

Pemberdayaan dan Peran Strategis Wanita Wirausaha Dari Cita – Cita Kartini Hingga Penggerak UMKM

Diajeng Wulandari

Program Studi Manajemen, STIE Mahaputra Riau
E-mail : diajengwulandari04@gmail.com

Article Informations

Received:
(21-12-2025)
Accepted
(09-01-2026)
Available Online :
(10-01-2026)

Keywords

Pemberdayaan
Perempuan, Peran
Strategis, UMKM,
Wirausaha

Abstract

Women's empowerment and their strategic role in entrepreneurship are increasingly crucial for economic strengthening. This community service program aims to examine R.A. Kartini's ideals of equality and independence for women in their participation in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia. The study results show that women entrepreneurs play a significant role in improving household welfare and economic productivity. However, they still face various obstacles, such as limited access to training, challenges in technological mastery, difficulties in financial management, and limited opportunities to obtain formal financing. This study emphasizes that efforts to empower women in MSMEs require comprehensive support, including capacity-building training, business plan development, marketing network development, and increased digital literacy. Strengthening cross-sector collaboration between the government, educational institutions, industry, and civil society organizations is also essential to creating an inclusive entrepreneurial ecosystem. With this support, women entrepreneurs can become more independent, competitive, and able to sustain their businesses, while aligning with Kartini's vision for inclusive and equitable development.

Pendahuluan

UMKM, atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah, memiliki peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Hal ini disebabkan oleh besarnya jumlah pelaku UMKM dan terbukti kuat dalam menghadapi krisis ekonomi (Hasugian, 2020). UMKM mempunyai peran dalam menggerakkan ekonomi negara dan berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Arief et al., 2024). Perkembangan UMKM merupakan elemen penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM RI, terdapat sekitar 64,2 juta unit usaha di Indonesia, yang terdiri dari 99,6% usaha mikro, 0,30% usaha kecil, 0,07% usaha menengah, dan hanya 0,01% usaha besar. UMKM berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), yaitu sebesar 8.573.896 miliar rupiah per tahun. Selain itu, sektor UMKM

menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional atau sebanyak 116 juta pekerja, dengan mayoritas pada usaha mikro (Suharyati, 2025).

Perempuan menjadi kelompok yang dominan dalam sektor usaha mikro karena aktivitas ini tidak hanya membantu perekonomian keluarga, tetapi juga mendukung pengembangan diri. Menurut KOMINFO (2023), sekitar 64,5% pelaku UMKM di Indonesia merupakan perempuan, sementara 49% perempuan Indonesia itu sudah menjadi pengusaha (Levifolia & Indriana, 2023). Data ini menunjukkan bahwa perempuan mempunyai peran penting dalam mengembangkan UMKM, termasuk dalam pelestarian budaya lokal dan inovasi yang berbasis kearifan lokal. Selain itu, meskipun sebagian besar usaha perempuan masih berskala kecil, mereka tetap mampu memberi kontribusi nyata bagi perekonomian.

Gagasan memajukan perempuan lewat berwirausaha itu sebenarnya telah tercermin dalam pemikiran R.A. Kartini. Meskipun dikenal melalui perjuangannya di bidang pendidikan dan kesetaraan gender, pemikiran Kartini juga relevan dengan pembangunan ekonomi masyarakat (Sugihariyadi & Mahbubi, 2024). Emansipasi perempuan yang diperjuangkannya telah membawa dampak besar terhadap meningkatnya partisipasi perempuan dalam kegiatan ekonomi keluarga dan negara. Kadang perempuan bingung mau jadi ibu rumah tangga aja atau kerja, tapi berwirausaha itu jadi jalan keluar biar bisa jalanin dua-duanya sekaligus. Makin banyak perempuan sadar kalau jadi pengusaha itu cara paling jitu buat bantu ekonomi keluarga, bangun karir, dan jadi diri sendiri. Kesadaran perempuan mengenai pentingnya kemandirian ekonomi semakin meningkat, diikuti dengan keberanian mengambil risiko dan kemampuan bertahan dalam kondisi yang tidak pasti. Partisipasi perempuan dalam kegiatan ekonomi tidak hanya menekan tingkat kemiskinan, tetapi juga meningkatkan pendapatan keluarga serta memperkuat perekonomian negara (Widodo et al., 2024).

