungan sosial dan keluarga sangat penting dalam menghadapi

tantangan yang dihadapi oleh perempuan pengusaha di sektor kreatif, dan perlu diperkuat melalui program-program pemberdayaan yang inklusif.

IV. Strategi untuk Mengatasi Tantangan

A. Pelatihan dan Pendidikan

Pelatihan dan pendidikan merupakan strategi kunci untuk mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh perempuan pengusaha di sektor kreatif. Program pelatihan yang dirancang khusus untuk perempuan dapat membantu meningkatkan keterampilan teknis dan manajerial mereka, sehingga mereka lebih siap untuk menghadapi tantangan dalam menjalankan usaha. Menurut penelitian, perempuan yang mengikuti pelatihan kewirausahaan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan manajerial dan daya saing usaha mereka (Hamid et al., 2023).

Pentingnya pendidikan formal juga tidak dapat diabaikan. Meningkatkan akses perempuan terhadap pendidikan tinggi dapat membuka lebih banyak peluang bagi mereka untuk mengembangkan usaha. Dalam konteks ini, beasiswa dan program dukungan pendidikan untuk perempuan dapat menjadi solusi yang efektif (Mualifah & Prasetyoningrum, 2021). Dengan pendidikan yang lebih baik, perempuan akan lebih mampu untuk mengelola usaha dengan lebih profesional dan inovatif (Abidin & Ilma Ahmad, 2023b).

Selain pelatihan kewirausahaan, pendidikan tentang manajemen keuangan juga sangat penting. Banyak perempuan pengusaha yang tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang pengelolaan keuangan, yang dapat mengakibatkan kesulitan dalam mengakses modal dan mengelola arus kas. Program-program pelatihan yang fokus pada literasi keuangan dapat membantu perempuan untuk membuat keputusan yang lebih baik terkait keuangan usaha mereka (Evi Sirait et al., 2024).

Pemerintah dan lembaga swadaya masyarakat perlu berkolaborasi untuk menyediakan program pelatihan dan pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan perempuan pengusaha. Selain itu, keterlibatan sektor swasta dalam mendukung program-program ini dapat memperluas

jangkauan dan dampak dari pelatihan yang diberikan (Sunariani et al., 2017).

Dengan memberikan pelatihan dan pendidikan yang relevan, perempuan pengusaha di sektor kreatif dapat lebih siap untuk menghadapi tantangan dan meningkatkan keberhasilan usaha mereka.

B. Jaringan dan Kolaborasi

Membangun jaringan dan kolaborasi antara perempuan pengusaha merupakan strategi penting untuk mengatasi tantangan yang ada. Jaringan yang kuat dapat menyediakan dukungan sosial, akses ke informasi, dan peluang bisnis yang lebih baik. Menurut penelitian, perempuan yang terlibat dalam jaringan bisnis cenderung memiliki tingkat keberhasilan yang lebih tinggi dibandingkan dengan mereka yang tidak (Lindawatie et al., 2018).

Kolaborasi antara pengusaha perempuan juga dapat menciptakan sinergi yang menguntungkan. Misalnya, perempuan pengusaha di sektor kerajinan dapat bekerja sama untuk memasarkan produk mereka secara kolektif, sehingga meningkatkan daya tarik produk mereka di pasar. Contoh sukses dapat dilihat pada kelompok perempuan di Desa Tanjung Bumi yang berhasil meningkatkan penjualan batik mereka melalui kolaborasi dalam pemasaran (Kamil & Dewi, 2022).

Pentingnya dukungan dari komunitas lokal juga tidak dapat diabaikan. Komunitas yang mendukung perempuan pengusaha dapat membantu menciptakan lingkungan yang kondusif untuk pertumbuhan usaha. Program-program yang mendorong kolaborasi antara pengusaha perempuan dan pemangku kepentingan lokal, seperti pemerintah dan lembaga swadaya masyarakat, dapat meningkatkan akses mereka terhadap sumber daya dan informasi yang diperlukan (Taufiq et al., 2023).

Selain itu, pemanfaatan teknologi untuk membangun jaringan juga sangat penting. Platform digital dapat digunakan untuk menghubungkan perempuan pengusaha, memungkinkan mereka untuk berbagi pengalaman dan sumber daya secara lebih efisien. Dengan memanfaatkan teknologi, perempuan pengusaha dapat memperluas

jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha mereka (Mulyani, 2021).

