

**"Tema: 5 (Kewirausahaan, Koperasi dan UMKM)**

**WANITA DAN PERANANNYA DALAM MEMAJUKAN UMKM BATIK DI  
KEBUMEN**

Siti Nur Azizah, Harini Abrilia Setyawati  
STIE Putra Bangsa  
[sitinuraziz@yahoo.com](mailto:sitinuraziz@yahoo.com)  
[harini.abrilia.setyawati@gmail.com](mailto:harini.abrilia.setyawati@gmail.com)

**ABSTRAK**

Peran wanita pada UMKM di Kebumen masih 20-30 persen berdasarkan data Dinas Perindustrian dan Koperasi Kabupaten Kebumen. Peningkatan kesejahteraan keluarga melalui partisipasi wanita yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap pembangunan secara umum, menjadi alasan yang melatarbelakangi pelaksanaan penelitian ini. Perlu adanya upaya yang berhubungan dengan pemberdayaan wanita agar berfungsi sebagai subyek dan obyek pembangunan, baik secara individu, anggota keluarga dan warga. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis, mendeskripsikan dan menginterpretasikan apa saja faktor yang mempengaruhi pemberdayaan wanita sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan perekonomian keluarga. Subyek penelitian adalah 30 orang pengusaha batik perempuan di Kecamatan Pejagoan dan Alian.

*Kata Kunci* : Perempuan, Batik, UMKM

**PENDAHULUAN**

Keberadaan usaha kecil dan menengah mempunyai peranan penting bagi perekonomian dalam negeri, terlebih kekokohan sektor UKM terbukti mampu bertahan ditengah krisis ekonomi 1998. Karena bagaimapun juga masih positifnya pertumbuhan ekonomi Indonesia tidak bisa lepas ditopang dari sektor UKM. Bahkan, UKM milik perempuan pun tidak mau kalah ikut serta dalam kontribusinya kepada ekonomi nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia pada 2010 sekitar 60% UKM dikelola oleh perempuan Indonesia. Dimungkinkan peranannya semakin meningkat. Hal ini menunjukkan perempuan memiliki peranan penting dalam meningkatkan perekonomian negara.

Kedudukan dan peran wanita dalam memajukan perekonomian keluarga memiliki beberapa indikator yang dapat menjadi tolok ukur, diantaranya adalah dengan mengalisa kegiatan-kegiatan yang dilakukan wanita pelaku UMKM pada umumnya dalam masyarakat, berupa kegiatan usaha, jenis pelakuan, dan status pelakuan. Indikator tersebut

akan diperoleh gambaran mengenai kegiatan produktif seperti apakah yang dapat menghasilkan upah atau imbalan yang sesuai dengan kegiatan wanita pelaku UMKM tersebut, bagaimana proporsi wanita dalam bekerja, status wanita dalam pelakuan di industri UMKM, posisi wanita pekerja apakah sudah sesuai atau tidak. Kajian tentang wanita di lapangan dapat dihubungkan dengan keadaan masyarakat yang pada umumnya dipengaruhi oleh kebutuhan disamping nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat. kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh wanita apakah sudah sewajarnya tidak langsung berkaitan dengan urusan rumah tangga, juga menentukan perannya (Budiman, 1992).

Namun pada kenyataannya hal tersebut belum terjadi pada UMKM Kebumen, berdasarkan data Dinas Perindustrian dan Koperasi peran wanita pada UMKM di Kebumen peranan wanita baru 20 sampai 30 persen, padahal menurut Aaker secara nasional sebanyak 40-50 persen bisnis di pasar-pasar yang sedang berkembang dimiliki oleh kaum wanita. Peranan tersebut masih bisa ditingkatkan lagi dengan berbagai kebijakan. Kebijakan seperti apakah yang pro gender?

## **METODE**

UMKM di Indonesia memiliki definisi terkait kriteria dalam hal permodalan dan omzet. UMKM menurut Undang - Undang No. 20 Tahun 2008, UMKM memiliki kriteria sebagai berikut :

- a. Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha milik perorangan yang memenuhi kriteria yakni:
  1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
  2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- b. 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 :
  1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah)

sampai dengan paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah sampai dengan paling banyak Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah)

c. 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 besar yang memenuhi kriteria:

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah)

Keputusan Menteri Keuangan No. 361/KMK 016/1994 tanggal 27 Juni 1994 bahwa Usaha Kecil sebagai perorangan /badan usaha yang telah melakukan kegiatan / usaha yang mempunyai penjualan / omset per tahun setinggi-tingginya Rp 600.000.000,00 (enam ratus juta rupiah) atau asset (aktiva) setinggi-tingginya Rp 600.000.000,00 (enam ratus juta rupiah) 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, pedangang barang dan jasa dan yang lainnya. Dari berbagai pendapat diatas, 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..