Metode Pengabdian

Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan studi literatur. Pendekatan ini dipilih untuk menelaah berbagai temuan penelitian, teori, dan literatur yang relevan terkait pemberdayaan perempuan melalui UMKM, isu kesetaraan gender, serta hambatan yang dialami perempuan dalam mengembangkan usaha. Melalui studi literatur,

permasalahan, solusi, dan strategi pemberdayaan dapat dianalisis secara komprehensif sehingga menjadi dasar rekomendasi untuk memperkuat peran perempuan dalam sektor UMKM.

Hasil Pengabdian dan Pembahasan

Perubahan peran perempuan dalam masyarakat tidak dapat dilepaskan dari perjuangan R.A. Kartini, yang memperjuangkan kesetaraan hak antara laki-laki dan perempuan serta menentang diskriminasi gender. Dulu, perempuan cuma dianggap punya tugas di rumah aja, seperti masak, nyuci, dan mengurus segala keperluan rumah tangga dan hanya kalangan bangsawan yang memperoleh kesempatan Pendidikan. Yang boleh sekolah sampai jenjang tinggi dan kerja itu hanya laki-laki. Kondisi ini melatarbelakangi perjuangan Kartini untuk membuka akses pendidikan dan pekerjaan bagi perempuan sebagai bagian dari pengakuan bahwa perempuan dan laki-laki memiliki kedudukan yang setara sebagai manusia sosial. Perjuangan Kartini berdampak besar pada kondisi perempuan masa kini, yang telah memperoleh kesempatan luas dalam berbagai bidang kehidupan (Siswanti et al., 2020). Perubahan besar ini jadi dasar kenapa perempuan sekarang punya ruang gerak yang lebih luas di kehidupan modern. Dulu kesempatannya sempit, sekarang jadi peluang yang bisa dimanfaatkan oleh perempuan, termasuk di dunia usaha dan bisnis.

Di zaman sekarang, perempuan memiliki berbagai peran sekaligus, bisa jadi ibu rumah tangga, karyawan, bos, pebisnis, dan macam-macam lagi. Pemberdayaan perempuan melalui Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan strategi penting dalam meningkatkan peran serta wanita dalam ekonomi. Pemberdayaan perempuan secara ekonomi dapat mengurangi kesenjangan gender dan meningkatkan kesejahteraan keluarga serta masyarakat. Dalam konteks ini, UMKM berfungsi sebagai wadah bagi perempuan untuk terlibat dalam kegiatan produktif yang tidak hanya meningkatkan pendapatan, tetapi juga mengembangkan kemampuan manajerial dan kewirausahaan mereka (Hahury et al., 2025). Namun, meskipun peluang pemberdayaan melalui UMKM sangat besar, pada praktiknya perempuan masih menghadapi berbagai hambatan yang menghalangi optimalisasi peran mereka dalam dunia usaha. Banyak dari mereka memilih tetap berada pada skala usaha kecil karena merasa kesulitan memperluas usahanya.

Hambatan-hambatan inilah yang kemudian menjadi tantangan utama bagi perempuan dalam mengembangkan UMKM yang mereka jalankan. Tantangan tersebut meliputi masalah dalam rumah tangga, di mana perempuan harus mengurus rumah serta mengasuh anak sambil menjalankan usahanya. Selanjutnya terbatasnya akses pelatihan kewirausahaan, minimnya pemahaman yang mereka miliki dalam penggunaan teknologi digital, dikarenakan perempuan tidak bisa memahami sesuatu yang berkaitan dengan teknologi dan mereka lebih menggunakan pemikiran yang logis untuk menjalankan usahanya dan kesulitan mendapatkan akses permodalan dari suatu lembaga formal.

Dibandingkan dengan laki-laki, wirausaha perempuan juga memiliki tantangan dalam pencatatan keuangan. Minimnya pengetahuan yang mereka miliki dalam hal pencatatan keuangan akan berdampak terhadap pengelolaan keuangan usaha yang tidak baik. Sehingga mereka tidak pandai dalam mengatur keuangan keluarga akibatnya keuangan keluarga tidak mencukupi kebutuhan yang lain. Perempuan kerap mencampur adukkan keuangan usaha dengan rumah tangga. Laporan keuangan yang tidak terstruktur juga menyulitkan mereka ketika akan mengajukan bantuan modal ke lembaga keuangan (Reviana & Subekti, 2024).

