



2018

# MODEL INOVASI

# BERBASIS GENDER

*“Menumbuhkembangkan  
Perempuan Wirausaha Sosial”*



PUSAT INOVASI PELAYANAN PUBLIK

DEPUTI BIDANG INOVASI ADMINISTRASI NEGARA

LEMBAGA ADMINISTRASI NEGARA

**MODEL INOVASI BERBASIS GENDER  
MENUMBUHKEMBANGKAN  
PEREMPUAN WIRAUSAHA SOSIAL**



**PUSAT INOVASI PELAYANAN PUBLIK  
DEPUTI BIDANG INOVASI ADMINISTRASI NEGARA  
LEMBAGA ADMINISTRASI NEGARA  
2018**

# **Model Inovasi Berbasis Gender Menumbuhkembangkan Perempuan Wirausaha Sosial**

Bibliografi  
ISBN: 978-602-50884-3-8  
Hak Cipta © 2018  
Pusat Inovasi Pelayanan Publik – LAN

Diterbitkan oleh:  
Pusat Inovasi Pelayanan Publik  
Deputi Bidang Inovasi Administrasi Negara  
Lembaga Administrasi Negara RI  
Jl. Veteran No. 10 Jakarta 10110  
Telp. (021) 3868201-05 ext. 144-145

Cetakan Pertama, Desember 2018  
Editor: Marsono, Triksaningtiyas Gayatri  
Layout: Hifzi Nurfahma, Witra Apdhi Yohanitas,  
Arif Ramadhan  
Sampul: Anton Sri Pambudi, Witra Apdhi Yohanitas

---- Cet.1.Jakarta, PIPEL-LAN,2018  
x+ 126 hal; 7,16” x 10.12”

Hak Cipta Dilindungi oleh Undang-Undang

## **Pengarah**

Adi Suryanto

## **Penanggung Jawab**

Tri Widodo Wahyu Utomo

## **Reviewer:**

Sudardi  
Iih Faihaah

## **Tim Penyusun:**

Marsono  
Triksaningtiyas Gayatri  
Ferdinand Manorsa  
Harditya Bayu Kusuma  
Witra Aphi Yohanitas  
Anton Sri Pambudi  
Arif Ramadhan  
Aurora Fikaulina  
Hifzi Nurfahma  
Rori Gusparirin  
Yuliardi Agung Pradana  
Mardha Adi Pratama

## **Tim Administrasi:**

Gunanta  
Ramelan  
Sumaryati



## Sambutan

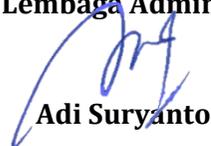
**S**ecara singkat kesetaraan gender bertujuan memberikan hak kepada perempuan untuk dapat mengakses segala sumber daya yang dapat diperoleh laki-laki. Pembangunan kesetaraan gender di Indonesia menunjukkan perkembangan yang sangat baik meskipun masih banyak perbaikan yang harus dilakukan.

Pemberdayaan perempuan merupakan satu langkah penting untuk mencapai kesetaraan tersebut, karena dengan memberdayakan dirinya perempuan dapat membuka dan menikmati akses pembangunan seluas-luasnya bahkan dapat menimbulkan dampak positif secara sosial dan ekonomi bagi lingkungan di sekitarnya.

Model inovasi berbasis gender dengan fokus menumbuhkembangkan perempuan wirausaha sosial (PWS) ini disusun untuk dapat memaksimalkan potensi yang dimiliki oleh kaum perempuan. Perempuan adalah salah satu aset pembangunan yang memiliki potensi sangat besar bila berada dalam lingkungan dan kondisi yang kondusif. Untuk mencapai hal tersebut, setidaknya ada tiga pra-syarat yang harus dilakukan untuk mengembangkan potensi ekonomi perempuan. Pertama adalah mendobrak norma-norma yang menempatkan perempuan di sektor buruh murah, kedua pembenahan infrastruktur keamanan bagi perempuan dan yang ketiga adalah perlunya mentor dan panutan bagi perempuan untuk membuka jalan.

Pra-syarat yang ketiga inilah yang akan coba dijawab oleh model inovasi berbasis gender ini. Pola kakak-asuh dalam menumbuhkembangkan perempuan wirausaha sosial dianggap sangat relevan dengan kondisi dan kebutuhan saat ini. Kakak asuh akan memainkan peran sebagai mentor dan panutan dengan memberikan pembinaan baik finansial maupun non-finansial. Disamping itu model ini juga akan memberikan penguatan serta re-orientasi peran pemerintah dalam pelayanan kepada masyarakat. Pemerintah tidak hanya akan memberikan bantuan langsung, tetapi pemerintah berperan sebagai penghubung dalam pola pemberdayaan perempuan demi terciptanya kemandirian masyarakat.

**Jakarta, Desember 2018**  
**Kepala Lembaga Administrasi Negara**



**Adi Suryanto**

## Kata Pengantar

**I**novasi saat ini telah menjadi satu kebutuhan yang mutlak dalam praktik administrasi negara khususnya dalam penyelenggaraan pemerintahan, baik di tingkat pusat maupun daerah. Hal ini didukung berbagai kebijakan pemerintah yang memberikan angin segar dalam penemuan, pengembangan maupun praktik inovasi.