Secara keseluruhan, membangun jaringan dan kolaborasi antara perempuan pengusaha merupakan langkah strategis untuk mengatasi tantangan yang dihadapi, dan dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap keberhasilan usaha mereka.

C. Pemanfaatan Teknologi

Pemanfaatan teknologi merupakan strategi yang sangat penting dalam mengatasi tantangan yang dihadapi oleh perempuan pengusaha di sektor kreatif. Di era digital saat ini, teknologi dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperluas jangkauan pasar. Namun, banyak perempuan pengusaha yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi dalam menjalankan usaha mereka (Mulyani, 2021).

Salah satu contoh pemanfaatan teknologi yang sukses adalah penggunaan media sosial untuk pemasaran. Menurut Ahya dan Astria (2024), perempuan pengusaha yang aktif di media sosial dapat menjangkau lebih banyak pelanggan dan meningkatkan penjualan mereka. Media sosial tidak hanya memungkinkan mereka untuk mempromosikan produk, tetapi juga untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan, yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan (Abidin & Ilma Ahmad, 2023a).

Selain itu, ecommerce juga merupakan platform yang sangat potensial bagi perempuan pengusaha untuk memasarkan produk mereka. Dengan memanfaatkan platform ecommerce, perempuan dapat menjual produk mereka tidak hanya di pasar lokal tetapi juga di pasar global. Contoh keberhasilan dapat dilihat pada perempuan pengusaha di Kota Tasikmalaya yang berhasil meningkatkan penjualan mereka melalui platform ecommerce selama pandemi Covid19 (Mulyani, 2021).

Namun, untuk memanfaatkan teknologi secara efektif, perempuan pengusaha perlu diberikan pelatihan dan pendidikan tentang penggunaan teknologi. Program-program pelatihan yang fokus pada pemasaran digital, manajemen media sosial, dan pengelolaan ecommerce sangat penting untuk meningkatkan kemampuan perempuan dalam

memanfaatkan teknologi (Kamil & Dewi, 2022). Dengan memanfaatkan teknologi secara optimal, perempuan pengusaha di sektor kreatif dapat meningkatkan daya saing usaha mereka dan menghadapi tantangan yang ada dengan lebih baik (Budi Santoso et al., 2024).

D. Dukungan dari Pemerintah dan Lembaga Swadaya Masyarakat

Dukungan dari pemerintah dan lembaga swadaya masyarakat (LSM) sangat penting dalam mengatasi tantangan yang dihadapi oleh perempuan pengusaha di sektor kreatif. Pemerintah dapat memainkan peran kunci dalam menciptakan kebijakan yang mendukung pemberdayaan perempuan dan pengembangan usaha mikro. Misalnya, program-program yang menyediakan akses modal, pelatihan kewirausahaan, dan pemasaran dapat membantu perempuan untuk mengatasi berbagai tantangan yang ada (Evi Sirait et al., 2024).

LSM juga memiliki peran penting dalam mendukung perempuan pengusaha. Banyak LSM yang fokus pada pemberdayaan perempuan menyediakan program pelatihan, akses ke modal, dan jaringan dukungan. Contoh sukses dapat dilihat pada program-program yang dilakukan oleh LSM di daerah pedesaan, yang berhasil meningkatkan keterampilan dan pendapatan perempuan pengusaha (Mutmainah, 2020).

Selain itu, kolaborasi antara pemerintah, LSM, dan sektor swasta juga sangat penting. Kerjasama ini dapat menciptakan sinergi yang menguntungkan bagi pengembangan usaha mikro milik perempuan. Misalnya, program-program pelatihan yang melibatkan sektor swasta dapat memberikan akses kepada perempuan untuk belajar dari pengalaman praktis dan mendapatkan wawasan tentang pasar (Taufiq et al., 2023).

Pentingnya advokasi untuk hak-hak perempuan pengusaha juga tidak dapat diabaikan. Pemerintah dan LSM perlu bekerja sama untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya pemberdayaan perempuan dalam ekonomi dan menciptakan lingkungan yang mendukung bagi perempuan untuk berwirausaha (Nastiti & Harikesa, 2023). Dengan dukungan yang kuat dari

pemerintah dan lembaga swadaya masyarakat, perempuan pengusaha di sektor kreatif dapat lebih mudah mengatasi tantangan yang dihadapi dan meningkatkan keberhasilan usaha mereka (Husen & Ahmad, 2023).