Berbagai tantangan yang disebutkan di atas menunjukkan bahwa para pemilik usaha membutuhkan lingkungan yang lebih komprehensif, baik dari segi peningkatan kapasitas dan akses teknologi maupun pendampingan yang berkelanjutan. Situasi ini menunjukkan bahwa lapangan kerja perempuan di sektor UMKM tidak hanya meningkatkan kapabilitas individu tetapi juga membutuhkan intervensi struktural dari berbagai pemangku kepentingan untuk menciptakan lingkungan kerja yang lebih inklusif dan kondusif bagi perempuan. Untuk memberdayakan perempuan dalam UMKM, berbagai langkah dapat dilakukan oleh pemerintah pusat, daerah, serta lembaga lain, antara lain :

1. Peningkatan Pelatihan dan Keterampilan

Pelatihan merupakan bagian penting dalam meningkatkan kualitas perempuan pelaku UMKM. Pelaksanaan pelatihan terkait informasi pasar, kemampuan manajerial, e-commerce, modal usaha, strategi pemasaran, dan pengelolaan bisnis sangat dibutuhkan. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan perempuan dalam berwirausaha, termasuk mengembangkan komunikasi yang efektif dengan pihak-pihak yang relevan

dalam dunia bisnis. Dengan pelatihan yang tepat, perempuan dapat mengembangkan usaha yang lebih terarah, profesional, dan berkelanjutan.

2. Pelatihan Penyusunan Rencana Bisnis

Penyusunan rencana bisnis yang baik sangat penting bagi keberlanjutan UMKM. Banyak perempuan pelaku usaha yang masih kesulitan membuat proposal usaha, rencana keuangan, atau dokumen pendukung lainnya. Oleh karena itu, pelatihan penyusunan rencana bisnis diperlukan untuk membantu mereka memahami cara membuat perencanaan yang terstruktur, mulai dari perhitungan biaya, strategi pemasaran, analisis risiko, hingga proyeksi keuntungan. Dengan adanya rencana bisnis yang jelas, perempuan lebih mudah memperoleh pendanaan dari perbankan atau lembaga keuangan lainnya serta dapat mengatasi kendala seperti kurangnya keteraturan dalam administrasi dan pembukuan.

3. Pengembangan Jaringan Pemasaran

Kemampuan memahami pasar adalah kunci keberhasilan sebuah usaha. Perempuan pelaku UMKM perlu mendapatkan pendampingan terkait analisis kebutuhan konsumen, tren produk, maupun preferensi pasar. Informasi tentang permintaan pasar menjadi elemen kunci untuk memperluas jaringan pemasaran, sehingga produk UMKM dapat menembus wilayah-wilayah baru yang belum memiliki produk serupa. Ini dapat menjadi peluang untuk ekspansi pasar, terutama di tingkat regional.

4. Efisiensi dalam Sistem Promosi

Meskipun kualitas produk UMKM telah kompetitif, promosi yang dilakukan masih sering terbatas. Oleh karena itu, diperlukan sistem promosi yang lebih profesional, efektif, dan efisien. Beberapa strategi promosi yang dapat dilakukan meliputi:

a. Desain Kemasan Produk

Kemasan produk UMKM perlu diperhatikan karena desain yang menarik dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Elemen seperti bahan kemasan, tampilan fisik, tulisan, dan warna perlu dirancang untuk menonjolkan keunggulan produk.

b. Promosi Online melalui E- commerce dan Website Produk

Memanfaatkan platform digital seperti e-commerce dan website dapat menjadi cara efektif untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Dengan langkah-langkah ini,

perempuan pelaku UMKM diharapkan dapat lebih berdaya saing, mengembangkan usaha secara optimal, dan memanfaatkan potensi besar yang dimiliki dalam mendukung perekonomian (Suharyati, 2025)

5. Penyediaan Akses Teknologi yang Mudah dan Terjangkau

Akses terhadap teknologi adalah salah satu pendorong utama keberhasilan UMKM di era digital. Maka dari itu, perlu disediakan fasilitas teknologi yang lebih mudah dijangkau, seperti perangkat digital, koneksi internet yang memadai, serta aplikasi yang user-friendly. Solusi teknologi yang ramah perempuan juga membantu mengurangi hambatan adaptasi digital bagi mereka yang sebelumnya tidak terbiasa dengan penggunaan teknologi. Akses teknologi ini memungkinkan perempuan lebih produktif dan efisien dalam mengelola usahanya, mulai dari pencatatan keuangan hingga pemasaran online.

6. Penguatan Kolaborasi Lintas Sektor

Pemberdayaan perempuan tidak dapat dilakukan oleh satu pihak saja. Diperlukan kerja sama antara pemerintah, lembaga pendidikan, pelaku industri, dan organisasi lainnya untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan UMKM dan pemberdayaan perempuan.

