

Analisis Gender dalam Pengelolaan UMKM: Pengaruhnya terhadap Inovasi dan Keunggulan Kompetitif di Kota Padang

Nofriadi ^{1)*}, Suharno Pawirosumarto²⁾, Lusiana³⁾, Silvia Sari⁴⁾

^{1)*} Universitas Perintis Indonesia, email: nofriadibkt18@gmail.com

²⁾ Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang, email: suharno@upiyptk.ac.id

³⁾ Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang, email: lusiana@upiyptk.ac.id

⁴⁾ Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang, email: silviasari@upiyptk.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran gender dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Padang. Kota Padang memiliki sejumlah UMKM yang dimiliki baik oleh perempuan maupun laki-laki, dan penelitian ini fokus pada perbedaan, tantangan, dan peluang yang dihadapi kedua jenis UMKM. Metode penelitian yang digunakan adalah campuran (mixed methods), menggabungkan analisis kuantitatif dan kualitatif. Data primer dikumpulkan melalui survei, wawancara, dan observasi terhadap UMKM perempuan dan laki-laki di berbagai sektor ekonomi. Data sekunder juga dianalisis untuk memberikan konteks yang lebih luas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbedaan gender memengaruhi akses terhadap sumber daya dan dukungan, termasuk modal, pelatihan, dan jaringan bisnis. UMKM perempuan seringkali menghadapi hambatan dalam mengakses modal usaha, pelatihan, dan dukungan teknologi. Selain itu, norma sosial dan peran ganda dalam keluarga juga mempengaruhi waktu dan energi yang dapat diberikan oleh perempuan untuk bisnis mereka. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa UMKM perempuan telah mengambil inisiatif dalam mengadopsi teknologi digital dan strategi pemasaran online untuk memperluas pasar mereka. Mereka juga mencari dukungan dari organisasi non-pemerintah dan pemerintah dalam bentuk pelatihan dan bantuan keuangan

Kata Kunci: Gender, UMKM, Mix methods, Kota Padang

Abstract

Medium Enterprises (MSMEs) in Padang City. Padang City has a number of MSMEs owned by both women and men, and this research focuses on the differences, challenges, and opportunities faced by both types of MSMEs. The research method used is mixed methods, combining quantitative and qualitative analyses. Primary data was collected through surveys, interviews, and observations of female and male MSMEs in various economic sectors. Secondary data was also analyzed to provide a broader context. The research findings indicate that gender differences affect access to resources and support, including capital, training, and business networks. Female-owned MSMEs often face barriers in accessing business capital, training, and technological support. Additionally, social norms and the dual roles within families also influence the time and energy that women can allocate to their businesses. However, the research also found that female-owned MSMEs have taken initiatives to adopt digital technology and online marketing strategies to expand their markets. They have also sought support from non-governmental and governmental organizations in the form of training and financial assistance.

Keywords: Gender, MSMEs, Mix methods, Padang City

PENDAHULUAN

Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian suatu negara telah semakin penting dalam beberapa dekade terakhir. UMKM tidak hanya menjadi salah satu sumber utama penciptaan lapangan kerja, tetapi juga berperan dalam pertumbuhan ekonomi, diversifikasi produk dan jasa, serta memajukan komunitas lokal. Di banyak negara, perempuan semakin aktif terlibat dalam mendirikan dan mengelola UMKM. Namun, meskipun terdapat peningkatan partisipasi perempuan dalam dunia UMKM, kesenjangan gender tetap menjadi perhatian. Kesenjangan gender dalam pengelolaan UMKM mencakup aspek-aspek seperti akses terhadap sumber daya, akses ke modal, pengambilan keputusan, dan sejauh mana perempuan dapat memanfaatkan peluang inovasi dan mencapai keunggulan kompetitif dalam bisnis mereka.