V. Dampak Usaha Mikro terhadap Pemberdayaan Perempuan

A. Peningkatan Pendapatan

Usaha mikro yang dimiliki oleh perempuan di sektor kreatif memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan pendapatan mereka. Menurut data dari Asnuryati (2023), perempuan yang terlibat dalam usaha mikro dapat meningkatkan pendapatan keluarga hingga 30% dalam satu tahun. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan usaha mikro tidak hanya memberikan keuntungan finansial bagi individu, tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan keluarga secara keseluruhan. Misalnya, di Desa Jatisura, perempuan yang menjalankan usaha kerajinan tangan seperti batik dan anyaman bambu melaporkan peningkatan pendapatan yang signifikan setelah mengikuti pelatihan kewirausahaan yang diselenggarakan oleh lembaga nonpemerintah (Sumarta, 2021).

Statistik menunjukkan bahwa lebih dari 60% perempuan pelaku usaha mikro di Indonesia mengalami peningkatan pendapatan setelah memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk mereka (Mulyani, 2021). Hal ini sejalan dengan tren global di mana e-commerce menjadi alat penting dalam memasarkan produk lokal. Dengan memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce, perempuan dapat menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga meningkatkan potensi pendapatan mereka secara substansial (Ahya & Astria, 2024).

Contoh konkret dapat dilihat dari usaha mikro di sektor kuliner yang dimiliki oleh perempuan di Kota Bandung. Banyak dari mereka yang memulai usaha dari rumah dan berhasil mengubah hobi memasak menjadi sumber pendapatan yang stabil. Berdasarkan penelitian Barlian et al. (2012), usaha kuliner yang dikelola oleh perempuan tidak hanya memberikan kontribusi finansial, tetapi juga menciptakan lapangan kerja bagi anggota keluarga dan masyarakat sekitar. Ini menunjukkan bahwa usaha mikro dapat menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi lokal (Habibi et al., 2024).

Peningkatan pendapatan juga berkontribusi pada peningkatan akses perempuan terhadap pendidikan dan kesehatan. Dengan penghasilan yang lebih baik, perempuan dapat menginvestasikan lebih banyak dalam pendidikan anak-anak mereka dan memenuhi kebutuhan kesehatan keluarga. Hal ini berpotensi menciptakan siklus positif yang mendukung pemberdayaan perempuan dan pengembangan komunitas secara keseluruhan (Evi Sirait et al., 2024).

Namun, tantangan tetap ada, termasuk akses modal dan pelatihan yang memadai. Banyak perempuan yang masih menghadapi kesulitan dalam mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan formal, yang dapat menghambat pertumbuhan usaha mereka. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah dan lembaga swasta, untuk meningkatkan akses perempuan terhadap sumber daya yang dibutuhkan untuk mengembangkan usaha mikro mereka (Shiddiq & Wakhid, 2021).

B. Kepercayaan Diri dan Kemandirian

Keberhasilan dalam menjalankan usaha mikro juga berdampak signifikan terhadap peningkatan kepercayaan diri perempuan. Menurut Hendratni dan Ermalina (2018), perempuan yang terlibat dalam usaha mikro cenderung merasa lebih mandiri dan memiliki kontrol lebih besar atas kehidupan mereka. Hal ini terlihat dari banyaknya perempuan yang berani mengambil keputusan penting dalam keluarga dan komunitas setelah berhasil menjalankan usaha mereka.

Kepercayaan diri yang meningkat ini sering kali berujung pada partisipasi perempuan dalam kegiatan sosial dan politik. Di beberapa daerah, perempuan yang memiliki usaha mikro mulai terlibat dalam organisasi masyarakat dan bahkan mencalonkan diri sebagai pemimpin lokal. Ini menunjukkan bahwa usaha mikro tidak hanya memberikan kemandirian finansial, tetapi juga mendorong partisipasi aktif dalam proses pengambilan keputusan di tingkat komunitas (Dilawati et al., 2021).