Faktor-faktor determinan langsung adalah tekanan ekonomi (keuangan) serta latar belakang sosial dan budaya. Sedangkan faktor yang mempengaruhi secara tidak langsung adalah kebijakan pemerintahan dan stabilitasi lingkungan sosial ekonomi domestik. Dan semua dampak tersebut awal mulanya dirasakan suatu keluarga dengan berbagai macam permasalahan yang kerap terjadi. Misalnya saja perceraian karena perekonomian keluarga yang tidak tercukupi, kekerasan dalam rumah tangga. Dalam hal ini peranan perempuan

harus bisa dan ikut berperan pula dalam membantu memenuhi kebutuhan-kebutuhan keluarga dalam rangka ikut serta mengubah berbagai permasalahan tersebut.

Berdasarkan *self assessment* (penilaian diri sendiri) yang didasarkan pada kuisisioner yang disebarakan kepada pengarjin batik wanita di Alian dan Pejagoan pada 30 orang membuktikan jika ada beberapa kendala internal yang membuat para pekerja wanita masih bimbang untuk mengembangkan potensi sebagai seorang wirausaha. Diantaranya adalah:

1. Mengambil keputusan dengan banyak pertimbangan sebanyak lima belas (50 %)

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.

2. Memiliki Empati yang terlalu tinggi tiga (10%)

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.

3. Takut gagal sebanyak lima (17 %)

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 *passionnya*. 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.

4. Pengetahuan wirausaha yang kurang sebanyak tujuh (23%)

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.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Tingkat Kinerja Pemilik Bisnis UKM Perempuan**

Hasil survey pada 30 pengrajin batik wanita di Alian dan Pejagoan dengan kuesioner mendapatkan hasil;

a. Faktor pendorong wanita dalam pengembangan UKM

Pertanyaan apa yang mendorong wanita pembatik di Alian dan Pejagoan atau memotivasi wanita melakukan usaha, yaitu untuk menentukan apa yang ingin dicapai, tujuan apa yang hendak dicapai, serta produk apa yang akan dihasilkan. Dari hasil penelitian 92% menyatakan ingin meringankan beban keluarga, mengubah nasib (3%), ingin menciptakan lapangan pekerjaan (4%). Banyaknya motivasi wanita melakukan usaha karena ingin mengurangi beban keluarga menunjukkan adanya kesadaran dari wanita atas kondisi pengangguran yang semakin meningkat, adanya kesadaran dari wanita untuk menciptakan pekerjaan bukan mencari pekerjaan.

b. Hubungan Kerja Antara Pelaku Usaha Dengan Bawahan dan Mitra Usaha

Dilihat dari hubungan kerja pimpinan/pelaku usaha dengan anak buah/staf/manajer atau dengan sejawat seluruhnya menyatakan tidak ada kesulitan. Dalam hal hubungan dengan mitra usaha, dalam penelitian ini ternyata dari 20 responden yang menyatakan tidak ada kendala sedang yang ada kendala 10. Kendala hubungan dengan mitra usaha kebanyakan yang banyak diperlukan adalah

kemitraan pembayaran tidak tepat waktu, kesulitan dalam penagihan cicilan pada anggota, dan lain sebagainya.

Mulyanto (2006) menjelaskan bahwa gender dan kegiatan usaha seringkali tidak bisa diabaikan keterkaitannya. Beberapa jenis usaha sangat beraroma gender. Tambunan (2002) perempuan di UKM bekerja lebih keras dengan jam kerja yang lebih panjang dibandingkan rekan laki-laki mereka namun di pihak lain, perempuan sering juga dianggap kurang berani mengambil resiko, sehingga implikasinya adalah bahwa usaha-usaha yang dipimpin oleh perempuan bersifat kurang dinamik.

Kinerja usaha yang dilakukan oleh para pelaku UKM tidak terlepas dari strategi. Dalam buku-buku teori manajemen stratejik pada umumnya sepakat bahwa strategi berperan terhadap kinerja usaha. Bahwa keputusan manajerial (strategi) menjadi salah satu penentu masa depan perusahaan (Muhammad, 2000). Pengaruh nilai kepribadian wirausaha terhadap prestasi perusahaan tidak hanya bersifat langsung tetapi juga secara tidak langsung, antara lain melalui penggunaan strategi fungsional (Suhairi, 2006).

Subanar (2001) berpendapat peran sang *Entrepreneur* atau wirausaha sangat mendominasi perilaku bisnis dan sangat menentukan arah masa depan bagi suatu usaha kecil dan menengah. Hodgetts dan Kuratko, 2001; Kickul dan Gundry, 2002 (dalam Boohene, et.al., 2008) menjelaskan bahwa nilai-nilai pribadi yang terkait dengan strategi proaktif, sering disebut sebagai nilai-nilai kewirausahaan. Menurut Blackman, 2003 (dalam Boohene, et.al., 2008) mengemukakan dalam literatur menunjukkan bahwa pemilik-manajer dengan nilai-nilai kewirausahaan yang mengadopsi strategi proaktif menunjukkan kinerja lebih kuat/baik dari pada mereka yang kurang nilai-nilai kewirausahaan dengan orientasi strategi reaktif.