Terdapat bukti-bukti yang menunjukkan bahwa perempuan dalam pengelolaan UMKM sering menghadapi tantangan unik yang mungkin mempengaruhi kemampuan mereka untuk menciptakan inovasi dan mencapai keunggulan kompetitif. Tantangan ini dapat mencakup kendala akses terhadap sumber daya finansial, pendidikan, pelatihan, serta peran sosial dan budaya yang membatasi perempuan dalam peran manajemen bisnis. Oleh karena itu, penelitian yang fokus pada keberagaman gender dalam konteks UMKM, serta dampaknya terhadap inovasi dan keunggulan kompetitif, menjadi sangat relevan.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis yang sangat penting dalam upaya pembangunan ekonomi Indonesia. Kontribusi yang signifikan telah diberikan oleh sektor UMKM dalam hal penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi (Widia & Octafia, 2023). Pada tahun 2018, UMKM berhasil menyerap tenaga kerja sebanyak 97% dan berkontribusi mencapai pertumbuhan ekonomi sebesar 61,1% (Marthalina, 2018). UMKM memiliki karakteristik yang tangguh dan fleksibel, sehingga mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis. Situasi ini menjadi lebih jelas selama Pandemi Covid-19 pada tahun 2020, di mana pemerintah memberikan perhatian khusus untuk menjaga stabilitas ekonomi dengan UMKM menjadi salah satu fokus utama. Beberapa UMKM telah mampu bertahan dengan mengadopsi perubahan strategi seperti memanfaatkan teknologi digital (Widia & Octafia, 2022).

Data juga menunjukkan bahwa sekitar 60 persen dari seluruh UMKM di Indonesia dikelola oleh perempuan (Tambunan, 2019). Hal ini menegaskan bahwa peran UMKM yang dimiliki oleh perempuan memiliki dampak signifikan dalam mengembangkan sektor UMKM dan memperkuat perekonomian. Namun, meskipun perempuan mendominasi jumlah UMKM, beberapa penelitian mengungkapkan bahwa UMKM yang dikelola oleh perempuan cenderung memiliki tingkat kerentanannya yang lebih tinggi dibandingkan dengan yang dikelola oleh laki-laki. Keterbatasan kepemilikan properti, pengalaman bisnis yang terbatas, mobilitas yang terbatas, dan ketergantungan yang lebih besar pada suami dan keluarga menjadi beberapa faktor yang menghambat pertumbuhan dan perkembangan UMKM milik perempuan (Fararatri Widyadari, 2019). Oleh karena itu, meskipun jumlah UMKM yang dimiliki perempuan mendominasi, produktivitasnya seringkali tertinggal dibandingkan dengan UMKM yang dikelola oleh laki-laki.

Kajian ini bertujuan untuk menyelidiki sejauh mana faktor-faktor yang berkaitan dengan keberagaman gender dalam pengelolaan UMKM memengaruhi kemampuan UMKM, terutama yang dikelola oleh perempuan, dalam menciptakan inovasi dan mencapai keunggulan kompetitif. Penelitian akan terfokus di Kota Padang. Melalui pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor ini, diharapkan dapat ditemukan rekomendasi kebijakan dan praktik bisnis yang dapat meningkatkan kontribusi perempuan dalam UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi dan pembangunan yang berkelanjutan. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan *mix method*. Pengumpulan data primer dilakukan melalui penggunaan kuesioner dan wawancara terstruktur. Analisis data kuantitatif mencakup perhitungan frekuensi variabel, dan tabulasi silang. Responden dipilih dari berbagai sektor bisnis, dengan tingkat pendidikan dan usia yang beragam.

TINJAUAN PUSTAKA

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dimiliki oleh perempuan dan laki-laki di Indonesia menghadapi perbedaan kinerja yang cukup signifikan. UMKM yang dimiliki laki-laki cenderung mencapai tingkat kesuksesan yang lebih tinggi dibandingkan dengan UMKM yang dimiliki perempuan (Prayudi et al., 2019). Akses terhadap sumber daya keuangan dan modal adalah faktor utama dalam memengaruhi kinerja UMKM. UMKM yang dimiliki laki-laki seringkali memiliki akses yang

lebih baik ke lembaga keuangan dan pinjaman usaha (UNICEF, 2020). Mereka dapat mengakses modal yang lebih besar, yang memungkinkan mereka untuk mengembangkan usaha mereka dengan lebih cepat dan lebih besar. Di sisi lain, perempuan seringkali menghadapi hambatan dalam mengakses modal karena berbagai alasan, termasuk bias gender dalam lembaga keuangan.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mencatat bahwa, pada umumnya, perempuan cenderung memilih untuk terlibat dalam bisnis UMKM yang memiliki omset dan jumlah karyawan yang lebih kecil (Satpayeva et al., 2020). Hal ini disebabkan oleh keterbatasan dalam pembiayaan bisnis mereka dan tingkat keterampilan manajerial yang mungkin masih perlu ditingkatkan. Meskipun sebagian perempuan memiliki akses ke lembaga keuangan, beberapa penelitian menunjukkan bahwa tingkat bunga yang tinggi dapat mengurangi laba bersih mereka, sehingga berdampak negatif pada pendapatan (Wei & Wardhani, 2018). Namun, Bruto mencatat bahwa UMKM yang dimiliki perempuan dapat berhasil dengan meningkatkan kapasitas, pemberdayaan, responsivitas sosial, dan adopsi teknologi. Selain itu, kemampuan manajemen keuangan dan pencatatan modal dan penggunaan dana dengan jelas juga merupakan faktor penting dalam kesuksesan UMKM (Resmi et al., 2020).