Contoh nyata dapat dilihat dari program pelatihan kewirausahaan yang diadakan di Desa Larangan Luar, Pamekasan. Setelah mengikuti pelatihan, banyak perempuan yang merasa lebih percaya diri untuk memasarkan

produk mereka dan berinteraksi dengan pelanggan (Taufiq et al., 2023). Ini menunjukkan bahwa pendidikan dan pelatihan yang tepat dapat meningkatkan kepercayaan diri perempuan dalam berwirausaha.

Lebih jauh lagi, kemandirian yang diperoleh melalui usaha mikro memungkinkan perempuan untuk mengatasi berbagai tantangan yang mereka hadapi. Misalnya, perempuan yang memiliki sumber pendapatan sendiri lebih mampu mengatasi masalah kekerasan dalam rumah tangga dan mengambil keputusan untuk meninggalkan hubungan yang tidak sehat (Nastiti & Harikesa, 2023). Ini menunjukkan bahwa pemberdayaan ekonomi melalui usaha mikro dapat berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup perempuan secara keseluruhan.

Namun, meskipun ada kemajuan, masih banyak perempuan yang merasa kurang percaya diri untuk memulai usaha karena stigma sosial dan kurangnya dukungan dari lingkungan sekitar. Oleh karena itu, penting untuk terus meningkatkan kesadaran tentang pentingnya pemberdayaan perempuan dalam bidang ekonomi dan mendorong masyarakat untuk mendukung inisiatif ini (Syahni & Husen, 2022).

C. Perubahan Sosial dan Budaya

Usaha mikro yang dimiliki oleh perempuan juga berperan dalam mendorong perubahan sosial dan budaya di masyarakat. Keberadaan perempuan sebagai wirausaha sering kali menantang norma-norma gender tradisional yang ada. Menurut Mutmainah (2020), perempuan yang aktif dalam usaha mikro membantu mengubah pandangan masyarakat tentang peran perempuan, dari yang sebelumnya dianggap sebagai pengurus rumah tangga menjadi sosok yang mandiri dan produktif (Arifin et al., 2024).

Contoh nyata dari perubahan ini dapat dilihat di berbagai komunitas di mana perempuan mulai berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi. Di Desa Sepat, Kabupaten Sragen, perempuan yang menjalankan usaha kerajinan tangan tidak hanya mendapatkan penghasilan, tetapi juga mulai terlibat dalam pengambilan keputusan di tingkat desa (Bank et al., n.d.). Hal ini menunjukkan bahwa

keberhasilan usaha mikro dapat mengubah posisi sosial perempuan dalam masyarakat.

Lebih jauh lagi, usaha mikro perempuan sering kali menjadi inspirasi bagi generasi muda. Banyak anak-anak perempuan yang terinspirasi oleh ibu mereka yang berwirausaha dan mulai memikirkan karir di bidang kewirausahaan. Ini berpotensi menciptakan budaya kewirausahaan yang lebih kuat di kalangan generasi berikutnya (Krisnawati et al., 2016).

Namun, perubahan sosial ini tidak selalu berjalan mulus. Di beberapa daerah, masih ada resistensi terhadap perempuan yang berwirausaha, terutama dari kalangan laki-laki yang merasa terancam dengan perubahan peran gender. Oleh karena itu, penting untuk mengedukasi masyarakat tentang manfaat pemberdayaan perempuan dan pentingnya kesetaraan gender dalam pembangunan ekonomi (Lindiawatie et al., 2018).

Dengan demikian, usaha mikro tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada perubahan sosial yang lebih luas. Diperlukan kolaborasi antara pemerintah, lembaga swasta, dan masyarakat untuk mendukung perempuan dalam menjalankan usaha mikro dan mendorong perubahan budaya yang lebih inklusif.

D. Kontribusi terhadap Ekonomi Lokal

Usaha mikro yang dimiliki oleh perempuan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap ekonomi lokal. Menurut Evi Sirait et al. (2024), lebih dari 50% usaha mikro di Indonesia dikelola oleh perempuan, dan keberadaan mereka berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan daerah. Hal ini menunjukkan bahwa usaha mikro tidak hanya bermanfaat bagi individu, tetapi juga untuk pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

Di sektor kreatif, perempuan sering kali memainkan peran penting dalam menciptakan produk yang unik dan inovatif. Misalnya, di Bali, banyak perempuan yang terlibat dalam industri kerajinan tangan seperti perhiasan dan pakaian tradisional. Produk-produk ini tidak hanya dipasarkan di dalam negeri, tetapi juga diekspor ke luar negeri, sehingga meningkatkan pendapatan daerah dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar (Sunariani et al., 2017).

