

PERAN PEREMPUAN DALAM MENINGKATKAN INOVASI DAN KREATIVITAS DI SEKTOR UMKM

Deren Firmansyah¹, Rahmania Maharani^{2*}, Shabran Naufal³, M. Dian Fahmi J⁴

¹⁻⁴Universitas Telkom

*Rahmaniamaharani101@gmail.com

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in Indonesia's economy, both in terms of job creation and contribution to the Gross Domestic Product (GDP). Behind the advancement of this sector, women hold a strategic role as managers, innovators, and creative actors in various business fields such as culinary, fashion, handicrafts, and digital services. However, their participation still faces challenges such as limited access to capital, technology, entrepreneurship training, and the persistence of patriarchal cultural norms. This study aims to comprehensively analyze the role of women in promoting innovation and creativity within the MSME sector and to identify supporting and inhibiting factors in the process. The research employs a library research method, using a descriptive-qualitative approach by analyzing literature from various scientific sources, including journal articles, books, research reports, and relevant policy documents. The findings reveal that women contribute significantly to increasing product value through innovations based on local wisdom, creative packaging, digital marketing strategies, and the utilization of technology. Women also demonstrate a high level of adaptability in responding to modern market challenges. On the other hand, structural barriers such as limited access to capital, low digital literacy, and the burden of dual roles remain major obstacles. Support from business communities, government empowerment programs, and access to technology are key factors in strengthening women's innovative roles in the MSME sector.

Keywords : Women, MSMEs, Innovation, Creativity, Empowerment, Digital Economy

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, baik dalam hal penciptaan lapangan kerja maupun kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Di balik kemajuan sektor ini, perempuan memegang peranan strategis sebagai pengelola, inovator, dan pelaku kreatif dalam berbagai bidang usaha seperti kuliner, fesyen, kerajinan tangan, dan jasa digital. Meskipun demikian, keterlibatan perempuan masih menghadapi tantangan seperti keterbatasan akses terhadap modal, teknologi, pelatihan, serta tekanan budaya patriarki. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif peran perempuan dalam mendorong inovasi dan kreativitas di sektor UMKM, serta mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam proses tersebut. Penelitian menggunakan metode studi kepustakaan (*library research*), dengan pendekatan deskriptif-kualitatif melalui analisis literatur dari berbagai sumber ilmiah seperti artikel jurnal, buku, laporan penelitian, dan dokumen kebijakan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perempuan memiliki kontribusi signifikan dalam meningkatkan nilai tambah produk melalui inovasi berbasis kearifan lokal, strategi pemasaran digital, dan pemanfaatan teknologi. Perempuan juga menunjukkan kemampuan adaptif yang tinggi dalam menghadapi tantangan pasar modern. Di sisi lain, hambatan struktural seperti keterbatasan modal, rendahnya literasi digital, dan beban peran ganda menjadi kendala utama. Dukungan dari komunitas usaha, program

pemberdayaan pemerintah, serta akses terhadap teknologi menjadi faktor kunci dalam memperkuat peran inovatif perempuan di sektor UMKM.

Kata kunci : Perempuan, UMKM, Inovasi, Kreativitas, Pemberdayaan, Ekonomi Digital

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat vital dalam struktur ekonomi nasional Indonesia. UMKM tidak hanya menyerap sebagian besar tenaga kerja, tetapi juga menyumbang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Di balik peran penting sektor ini, perempuan muncul sebagai aktor kunci dalam menggerakkan roda UMKM, baik sebagai pengelola, inovator, maupun pelaku kreatif di berbagai bidang usaha. Namun demikian, keterlibatan perempuan dalam sektor UMKM masih menghadapi berbagai tantangan struktural dan kultural. Keterbatasan akses terhadap modal, teknologi, pelatihan kewirausahaan, serta minimnya partisipasi dalam jaringan bisnis strategis menjadi hambatan utama dalam pengembangan inovasi dan kreativitas mereka. Tantangan ini diperparah oleh dominasi nilai-nilai patriarki dan stereotip sosial yang sering kali menempatkan perempuan dalam posisi subordinat dalam pengambilan keputusan ekonomi (Munthe, Yarham, & Siregar, 2023).

Meski menghadapi hambatan tersebut, sejumlah studi menunjukkan bahwa perempuan memiliki potensi besar untuk menjadi agen inovasi di sektor UMKM, khususnya dalam pemanfaatan teknologi digital, pengembangan produk berbasis kearifan lokal, serta adaptasi terhadap kebutuhan pasar modern. Perempuan juga cenderung lebih aktif dalam inovasi pemasaran, terutama melalui media sosial dan digital marketplace, yang secara signifikan dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi usaha (Wiartha et al., 2024).