Penelitian terbaru menyoroti dampak pandemi COVID-19 pada UMKM yang dimiliki perempuan. Pembatasan sosial yang diberlakukan berdampak pada penurunan aktivitas ekonomi dan sosial yang kemudian berimbas pada penurunan penjualan UMKM (Hikkerova et al., 2016). Diperkirakan penjualan bulanan UMKM mengalami penurunan hingga 53,3 persen selama pandemi COVID-19 (de Oliveira et al., 2022). Akibatnya, UMKM mengambil inisiatif untuk mengurangi konsumsi mereka sebagai respons terhadap kemungkinan krisis yang berkepanjangan (Al Mamun & Fazal, 2018). Dalam konteks ini, inovasi produk telah diidentifikasi sebagai strategi kunci, yang memungkinkan UMKM untuk mencapai keunggulan kompetitif (Paul J et al., 2017). Selain itu, literatur juga menekankan pentingnya inovasi, kreativitas, dan modal dalam mendukung kelangsungan UMKM (Widia & Putra, 2023).

Dalam garis besar, para pelaku UMKM menghadapi tantangan dalam merencanakan visi dan misi yang jelas dan membangun hubungan bisnis yang kokoh (Anshori, 2020). Untuk mengatasi persaingan, strategi inovasi dalam pengembangan produk menjadi kunci, yang memungkinkan produk mereka berbeda dari pesaing dan lebih menarik bagi pelanggan (Widia & Putra, 2023). Penelitian terbaru juga mencatat bahwa UMKM cenderung beralih ke strategi pemasaran digital selama pandemi (Ali & Salisu, 2019). Ini selaras dengan temuan yang menekankan pentingnya memperluas jaringan pemasaran melalui teknologi informasi dan digital untuk mencapai pasar yang lebih luas. Dalam konteks ini, memanfaatkan platform marketplace untuk memasarkan produk secara online telah membantu UMKM bertahan selama krisis pandemi COVID-19 (Alborn, 2010). Selain itu, peran pemerintah juga terbukti sangat penting dalam mendukung UMKM melalui berbagai kebijakan, termasuk relaksasi pinjaman, penundaan angsuran, bunga pinjaman, dan bantuan sosial, yang telah memberikan bantuan penting bagi UMKM di tengah krisis pandemi COVID-19.

METODE PENELITIAN

Responden diambil melalui database binaan bidang pemberdayaan Usaha Mikro dan Kecil Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang diketahui jumlah UMKM di Kecamatan kurangi sebanyak 2786. Dimana setelah dikelompokkan berdasarkan kelengkapan data responden maka jumlah UMKM diketahui sebanyak 332 baik UMKM yang dimiliki laki-laki maupun perempuan. Untuk menentukan jumlah sampel maka akan dihitung dengan menggunakan rumus Slovin dalam Umar sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{332}{1 + 332(0,05)^2} = 181$$

Penelitian ini menggunakan *mix methods* untuk mendapatkan hasil analisis yang tepat. Metode Campuran (*Mixed Methods*) adalah pendekatan penelitian yang menggabungkan elemen-elemen kualitatif dan kuantitatif dalam satu studi untuk memahami suatu fenomena atau permasalahan secara lebih komprehensif. Berdasarkan literatur yang ada, metode campuran digunakan untuk menggabungkan kekuatan dan kelebihan dari kedua jenis penelitian, yakni penelitian kualitatif dan kuantitatif. Dalam metode ini, peneliti mengumpulkan dan menganalisis data dengan berbagai cara, seperti wawancara, observasi, analisis dokumen (kualitatif), dan survei, analisis statistik (kuantitatif).