Simpulan

Perempuan wirausaha merupakan pilar strategis dalam pembangunan nasional. Semangat kemandirian yang diperjuangkan R.A. Kartini kini terlihat dalam kontribusi jutaan perempuan yang menggerakkan sektor UMKM di Indonesia. Melalui UMKM, perempuan mampu menjalankan peran ganda sebagai ibu rumah tangga sekaligus pelaku usaha produktif. Namun demikian, berbagai tantangan masih dihadapi wirausaha perempuan, seperti keterbatasan akses pelatihan, minimnya literasi teknologi dan keuangan, beban ganda dalam rumah tangga, serta keterbatasan akses permodalan. Melalui program pengabdian yang dilakukan terlihat bahwa perempuan memiliki potensi besar untuk berkembang sebagai pelaku usaha yang mandiri dan berdaya saing.

Pelatihan, perencanaan bisnis, pemasaran digital, serta pengelolaan keuangan dapat membantu meningkatkan kapasitas perempuan dalam menjalankan usaha. Selain itu, penyediaan

akses teknologi yang ramah perempuan serta kolaborasi antara pemerintah, akademisi, industri, dan organisasi masyarakat menjadi faktor penting dalam menciptakan ekosistem pemberdayaan yang berkelanjutan. Dengan upaya yang terarah dan berkelanjutan, perempuan tidak hanya berperan dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga, tetapi juga menjadi aktor penting dalam penguatan UMKM nasional. Pemberdayaan perempuan wirausaha merupakan langkah strategis yang tidak hanya selaras dengan cita-cita Kartini, tetapi juga menjadi pilar penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia yang inklusif dan berkeadilan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah menginspirasi melalui berbagai artikel sehingga menjadi sumber kutipan dalam artikel ini. Semoga seluruh kontribusi yang diberikan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Daftar Pustaka

- Arief, M., Wibisono, A., Rahmawati, A., Abdullah, H., & Saputra, S. T. (2024). PEMBERDAYAAN UMKM DAN PERAN WANITA MELALUI DIGITALISASI PEMASARAN: KEGIATAN PENGABDIAN MASYARAKAT DI KECAMATAN KEBON PEDAS, SUKABUMI. *Blantika: Multidisciplinary Jurnal*, 2(3), 306–310.
- Hahury, Nikijulw, H. D. M. J. B., Tamtelahitu, J., Rumerung, D., & Oppier, H. (2025). I-Com : Indonesian Community Journal Strategi Pemberdayaan Perempuan Melalui UMKM Berbasis Ketersediaan Potensi Lokal di Desa Negeri Lama. *Jurnal Pengabdian Masyarakat I-Com: Indonesian Community Journal*, 5(3), 1710–1719.
- Hasugian, F. M. A. (2020). Peran Perempuan dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam rangka menuju Masyarakat Ekonomi ASEAN di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Inada*, 2(2), 111–135.
- Levifolia, S., & Indriana, H. (2023). Partisipasi Perempuan dalam Pengembangan Ekonomi Lokal Berbasis Usaha Rumahan (Kasus : Masyarakat pada Cluster Halimun , di Komplek Cibungbulang Town Hill , Desa Cibatok 1 , Kecamatan Cibungbulang , Kabupaten Bogor). *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat*, 07(02), 283–295.
- Reviana, E., & Subekti, K. V. (2024). PERAN PEREMPUAN DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT MELALUI UMKM BERBASIS PENGETAHUAN KHAS PEREMPUAN DI WILAYAH DKI JAKARTA. *Edunomika*, 08(02), 1–15.
- Siswanti, Y., Muhsin, A., & Nurhadi, D. (2020). *Pemberdayaan Wanita Melalui Wirausaha*. Global Pustaka Utama.

- Sugihariyadi, M., & Mahbubi, M. (2024). Wirausaha ra. kartini dalam perspektif islam: menebar kesejahteraan dan keberkahan. *Al Mustofa: Journal of Islamic Studies and Research*, 01(01), 172–185.
- Suharyati. (2025). *Perempuan Penggerak UMKM di Era Digital Keunggulan Kompetitif dan Kunci Keberhasilan Berkelanjutan*. Widina Media Utama.
- Widodo, Z. D., Wijastuti, S., Handoko, T., Husin, S. Al, Vanesa, P. R., Novia, & Rahmadani. (2024). SOSIALISASI KEWIRAUSAHAAN UNTUK MENGEMBANGKAN POTENSI IBU RUMAH TANGGA MANDIRI DALAM EKONOMI KREATIF. *GANESHA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 94–98.