Seiring dengan berkembangnya ekosistem ekonomi kreatif dan transformasi digital di Indonesia, pemberdayaan perempuan di sektor UMKM menjadi urgensi strategis. Peran ganda perempuan sebagai pengusaha dan pengelola rumah tangga menuntut pendekatan pemberdayaan yang tidak hanya bersifat ekonomis tetapi juga sosiokultural. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman mendalam mengenai bagaimana perempuan berkontribusi dalam menciptakan inovasi dan kreativitas dalam konteks UMKM.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif peran perempuan dalam meningkatkan inovasi dan kreativitas di sektor UMKM di Indonesia. Penelitian ini juga mengeksplorasi faktor-faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi perempuan dalam proses berinovasi.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan (*library research*), yang bertujuan untuk menggali dan menganalisis secara mendalam berbagai sumber literatur yang relevan dengan topik peran perempuan dalam meningkatkan inovasi dan kreativitas di sektor UMKM (Abdurrahmat & Si, 2006; Alfalisyo et al., 2024). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman teoretis dan konseptual yang luas dari berbagai perspektif ilmiah, baik

melalui buku, artikel jurnal ilmiah, laporan penelitian, maupun dokumen kebijakan terkait.

Sumber-sumber literatur yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penelusuran database ilmiah seperti Google Scholar, DOAJ, ResearchGate, serta repositori universitas yang menyediakan akses terhadap publikasi akademik terpercaya. Kriteria pemilihan literatur didasarkan pada relevansi isi dengan fokus penelitian, yaitu pemberdayaan perempuan, inovasi UMKM, ekonomi kreatif, serta isu-isu kesetaraan gender dalam kewirausahaan.

Proses analisis dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif, di mana data dari berbagai sumber dianalisis dan disintesis untuk mengidentifikasi pola, kecenderungan, serta faktor-faktor yang memengaruhi peran perempuan dalam pengembangan inovasi dan kreativitas di sektor UMKM. Hasil analisis digunakan untuk merumuskan temuan-temuan utama serta strategi pemberdayaan yang dapat diaplikasikan secara kontekstual dalam mendukung partisipasi aktif perempuan dalam sektor ekonomi (Sholihah, 2020; Siyoto & Sodik, 2015).

Hasil dan Pembahasan

1. Peran Perempuan dalam Meningkatkan Inovasi dan Kreativitas di Sektor UMKM

Hasil studi pustaka ini secara konsisten menunjukkan bahwa perempuan memegang peran penting dalam menggerakkan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, terutama melalui kontribusi mereka dalam bidang inovasi dan kreativitas. Keterlibatan perempuan tidak hanya bersifat administratif atau pelengkap, tetapi mereka berperan langsung sebagai penggerak utama dalam menciptakan ide-ide baru yang berdampak pada peningkatan nilai produk dan jasa yang ditawarkan.

Perempuan pelaku UMKM banyak ditemukan dalam sektor-sektor yang membutuhkan sentuhan kreativitas tinggi seperti kuliner, fesyen, kerajinan tangan, kosmetik berbahan lokal, hingga jasa digital. Dalam sektor kuliner, misalnya, perempuan tidak hanya mereplikasi resep lama, tetapi juga berinovasi dalam teknik pengolahan, presentasi makanan, serta menciptakan kemasan produk yang menarik dan ramah lingkungan. Di bidang fesyen dan kerajinan, perempuan sering menggabungkan motif-motif etnik atau budaya lokal dengan tren global, sehingga menghasilkan produk yang unik dan memiliki daya saing di pasar domestik maupun internasional (Rimbawati, 2023).

Salah satu bentuk nyata dari inovasi yang dilakukan perempuan adalah penggunaan teknologi digital sebagai sarana promosi dan distribusi. Mereka secara aktif memanfaatkan platform digital seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan marketplace seperti Shopee dan Tokopedia untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, perempuan juga memanfaatkan teknologi untuk melakukan riset pasar, mengatur sistem keuangan, serta menjalin komunikasi dengan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan tidak tertinggal dalam transformasi digital, bahkan menjadi aktor penting dalam proses tersebut (Natania & Dwijayanti, 2024).

Kreativitas perempuan dalam UMKM juga kerap kali dipengaruhi oleh peran ganda yang mereka jalankan, yaitu sebagai pelaku usaha dan pengelola rumah

tangga. Kondisi ini justru memacu mereka untuk mencari solusi yang efisien dan inovatif agar tetap produktif tanpa mengabaikan peran domestik. Misalnya, dengan menjadikan rumah sebagai pusat produksi sekaligus tempat pemasaran, perempuan mampu menghemat biaya operasional dan meningkatkan efisiensi waktu (Sahara et al., 2024).