Pendekatan campuran ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam dan holistik tentang fenomena yang diteliti.

Keunggulan dari metode campuran adalah kemampuannya untuk mengintegrasikan data kualitatif dan kuantitatif sehingga dapat menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam. Data kualitatif memungkinkan peneliti untuk menjelaskan konteks dan kompleksitas fenomena, sementara data kuantitatif memberikan dasar statistik yang kuat. Integrasi data ini memungkinkan peneliti untuk memverifikasi temuan, mengonfirmasi hasil, dan memberikan interpretasi yang lebih kaya. Selain itu, metode campuran dapat digunakan untuk menguji hipotesis yang lebih kuat dan memahami dinamika yang kompleks dalam penelitian.

Analisis data kuantitatif dalam penelitian ini meliputi perhitungan frekuensi variabel, selisih antar variabel dan tabulasi silang. Untuk memperdalam bagian eksplorasi maka akan dilakukan 10 wawancara terstruktur mendalam dengan responden wanita dan laki-laki yang memiliki bisnis yang dari sektor yang berbeda dan tingkat pendidikan dan usia yang berbeda. Sehingga untuk menggambarkan alur penelitian dapat digambarkan pada gambar 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik responden

Tabel 1. Bidang usaha yang dikelola oleh UMKM berdasarkan gender

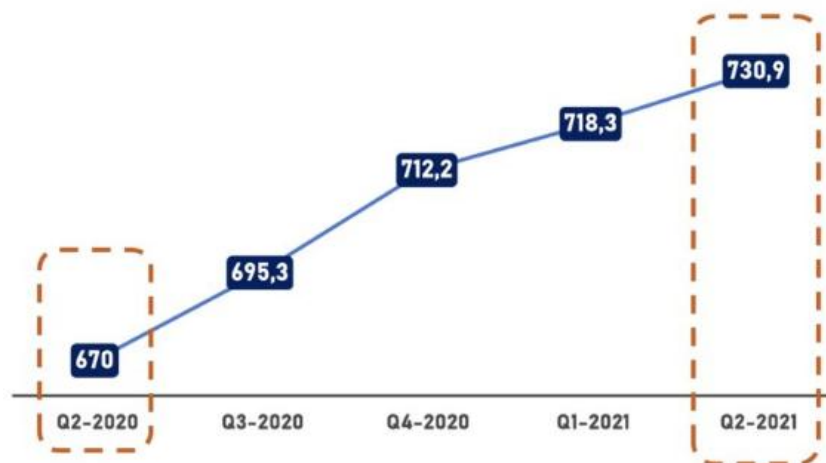
Bidang Usaha	Frekuensi Perempuan	UMKM	Frekuensi UMKM Laki-laki
➤ Pertanian, peternakan, kehutanan dan perikanan	12		28
➤ Penyedia akomodasi dan makanan minum	101		94
➤ Perdagangan besar dan eceran	44		53
➤ Jasa	24		6

Source: diolah

Penelitian ini mengikutsertakan sebanyak 181 unit masing-masing UMKM Perempuan dan Laki-laki sebagai sampel. Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa UMKM Perempuan dan Laki-laki memiliki kecenderungan yang sama di bidang penyedia akomodasi dan makanan dan minuman walaupun dalam persentase yang berbeda. Responden diambil secara acak dimana UMKM Perempuan di dominasi oleh Wanita menikah begitupun UMKM laki-laki.

4.2 Tantangan dan Peluang UMKM berdasarkan gender

UMKM yang berbasis gender di Indonesia menghadapi sejumlah tantangan dan peluang yang membentuk landscape bisnis mereka. Salah satu tantangan utama adalah ketidaksetaraan gender dalam akses terhadap sumber daya, termasuk modal dan pelatihan. Perempuan seringkali menghadapi kesulitan dalam mengakses pinjaman atau modal usaha, yang merupakan hambatan utama dalam pengembangan usaha. Selain itu, pendidikan yang lebih rendah dan akses terbatas terhadap pelatihan bisnis mempengaruhi kemampuan mereka dalam mengelola UMKM secara efektif. Namun, terdapat peluang signifikan untuk UMKM berbasis gender di Indonesia. Pemerintah telah mengambil langkah-langkah positif dengan program-program dan inisiatif untuk mendukung UMKM, termasuk yang dimiliki oleh Perempuan (Gambar 2). Dukungan finansial, pelatihan wirausaha, dan fasilitas pemasaran telah menciptakan peluang bagi perempuan untuk memulai dan mengembangkan usaha mereka. Selain itu, perkembangan teknologi dan akses internet yang semakin meluas membuka pintu bagi perempuan untuk memasarkan produk UMKM mereka secara online, mencapai pasar yang lebih luas, dan meningkatkan pendapatan. Dalam upaya untuk memajukan UMKM berbasis gender di Indonesia, peran keluarga, jaringan sosial, dan kebijakan dukungan gender yang lebih lanjut juga memainkan peran penting. Dengan terus mengatasi hambatan gender dan memanfaatkan peluang yang ada, UMKM berbasis gender di Indonesia memiliki potensi untuk memberikan kontribusi yang lebih besar dalam pertumbuhan ekonomi negara ini.