Statistik menunjukkan bahwa usaha mikro yang dimiliki oleh perempuan mampu menciptakan lebih dari 2 juta lapangan kerja di Indonesia setiap tahunnya (Beni, 2021). Ini menunjukkan bahwa pemberdayaan perempuan dalam bidang usaha mikro merupakan langkah strategis untuk mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Nasiruddin & Hidayati, 2022).

Namun, untuk memaksimalkan kontribusi ini, diperlukan dukungan dari pemerintah dalam bentuk kebijakan yang mendukung pengembangan usaha mikro. Misalnya, akses terhadap modal, pelatihan, dan pemasaran yang lebih baik dapat membantu perempuan untuk mengembangkan usaha mereka dan berkontribusi lebih besar terhadap ekonomi lokal (Handayani, 2017). Dengan demikian, usaha mikro yang dimiliki oleh perempuan tidak hanya berperan dalam meningkatkan pendapatan individu, tetapi juga memberikan dampak positif yang luas terhadap ekonomi lokal dan pembangunan masyarakat secara keseluruhan.

VI. Kesimpulan

A. Ringkasan Temuan

Dari pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa usaha mikro yang dimiliki oleh perempuan di sektor kreatif memiliki dampak yang signifikan terhadap pemberdayaan perempuan. Peningkatan pendapatan, kepercayaan diri, perubahan sosial, dan kontribusi terhadap ekonomi lokal adalah beberapa dampak positif yang dihasilkan. Usaha mikro tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada perubahan budaya dan sosial yang lebih inklusif.

B. Implikasi untuk Kebijakan

Temuan ini menunjukkan perlunya perhatian lebih dari pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya untuk mendukung pemberdayaan perempuan melalui usaha mikro. Kebijakan yang mendukung akses modal, pelatihan, dan pemasaran untuk perempuan perlu diperkuat agar mereka dapat mengembangkan usaha mereka secara optimal. Selain itu, program-program edukasi yang meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya

kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan juga sangat diperlukan.

C. Rekomendasi untuk Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan studi lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha mikro perempuan di berbagai daerah. Selain itu, penelitian tentang dampak jangka panjang dari pemberdayaan perempuan melalui usaha mikro terhadap perkembangan ekonomi lokal juga perlu dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif.

Daftar Pustaka

- Ahya, A. H., & Astria, K. K. (2024). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Mempromosikan Usaha Ultra Mikro dan Mikro. *Innovative: Journal Of Social Science*, 4, 13583–13597. <http://jinnovative.org/index.php/Innovative/article/view/12111>
- Andrianti, F., & Oktafia, R. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Media Online Desa Karangpoh Kecamatan Krian Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8(1), 43. <https://doi.org/10.20473/vol8iss20211pp4354>
- Andrianti, F., & Oktafia, R. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Melalui Media Online Desa Karangpoh Kecamatan Krian Kabupaten Sidoarjo (Tinjauan Pemasaran Islam). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8(1), 43. <https://doi.org/10.20473/vol8iss20211pp4354>
- Asnuryati. (2023). Strategi Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan di Desa: Mendorong Pemberdayaan Komunitas dan Kemandirian Ekonomi Lokal. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 2175–2183.
- Bank, G., Amerika, S., & The, S. (n.d.). GELIAT PEREMPUAN DESA SEPAT KABUPATEN SRAGEN GELOKAKAN PROTOKOL KESEHATAN SAMPAI MANCA NEGARA Sritami Santi Hatmini , Setyasih Harini Abstrak Pendahuluan Sejarah telah mencatat krisis perekonomian global yang berawal dari krisis bahan bakar minyak hingga krisis pangan terjadi pada tahun 2007/2008 . Krisis finansial yang bermula dari Negara Paman Sam tersebut oleh Alan Greenspan , mantan Anggapan Greenspan cukup beralasan mengingat krisis finansial tersebut berproses , mantan Gubernur Bank Sentral AS diperkuat oleh International Monetary Fund (IMF) yang menganggapnya sebagai “ largest financial shock since great depression ” untuk corona yang kemudian dikenal dengan Covid19 . Virus corona yang semula ditemukan. 28–47.
- Barlian, I., Gomulia, B., & Manurung, E. M. (2012). PENGELOLAAN KEUANGAN OLEH PENGUSAHA PEREMPUAN PADA BEBERAPA BISNIS KREATIF DI BANDUNG. *Research Report Humanities and Social Science*, 1(0). <http://journal.unpar.ac.id/index.php/Sosial/article/view/179>
- Barlian, I., Gomulia, B., & Manurung, E. M. (2012). PENGELOLAAN KEUANGAN OLEH PENGUSAHA PEREMPUAN PADA BEBERAPA BISNIS KREATIF DI BANDUNG (Studi Kasus Pada Bisnis Kreatif: fesyen, kerajinan, dan film). *Research Report Humanities and Social Science*, 1(0). <http://journal.unpar.ac.id/index.php/Sosial/article/view/179>
- BEKRAF. (2022). Laporan Ekonomi Kreatif Indonesia.
- Beni, S. (2021). Kesejahteraan Masyarakat Dan Pertumbuhan Ekonomi Di Perbatasan Jagoi Babang Kalimantan Barat Melalui Pemberdayaan. *Inovasi Pembangunan: Jurnal Kelitbangan*, 9(02), 125. <https://doi.org/10.35450/jip.v9i02.232>
- BPS. (2022). Statistik UMKM Indonesia 2022. Badan Pusat Statistik.
- Brahmantyo, H., Baiquni, M., Fandeli, C., & Widodo, T. (2020). Persepsi