Peran perempuan dalam kegiatan UKM dapat dikatakan belum berpartisipasi secara aktif. Menurut daftar perusahaan UKM yang terdaftar pada dinas Perindustrian Perdagangan & Koperasi (Perindagkop) Kabupaten Kebumen, porsi peran perempuan dalam pengelolaan dan kepemilikan UKM hanya sebesar 20%. Sedangkan sisanya 80% dimiliki dan dikelola oleh laki-laki dari total UKM yang terdaftar sebanyak 243 unit usaha. Dengan kata lain, potensi perempuan dalam melakukan perannya sebagai wirausaha di Kabupaten Kebumen belum signifikan.

Peran perempuan dalam menjalankan UKM di Kebumen sekitar 20-30 persen dari jumlah seluruh UKM yang ada di Kebumen. Awalnya, alasan perempuan melakukan kegiatan bisnis karena masih sebatas tanggung jawab pada kebutuhan keluarga. Motivasi perempuan dalam melakukan kegiatan bisnis lebih merupakan tekanan untuk menopang kebutuhan keluarga (Sutini Suderajat 2010).

Dinas Keluarga Berencana dan Pemberdayaan Masyarakat (KBPM) sebagai mitra dinas Disperindagkop Kabupaten Kebumen dalam menjalankan program pemberdayaan perempuan di sektor UKM bahwa salah satu masalah dalam agenda pembangunan, penanggulangan kemiskinan, dan kesejahteraan sosial adalah ketidaksetaraan dan keadilan gender. Laki-laki dan perempuan memiliki pengalaman kemiskinan yang berbeda. Dampak yang diakibatkan oleh kemiskinan terhadap kehidupan laki-laki juga berbeda dengan perempuan. Sumber dari permasalahan kemiskinan perempuan terletak pada budaya patriarki yang bekerja melalui pendekatan, metodologi dan paradigma pembangunan. Sistem kebijakan pemerintahan sebaiknya tidak meminggirkan perempuan melalui kebijakan, program dan lembaga yang tidak responsif gender. Pengarusutamaan gender secara yuridis telah diatur oleh Inpres Nomor 9 tahun 2000 dan Permendagri Nomor 67 tahun 2011, dengan panduan pelaksanaan antara lain, membentuk mekanisme untuk formulasi kebijakan dan program yang responsif gender, memberi perhatian khusus pada kelompok yang mengalami marginalisasi karena bias gender serta meningkatkan pemahaman dan kesadaran semua pihak untuk melakukan tindakan sensitif gender dibidang masing-masing.

Kondisi kesetaraan gender di negara ini masih membutuhkan kerja keras dan menuntut sinergitas segenap komponen pembangunan bangsa, terlebih banyak pemahaman masyarakat yang kurang tepat tentang keadilan gender itu sendiri, termasuk masih terdapatnya perbedaan antara pengusaha perempuan dan pengusaha laki-laki, yang di tentukan terutama oleh budaya dan aspek yang menyantuh seperti penilaian sosial atau masyarakat umum terhadap perempuan karir, beban rangkap sebagai ibu rumah tangga dan pelaku bisnis dan keterbatasan mobilitas, dimana mengakibatkan perempuan seringkali terhambat oleh struktur sosial dalam penciptaan dan pengelolaan bisnis atau koperasi dan UKM.

## **KESIMPULAN**

Pada saat ini UKM masih menghadapi permasalahan-permasalahan dalam mengembangkan usahanya, seperti kurang modal, lemahnya sumber daya manusia kurang menguasai teknologi/pasar mempengaruhi kinerja usaha, sehingga permasalahan-permasalahan tersebut perlu dicarikan pemecahan secara terpadu. Dengan adanya kesadaran dan kemauan yang tinggi dari wanita pelaku usaha untuk meningkatkan kemampuan ketrampilannya agar dapat meningkatkan usahanya, baik dalam bentuk pendidikan/pelatihan, studi banding, maupun magang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Hesti, R.Wd. Penelitian Perspektif Gender dalam Analisis Gender Dalam Memahami Persoalan Perempuan, *Jurnal Analisis Sosial* Edisi IV Nopember 1996.

Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2010. *Data UKM yang dikelola oleh perempuan Indonesia*. Jakarta.

Linda Amalia S.G, 2013, Tingkatkan Peran Perempuan dalam Sektor UKM. *Suara Karya Online*, 9 September 2013.

Prihatminingtyas B., 2010, Analisis faktor- faktor yang berpengaruh terhadap kinerja usaha kecil yang dikelola perempuan di kota Malang, *Disertasi*, Universitas Merdeka, Malang.

Palupiningsih, 2011 Komitmen pelaku UMKM dan UKM Wanita di Kec. Ngantang, Kab. Malang Pasca Relokasi Penjualan, *Jurnal Dinamika Manajemen* volume 3 nomor 1 edisi Maret.

Sumampaw, S.A. dkk, *Ada Bersama Tradisi Seri Usaha Mikro Kecil*, Swisscontact dan Limpad, 2000.