Gambar 2. Penyaluran Kredit kepada UMKM

Sumber: cnbcindonesia, 2021

Tingkat pendidikan dan pelatihan bisnis juga memainkan peran penting dalam kinerja UMKM. Laki-laki cenderung memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi dan lebih banyak akses ke pelatihan bisnis. Mereka mungkin memiliki pengetahuan dan keterampilan manajerial yang lebih baik untuk mengelola bisnis mereka dengan efisien. Di sisi lain, perempuan mungkin menghadapi keterbatasan dalam hal pendidikan dan pelatihan, yang dapat mempengaruhi kemampuan mereka dalam mengelola bisnis dengan baik.

Peran sosial dan dukungan keluarga juga dapat memengaruhi kinerja UMKM. Laki-laki seringkali mendapatkan dukungan lebih besar dari anggota keluarga, terutama istri dan anak-anak, dalam menjalankan bisnis. Dukungan ini dapat melibatkan pengelolaan bisnis sehari-hari, sehingga laki-laki dapat fokus pada pengembangan usaha. Di sisi lain, perempuan mungkin menghadapi tuntutan ganda sebagai ibu dan pengusaha, yang dapat menjadi hambatan dalam mengelola bisnis dengan efisien.

Terakhir, perempuan juga seringkali terbatas oleh norma sosial dan budaya yang memengaruhi peran gender dalam bisnis. Beberapa masyarakat masih mendorong perempuan untuk berperan sebagai ibu rumah tangga dan merawat anak-anak, yang dapat membatasi waktu dan energi yang dapat mereka alokasikan untuk bisnis. Di sisi lain, laki-laki seringkali dianggap sebagai "tulang punggung" keluarga dan memiliki lebih banyak kelonggaran dalam menjalankan bisnis.

Untuk meredakan perbedaan kinerja UMKM perempuan dan laki-laki, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan akses perempuan terhadap sumber daya keuangan dan pendidikan bisnis. Selain itu, dukungan sosial dan budaya yang lebih inklusif juga dapat membantu perempuan mengembangkan bisnis mereka dengan lebih sukses.

4.3 Gender dan teknologi

Penguasaan teknologi telah menjadi elemen kunci dalam kesuksesan dan perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digital. Berdasarkan literatur sebelumnya, ada perbedaan signifikan dalam penguasaan teknologi antara UMKM yang dimiliki perempuan dan laki-laki di Indonesia.

Tabel 2. Strategi Pemasaran yang diadopsi UMKM berdasarkan gender

Cara pemasaran	Freq. laki-laki	Freq. Perempuan
1. Offline (transaksi dan penjualan langsung dengan pembeli)	99	57
2. Online menggunakan sosial media	51	48
3. Online menggunakan e-commerce atau bekerja sama dengan jasa kurir	31	93
Total	181	181

Source: diolah sendiri

Pada data penelitian dapat disimpulkan perbedaan yang cukup mencolok di bagian penguasaan teknologi. Terlihat UMKM yang dijalankan oleh laki-laki terlihat lebih cakap teknologi. Hal ini berkaitan dengan penggunaan teknologi dalam pemasaran. UMKM yang dijalankan laki-laki secara umum walaupun juga membuka toko offline tapi tetap memanfaatkan teknologi dalam hal pemasaran. Mereka cenderung bekerja sama dengan berbagai platform untuk mendukung pengiriman produk yang mereka hasilkan. Selain itu mereka juga membuka beberapa akun disosial media dengan tampilan dominan lebih menarik. Bahkan mereka tak segan memperkejakan seorang admin khusus penanganan pesanan online.