Selain itu, nilai-nilai budaya lokal juga menjadi sumber inspirasi yang penting bagi perempuan dalam mengembangkan produk. Mereka sering kali mengangkat cerita, motif, atau bahan lokal yang memiliki makna kultural dalam masyarakat, lalu mengemasnya dalam bentuk yang lebih modern. Inisiatif ini bukan hanya menciptakan nilai tambah ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian budaya lokal.

Dengan demikian, perempuan di sektor UMKM tidak hanya menjadi pelaku ekonomi, tetapi juga agen transformasi sosial dan budaya. Mereka membuktikan bahwa inovasi dan kreativitas tidak semata-mata ditentukan oleh tingkat pendidikan atau modal besar, tetapi juga oleh ketekunan, intuisi pasar, dan kemampuan adaptif yang tinggi.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Inovasi Perempuan UMKM

Penelitian ini mengidentifikasi sejumlah faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kemampuan perempuan dalam menciptakan dan mempertahankan inovasi di sektor UMKM. Faktor-faktor ini dapat diklasifikasikan ke dalam dua kategori besar, yaitu faktor pendukung dan faktor penghambat.

Faktor Pendukung (Apip Alansori & Erna Listyaningsih, 2020), (Fitriyana, Rahman, Pratiwi, & Purnomo, 2024):

1. Akses terhadap teknologi digital: Kemudahan akses terhadap teknologi informasi telah membuka peluang besar bagi perempuan untuk mengembangkan usaha. Dengan modal yang relatif kecil, perempuan dapat menjangkau pasar luas melalui media sosial, aplikasi mobile, dan platform e-commerce. Teknologi ini juga memungkinkan perempuan untuk belajar secara mandiri melalui video tutorial, webinar, atau komunitas digital.
2. Dukungan komunitas usaha perempuan: Jaringan informal maupun formal seperti komunitas UMKM, koperasi perempuan, dan forum wirausaha perempuan memberikan ruang untuk saling berbagi pengalaman, sumber daya, dan ide-ide inovatif. Komunitas ini sering menjadi tempat penguatan kapasitas dan motivasi, serta membuka akses terhadap pasar dan mitra bisnis baru.
3. Program pemerintah dan lembaga pendukung: Sejumlah kebijakan pemerintah dan program dari lembaga non-pemerintah telah diarahkan untuk memperkuat kapasitas perempuan pelaku UMKM. Program-program seperti pelatihan kewirausahaan berbasis gender, bantuan permodalan mikro, pendampingan digitalisasi UMKM, dan fasilitasi pameran produk lokal, secara nyata memberikan kontribusi terhadap pengembangan kreativitas dan inovasi perempuan.

Faktor Penghambat (Maimuna, Limbong, & Pracita, 2022):

1. Terbatasnya akses permodalan: Salah satu hambatan utama bagi perempuan dalam mengembangkan inovasi adalah keterbatasan akses terhadap sumber keuangan formal. Banyak perempuan tidak memiliki jaminan aset pribadi seperti tanah atau kendaraan yang dibutuhkan untuk mengakses kredit bank. Akibatnya, mereka terjebak dalam lingkaran modal terbatas dan tidak mampu meningkatkan kapasitas produksi maupun mengadopsi teknologi baru.
2. Rendahnya literasi digital: Meskipun teknologi digital berpotensi besar mendukung usaha, tidak semua perempuan memiliki kemampuan yang cukup dalam mengoperasikan perangkat atau memahami strategi pemasaran digital. Terutama di wilayah pedesaan, keterbatasan pendidikan dan akses terhadap pelatihan menjadi hambatan yang signifikan.
3. Beban ganda perempuan: Perempuan sering kali harus membagi waktu antara kegiatan rumah tangga dan usaha, yang menyebabkan keterbatasan waktu, energi, dan fokus dalam mengelola dan mengembangkan usaha. Beban ganda ini juga berdampak pada kesehatan fisik dan psikologis mereka.
4. Budaya patriarki dan stereotip sosial: Norma-norma tradisional yang menempatkan perempuan hanya sebagai ibu rumah tangga atau pengikut suami masih kuat di banyak komunitas. Hal ini sering kali mengurangi ruang gerak perempuan untuk mengambil keputusan ekonomi secara mandiri dan menyebabkan rendahnya kepercayaan diri mereka dalam menjalankan usaha secara profesional.