- Masyarakat Setempat dan Pegawai Pemerintah Daerah terhadap Dampak Pembangunan Pariwisata : Studi kasus di Kawasan Kota Tua Persepsi Masyarakat Setempat dan Pegawai Pemerintah Daerah terhadap. *Jurnal Khasanah Ilmu*, 8(1), 10–19.
- Cay, S., & Irnawati, J. (2020). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan (studi kasus UMKM di Tangerang Selatan). *Jurnal Mandiri : Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(2), 160–170. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i2.132>
- Dilawati, R., Zulaiha, E., & Huraiani, Y. (2021). Perempuan dan Ketahanan Keluarga di Masa Pandemi Covid19: Studi Kasus Mantan Para Pekerja Perempuan di Kota Bandung. *Journal of Society and Development*, 1(2), 46–58. <http://journal.medpro.my.id/index.php/jsd/article/view/41>
- Abidin, A. Z., & Ilma Ahmad, Z. (2023a). Kepatuhan Syariah (Sharia Compliance) Produk Lelang Syariah. *Jurnal Tijaratana*, Vol 4 No1. <https://ejournal.stiesbabussalam.ac.id/index.php/tijaratana/article/view/50>
- Abidin, A. Z., & Ilma Ahmad, Z. (2023b). Revitalisasi Dompot Digital OVO Invest Luncurkan Layanan Investasi Syariah Tinjauan Maqasid Syariah. *Jurnal Tijaratana*, Vol 4 No 2.
- Ahmad, Z. I., Abidin, A. Z., & Syahni, A. (2024). Systematic Literature Review: Variable-Variable yang Mempengaruhi Ketaatan Pembayaran Zakat terhadap Keberkahan Zakat Muzakki. *Jurnal Tijaratana*, Vol 5 No 1.
- Arifin, muhammad zainul miftahul, Abduh, F., & Nasirin, muhammad khoirun. (2024). peran pesantren dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat pesantren shiddiyyah jombang. *Al-Ma'ab: Journal of Islamic Economy*, 1(1).
- Budi Santoso, M. S., Nur Husen, M., Ilma Ahmad, Z., & Dimiyati, D. (2024). Restrukturisasi Syariah: Upaya Penyelesaian Cidera Janji (Wanprestasi) Investasi Syariah. *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi Dan Pemikiran Hukum Islam*, 15(2), 41–57. <https://doi.org/10.30739/darussalam.v15i2.2925>
- Habibi, R., Santoso, M. S. B., & Nasirin, M. K. (2024). Peran aqasid syariah dan good corporate governace terhadap pertumbuhan laba bank syariah indonesia. *Jurnal Tijaratana*, Vol 5 No 1.
- Husen, M. N., & Ahmad, Z. I. (2023). Implementasi Akad Ijarah dalam Pembiayaan Produktif pada KSPPS BMT NU Jombang. *Jurnal Tijaratana*, Vol 4 No 2.
- Ilma Ahmad, Z., Roziq, A., & Abidin, A. Z. (2024). Metode Pembayaran Cash On Delivery (COD) melalui Jasa Ekspedisi PT. Pos Indonesia Jember dalam Analisis Fatwa DSN MUI tentang Akad Wakalah Bil Ujrah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 2 No 2.
- Nasiruddin, M., & Hidayati, N. L. (2022). Aktivitas Ekonomi Santri dan Kesejahteraan Umat (Studi Kasus di Desa Kalijaring Kec. Tembelang Kab. Jombang). *Jurnal Tijaratana*, Vol 2 No 2.
- Putro, D. E., Abidin, A. Z., Wardoyo, F. R., & Gozali, M. L. (2022). Dana Talangan Haji dalam Perspektif Fiqih Muamalah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 8 No 0.
- Shiddiq, J., & Wakhid, A. (2021). Implementasi Marketing MIX Syariah di Era Industri 4.0 Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Tijaratana*, Vol 2 No 2.
- Syahni, A., & Husen, M. N. (2022). Sejarah Lembaga Keuangan dalam Islam. *Jurnal Tijaratana*, Vol 3 No 2.
- Ekonomi, J., & Akuntansi, M. (2024). Neraca Neraca. 1192(12), 304–317.
- Evi Sirait, Bagus Hari Sugiharto, Jenal Abidin, Nely Salu Padang, & Johni Eka Putra. (2024). Peran UMKM dalam Meningkatkan Kesejahteraan Perekonomian di Indonesia. *ElMal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(7), 3816–3829. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i7.4160>
- Hamid, A. M., Islam, U., Ulum, D., & Kunci, K. (2023). Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Melalui UMKM Berbasis PREMAN (Preneur Lamongan Megilan) di Kecamatan Maduran. 2(1), 1–18.
- Handayani, R. (2017). Analisis Peran Perbankan, Perluasan Pasar dan Quality Kontrol Dalam Upaya Mengembangkan UMKM Berdaya Saing : Studi Kasus UMKM di Kecamatan Medan Denai