Studi-studi sebelumnya telah menunjukkan bahwa UMKM yang dimiliki oleh laki-laki cenderung memiliki tingkat literasi teknologi yang lebih tinggi dibandingkan dengan UMKM yang dimiliki perempuan. Faktor-faktor seperti akses terhadap pendidikan formal dan pelatihan teknologi memainkan peran penting dalam perbedaan ini. Laki-laki seringkali memiliki akses lebih baik ke pendidikan teknologi dan pelatihan bisnis yang mendukung penggunaan teknologi dalam operasional UMKM mereka. Mereka juga mungkin lebih terbiasa dengan penggunaan perangkat teknologi dan platform online.

Selain itu, studi-studi literatur juga mengungkapkan bahwa UMKM perempuan cenderung menghadapi hambatan dalam akses teknologi. Hal ini dapat disebabkan oleh faktor-faktor sosial dan budaya yang membatasi akses perempuan ke perangkat teknologi dan internet. Norma sosial yang memengaruhi peran gender dalam masyarakat juga dapat mempengaruhi akses perempuan terhadap pelatihan dan literasi teknologi.

Penelitian ini juga memberikan catatan bahwa UMKM perempuan telah mengambil langkah-langkah positif dalam meningkatkan literasi teknologi mereka. Beberapa perempuan pengusaha telah mengadopsi teknologi digital untuk memasarkan produk mereka secara online dan memperluas jangkauan pasar. Mereka juga telah memanfaatkan pelatihan dan dukungan teknologi yang ditawarkan oleh organisasi non-pemerintah dan pemerintah.

Dalam konteks ini, literasi teknologi menjadi elemen kunci dalam memerangi perbedaan penguasaan teknologi antara UMKM perempuan dan laki-laki. Upaya untuk meningkatkan literasi teknologi perempuan dapat membantu mereka memanfaatkan potensi teknologi untuk mengembangkan usaha mereka. Dukungan melalui pelatihan, sumber daya, dan akses yang lebih baik terhadap teknologi dapat membantu meratakan lapangan bermain bisnis digital dan meningkatkan peran perempuan dalam perkembangan ekonomi melalui UMKM.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian tentang peran gender dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Padang, sejumlah temuan signifikan dapat ditarik. Penelitian ini mengeksplorasi perbedaan, tantangan, dan peluang yang dihadapi UMKM yang dimiliki perempuan dan laki-laki. Berikut adalah kesimpulan utama dari penelitian ini:

- **Perbedaan Gender dalam Akses Sumber Daya:** Penelitian menunjukkan bahwa perbedaan gender memengaruhi akses terhadap sumber daya kunci, seperti modal usaha, pelatihan, dan dukungan teknologi. UMKM perempuan seringkali menghadapi hambatan dalam mengakses modal usaha, yang membatasi kemampuan mereka untuk mengembangkan usaha mereka secara signifikan.
- **Norma Sosial dan Peran Ganda:** Norma sosial dan peran ganda dalam keluarga juga memainkan peran penting dalam pengembangan UMKM. Beberapa perempuan pengusaha menghadapi tuntutan ganda sebagai ibu dan pengusaha, yang dapat membatasi waktu dan energi yang dapat mereka alokasikan untuk bisnis mereka.
- **Inisiatif dan Inovasi UMKM Perempuan:** Meskipun menghadapi tantangan, penelitian menemukan bahwa UMKM perempuan telah mengambil inisiatif dalam mengadopsi teknologi digital dan strategi pemasaran online untuk memperluas pasar mereka. Mereka juga mencari dukungan dari organisasi non-pemerintah dan pemerintah dalam bentuk pelatihan dan bantuan keuangan.
- **Dukungan untuk Meratakan Kesempatan:** Dukungan pemerintah dan organisasi non-pemerintah dapat memainkan peran penting dalam meratakan kesempatan bagi UMKM perempuan. Ini termasuk upaya untuk meningkatkan akses perempuan terhadap sumber daya dan pelatihan yang mendukung pengembangan UMKM.