Kesimpulan

Penelitian ini menegaskan bahwa perempuan memiliki peran yang sangat signifikan dalam mendorong inovasi dan kreativitas di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Melalui keterlibatannya dalam berbagai bidang usaha, perempuan tidak hanya menjalankan peran sebagai pelaku ekonomi, tetapi juga sebagai agen perubahan yang mampu menciptakan produk-produk bernilai tambah dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Inovasi yang dilakukan oleh perempuan tercermin dalam pengembangan produk berbasis kearifan lokal, pengemasan kreatif, strategi pemasaran digital, serta kemampuan adaptif terhadap dinamika pasar.

Namun demikian, perempuan pelaku UMKM masih menghadapi sejumlah tantangan yang kompleks, baik dari aspek struktural maupun kultural. Keterbatasan akses terhadap permodalan, rendahnya literasi digital, beban peran ganda, serta kuatnya budaya patriarki menjadi hambatan nyata yang menghambat optimalisasi potensi mereka. Di sisi lain, kemajuan teknologi digital, keberadaan komunitas usaha perempuan, serta program pemberdayaan dari pemerintah dan lembaga swadaya masyarakat menjadi faktor pendukung penting yang perlu terus diperkuat.

Oleh karena itu, strategi pemberdayaan perempuan di sektor UMKM harus dilakukan secara komprehensif dan berkelanjutan, mencakup peningkatan kapasitas kewirausahaan, perluasan akses terhadap teknologi dan pembiayaan, serta penciptaan lingkungan sosial yang inklusif dan setara gender. Dengan

pendekatan yang tepat, perempuan tidak hanya akan menjadi tulang punggung ekonomi rumah tangga, tetapi juga aktor utama dalam pembangunan ekonomi nasional yang inovatif dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Abdurrahmat, F., & Si, M. (2006). Metodologi penelitian & teknik penyusunan skripsi. *Jakarta: PT Rineka Cipta.*
- Alfalisyado, Nengsi, A. R., Anwar, H. M., Sari, D. Y., SI, S., Kom, M., ... Haryanta, J. T. (2024). *Metodologi Penelitian.* CV Rey Media Grafika.
- Apip Alansori, S. E., & Erna Listyaningsih, S. E. (2020). *Kontribusi UMKM terhadap kesejahteraan masyarakat.* Penerbit Andi.
- Fitriyana, E. A., Rahman, R. A., Pratiwi, R., & Purnomo, M. (2024). Peran Kelompok Wanita Tani Dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM Melalui Digital Marketing di Bandung. *Jurnal Manajemen, 11(2), 145–157.* <https://doi.org/10.37817/jurnalmanajemen.v11i2.3782>
- Maimuna, Y., Limbong, D., & Pracita, S. (2022). Meningkatkan keterlibatan perempuan dalam pengembangan UMKM berbasis pengetahuan khas perempuan Kota Kendari. *Jurnal Ekonomi, 27(3), 399–416.* <https://doi.org/10.24912/je.v27i3.1114>
- Munthe, A., Yarham, M., & Siregar, R. (2023). Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi, 2(3), 593–614.* <https://doi.org/10.61930/jebmak.v2i3.321>
- Natania, A. T., & Dwijayanti, R. (2024). Pemanfaatan platform digital sebagai sarana pemasaran bagi UMKM. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 1–8.* <https://doi.org/10.26740/jptn.v11n3.p343-351>
- Rimbawati, P. R. N. (2023). *Perempuan dan Ekonomi Kreatif Tenun: Perspektif Gender.* Penerbit BRIN.
- Sahara, S. P., Aliaspar, S. P., Deby Santyo Rusandy, S. E., Yendi, M. S., Yani, R. N., Octaviani, R., ... Timbul, T. S. (2024). *Ekonomi dan Bisnis: Teori dan Praktik.* Selat Media.
- Sholihah, Q. (2020). *Pengantar Metodologi Penelitian.* Universitas Brawijaya Press.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian.* literasi media publishing.
- Wiartha, N. G. M., Diwyarthi, N. D. M. S. D., Adnyana, I. M. S., Jata, I. W., Darmiati, M., & Pratama, I. W. A. (2024). Kolaborasi Pentahelix di Desa Wisata Keliki Gianyar dalam Mendukung Pengembangan Wisata Budaya Berkelanjutan dan Ramah Lingkungan. *Prosiding Seminar Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (Sehati Abdimas), 7(1), 42–48.* Retrieved from https://ojs.poltesa.ac.id/index.php/Sehati_Abdimas/article/view/903