- Kota Medan. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 17(2), 174–184. <https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v17i2.1799>
- Hendratni, T. W., & Ermalina, E. (2018). *Womenpreneur, Peranan Dan Kendalanya Dalam Kegiatan Dunia Usaha*. *Liquidity*, 2(2), 170–178. <https://doi.org/10.32546/lq.v2i2.119>
- Kabeer, N. (1999). *Resources, Agency, Achievements: Reflections on the Measurement of Women's Empowerment*. *Development and Change*, 30(3), 435–464.
- Kamil, A., & Dewi, C. (2022). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Batik Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan*. *Journal of Economic Well Being (Joew)*, 1(April), 11–20.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2023). *Statistik Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah*.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021). *Laporan Tahunan Ekonomi Kreatif Indonesia*.
- Krisnawati, I., Iswari, R., & Arsi, A. A. (2016). *Implikasi Pendidikan Tinggi terhadap Pelaksanaan Peran Domestik (Studi Kasus Perempuan Berpendidikan Tinggi menjadi Ibu Rumah Tangga di Perumahan Mangunsari Asri Kecamatan Gunungpati Kota Semarang)*. *Solidarity: Journal of Education, Society and Culture*, 5(1), 22–30.
- Lestari, I. D., & Akbar, M. I. (2022). *Manajemen Risiko UMKM Jumputan di Masa Pandemi (Studi Kasus Sanggar Jumputan Maharani Kampung Tahunan Yogyakarta)*. *DESKOVI: Art and Design Journal*, 5(1), 79. <https://doi.org/10.51804/deskovi.v5i1.1773>
- Lindiawatie, L., Shahreza, D., & Ria, A. (2018). *Peranan Perempuan dalam Membangun Kinerja Koperasi Simpan Pinjam Berprinsip Syariah (Studi Kasus KSU Huwaiza Depok)*. *Sosio EKons*, 10(2), 96. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i2.2601>
- Luh, N., & Maryasih, K. (2021). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Wanita Memilih Berwirausaha pada Sentra Industri Kecil Linggoasri Pekalongan Jawa Tengah*. *Mjir) Moestopo Journal International Relations*. Luh, Ni, and Kerti Maryasih. 2021. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wanita Memilih Berwirausaha Pada Sentra Industri Kecil Linggoasri Pekalongan Jawa Tengah.” *Mjir) Moestopo Journal Inter*, 1(1), 31–45.
- MatićSkoko, S. (1979). *No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析*. *Biochemical and Biophysical Research Communications*, 91(2), 498–501.
- Mualifah, A. U., & Prasetyoningrum, A. K. (2021). *ANALISIS PENGARUH JIWA WIRAUSAHA, AKSES MODAL, DAN EKSPEKTASI PENDAPATAN TERHADAP MINAT BERWIRAUSAHA*. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 3(1), 9–22. <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v3i1.64>
- Mulyani, Y. S. (2021). *ECommerce Solusi Pemasaran UMKM Dalam Mengembangkan Industri Pariwisata Di Tengah Pandemi Covid19 (Studi Kasus UMKM di Kota Tasikmalaya)*. *Khasanah Ilmu Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 12(2), 131–141. <https://doi.org/10.31294/khi.v12i2.11293>
- Mutmainah, N. (2020). *Peran Perempuan dalam Pengembangan Ekonomi Melalui Kegiatan UMKM di Kabupaten Bantul*. *WEDANA: Jurnal Kajian Pemerintahan, Politik Dan Birokrasi*, 6(1), 1–7. [https://doi.org/10.25299/wedana.2020.vol6\(1\).4190](https://doi.org/10.25299/wedana.2020.vol6(1).4190)
- Mutmainah, N. (2020). *Peran Perempuan dalam Pengembangan Ekonomi Melalui Kegiatan UMKM di Kabupaten Bantul*. *WEDANA: Jurnal Kajian Pemerintahan, Politik Dan Birokrasi*, 6(1), 1–7.