Kesimpulan ini menekankan pentingnya memahami peran gender dalam konteks UMKM dan mengidentifikasi cara-cara untuk mengurangi ketidaksetaraan dalam akses terhadap sumber daya dan peluang. Upaya kolaboratif dari pemerintah, organisasi non-pemerintah, dan masyarakat dapat membantu menciptakan lingkungan yang lebih inklusif dan mendukung pengembangan UMKM yang beragam dalam Kota Padang

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Al Mamun, A., & Fazal, S. A. (2018). Effect of entrepreneurial orientation on competency and micro-enterprise performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(3), 379–398. <https://doi.org/10.1108/apjie-05-2018-0033>
- Alborn, T. (2010). Economics and business. *The Cambridge Companion to Victorian Culture*, 2(1), 61–79. <https://doi.org/10.1017/CCOL9780521886994.004>
- Ali, M. A., & Salisu, Y. (2019). Women Entrepreneurship and Empowerment Strategy for National Development. *Journal of Economics, Management and Trade*, 22(3), 1–13. <https://doi.org/10.9734/jemt/2019/44828>
- Anshori, M. N. (2020). Muhammad Ni'am Anshori, "Analisis Pengaruh Modal Finansial dan Modal Sosial Terhadap Keberlangsungan Usaha Santri Pada Komunitas Santripreneur Di Kabupaten Temanggung. *Universitas Muhammadiyah Magelang, Skripsi*, 13.
- de Oliveira, M. A., Ramos, A. S. M., & Lucena, J. P. O. (2022). Social Capital and Online Social Networks From a Gender Perspective: a Study With Information Technology Managers. *International Journal of Innovation*, 10(2), 241–266.
- Fararatri Widyadari, H. S. dan S. P. (2019). Suara-suara Perempuan Pengusaha. *IFC-PENSA Dan IWAPI*, 1–48.
- Hikkerova, L., Ilouga, S. N., & Sahut, J. M. (2016). The entrepreneurship process and the model of volition. *Journal of Business Research*, 69(5), 1868–1873. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.071>
- Marthalina. (2018). Pemberdayaan Perempuan dalam Mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan*, 3(1), 59–76.
- Prayudi, M. A., Vijaya, D. P., & Ekawati, L. P. (2019). What drives MSME performance? The role of gender, operational aspects, and social environment. *Journal of Contemporary Accounting*, 1(2), 65–84. <https://doi.org/10.20885/jca.vol1.iss2.art1>
- Resmi, S., Pahlevi, R. W., & Sayekti, F. (2020). The growth of creative micro, small, and medium enterprises (Msmes) business in special region of yogyakarta before and after covid-19 pandemic. *International Journal of Entrepreneurship*, 24(4), 1–8.
- Satpayeva, Z. T., Kireyeva, A. A., Kenzhegulova, G., & Yermekbayeva, D. (2020). Gender equality and women business of framework 5Ms in Kazakhstan: Analysis and basic directions. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(3), 253–263. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no3.253>
- Tambunan, T. T. H. (2019). The impact of the economic crisis on micro, small, and medium enterprises and their crisis mitigation measures in Southeast Asia with reference to Indonesia. *Asia and the Pacific Policy Studies*, 6(1), 19–39. <https://doi.org/10.1002/app5.264>
- UNICEF. (2020). *Mengatasi Hambatan Gender Dalam Kewirausahaan dan Kepemimpinan Bagi Anak Perempuan Muda di Asia Tenggara*. 1–113.
- Wei, L. C., & Wardhani, B. (2018). *The Growth of Large, Middle, Small and Micro Enterprises 2012-2013 1 Website of Ministry of Cooperative and MSME, MSME Data: The Growth of Large, Middle*. 1–16. <http://irai.co.id/wp-content/uploads/2018/09/Indonesia-Women-SMEs-Report-FINAL-31->

Aug-18.pdf

- Widia, E., & Octafia, S. M. (2022). Eksistensi UMKM Perempuan Di Masa Krisis: Kajian Tantangan dan Peluang di Kota Tengah Kota Padang. *Journal of Applied Business and Economic (JABE)*, 9, 111–126. <https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/JABE/article/view/14622>
- Widia, E., & Octafia, S. M. (2023). *The role of social capital for the development of women ' s enterprises : A case study of MSMEs in Padang City*. 13(2), 219–230.
- Widia, E., & Putra, D. J. (2023). Strategi Perluasan Pasar Menggunakan Digital Marketing Melalui Pelatihan Pembuatan Toko Online Di Kota Bukittinggi. *Diseminasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5, 35–44. <https://jurnal.ut.ac.id/index.php/diseminasi/article/view/3449/1367>