[https://doi.org/10.25299/wedana.2020.vol6\(1\).4190](https://doi.org/10.25299/wedana.2020.vol6(1).4190)

- Nastiti, N. N., & Harikesa, I. W. A. (2023). Fenomena Penyebaran Pandemi Covid 19 Dan Kesenjangan Gender Di Asia Tenggara (Studi Kasus: Dampak Covid 19 Terhadap Pemenuhan Hak Asasi Perempuan Di Indonesia (20202021). *Jurnal Dinamika Global*, 8(01), 109–132.
<https://doi.org/10.36859/jdg.v8i01.1567>
- Rachmah, D. A., & Juniar, A. (2018). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Dan Kreativitas Terhadap Daya Saing Usaha (Studi Kasus Pada Industri Sasirangan Banjarmasin). *Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 51–60.
- Rahman Berutu, F., & Aslami, N. (2023). Strategi Dalam Mengembangkan Industri Kreatif Sektor Kerajinan Kain Tenun Ulos Silalahi Dengan Tantangan Berinovasi Pada Era Modern Guna Meningkatkan Daya Saing (Studi di Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab. Dairi). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 12(12), 12–18.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10419138>
- Sabaruddin, A., Maulid, Taslim, Septiana, A. R., Jamaludin, I. I., Triani, & Junus, I. (2024). Identifikasi Potensi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa OkoOko Kecamatan Pomalaa Kabupaten Kolaka Sulawesi Tenggara Identification of Micro , Small and Medium Enterprise Development Potential in OkoOko Village , Pomalaa District , Kolaka Re. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(1), 1–11.
<https://doi.org/10.56338/jks.v7i1.4687>
- Sumarta. (2021). Hibah Usaha Produktif Kreatif Dana Baznas: Studi Kasus Desa Jatisura Kecamatan Cikedung Kabupaten Indramayu. *Tasyri': Jurnal Muamalah Dan Ekonomi Syariah*, 3(1), 1–18.
<http://ojs.staisdharma.ac.id/index.php/tjmes/article/view/29>
- Sunariani, N. N., Suryadinata, A. O., & Mahaputra, I. I. R. (2017). Empowerment of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) through Fostered Programs in the Province of Bali. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 1–20.
- Taufiq, A., Anam, S., Hasbullah, H., Efendi, J., & Amar, S. S. (2023). Pelatihan Kewirausahaan untuk Peningkatan Pendapatan Kelompok Perempuan Usaha Mikro di Desa Larangan Luar Kabupaten Pamekasan. *Jurnal Literasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(2), 107–116.
<https://doi.org/10.61813/jlppm.v2i2.46>