Dari banyaknya upaya yang telah dilakukan tersebut telah lahir inovasi-inovasi yang begitu beragam, berdampak luas yang berhasil diimplementasikan dengan baik dan berkelanjutan. Bahkan saat ini, inovasi juga telah mengambil bagian dalam kesetaraan gender terutama bagaimana mengembangkan model inovasi berbasis gender.

Pengembangan model inovasi berbasis gender ini adalah salah satu upaya untuk menumbuhkembangkan perempuan wirausaha sosial yaitu perempuan-perempuan wirausaha yang dapat memberikan dampak pada lingkungan sosialnya. Mereka akan menjalankan peran sebagai kakak yang menjadi *role model* bagi perempuan lain yang akan memulai usaha di berbagai sektornya. Selain itu, model ini memberi kesempatan kepada pemerintah untuk dapat mendorong semaksimal mungkin peran serta masyarakat dan kemandirian masyarakat dengan cara mempertemukan pengusaha perempuan yang berhasil dengan perempuan calon pewirausaha baru melalui pola kakak asuh. Sehingga diharapkan pada satu titik penerapan model inovasi ini dapat meningkatkan jumlah wirausaha perempuan yang berada di di tingkat usaha mikro menuju ke usaha kecil bahkan menengah.

**Jakarta, Desember 2018**  
**Deputi Bidang Inovasi Administrasi Negara**



**Tri Widodo Wahyu Utomo**

## Sekapur Sirih

**P**roses pemodelan inovasi berbasis gender menumbuhkembangkan perempuan wirausaha sosial (PWS) menjadi sebuah pengalaman yang berharga bagi tim, mengingat banyak hal baru yang diperoleh sehubungan dengan konsep gender dan dunia usaha perempuan dengan berbagai stakeholder terkait.

Pendalaman substansi dilakukan melalui berbagai tahapan FGD, penggalian data lapangan dan validasi model di berbagai daerah menambah keyakinan tim bahwa model yang disusun sudah sesuai dengan kebutuhan dan dapat menjawab permasalahan yang ada.

Ucapan terima kasih secara mendalam saya sampaikan kepada seluruh tim serta kontributor lainnya atas tersusunnya model inovasi berbasis gender menumbuhkembangkan perempuan wirausaha sosial.

Semoga model ini segera dapat diimplementasikan, sehingga dapat meningkatkan peran perempuan khususnya dari sektor usaha mikro ke usaha kecil, menengah hingga besar yang bermuara pada kontribusi nyata peran perempuan pada perekonomian nasional.

**Jakarta, Desember 2018**  
**Kepala Pusat Inovasi Pelayanan Publik**



**Sudardi**

## DAFTAR ISI

Sambutan.....	i
Kata Pengantar.....	ii
Sekapur Sirih .....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Tujuan dan Sasaran .....	13
C. Ruang Lingkup .....	13
D. Sistematika Penulisan .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
A. Kerangka Konseptual .....	15
B. Studi Best Practices Perempuan Wirausaha Sosial (PWS).....	24
C. Kerangka Regulasi .....	28
D. Metode Pemodelan .....	30
<b>BAB III HASIL DAN ANALISA TEMUAN LAPANGAN.....</b>	<b>37</b>
A. Kota Bogor .....	37
B. Provinsi DI Yogyakarta .....	49
C. Aspek Penguatan .....	62
<b>BAB IV MODEL INOVASI MENUMBUHKEMBANGKAN PEREMPUAN</b>	
<b>WIRAUSAHA SOSIAL.....</b>	<b>91</b>
A. Desain Model.....	91
B. Langkah-Langkah Implementasi Model.....	94
<b>BAB V VALIDASI &amp; DISEMINASI MODEL .....</b>	<b>109</b>
A. Kabupaten Cirebon.....	110
B. Kabupaten Cianjur .....	113
C. Analisis Validasi.....	116
D. Diseminasi Model Melalui Seminar Nasional.....	117
<b>BAB VI KESIMPULAN .....</b>	<b>121</b>
A. Kesimpulan.....	122
B. Rekomendasi .....	124
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>127</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengertian dan Kriteria UMKM berdasarkan UU No 20 Tahun 2018.....	4
Gambar 1.2 Persentase Penduduk Berumur 15 Tahun ke atas Yang Bekerja sebagai Pengusaha Menurut Jenis Kelamin, 2015.....	6
Gambar 1.3 Persentase Usaha IMK Menurut Jenis Kelamin Pengusaha, 2015.....	7
Gambar 1.4 Persentase Usaha IMK Menurut Jenis Kelamin dan Jenis Usaha, 2015.....	8
Gambar 1.5 Persentase Rumah Tangga yang mengakses Kredit Usaha Menurut Jenis Kelamin Kepala Rumah Tangga dan Jenis Kredit Usaha, 2015.....	10
Gambar 1.6 Persentase Penduduk Berumur 15 Tahun ke atas Yang mengakses Internet Menurut Jenis Kelamin dan Penggunaannya, 2015.....	11
Gambar 3.1 Ibu Rizka, Owner Lapis Talas Sangkuriang di Pabrik Pembuatan Produk.....	38
Gambar 3.2 Salah Satu Outlet Priangan Sari di Sudut Kota Bogor.....	41
Gambar 3.3 Produk Kasaba salah satu binaan PEKKA Bogor.....	45
Gambar 3.4 Kunjungan ke Salah Satu Unit Usaha Desa Prima Teguh Makaryo.....	50
Gambar 3.5 Kunjungan ke Fania Food bersama Owner.....	54
Gambar 3.6 FGD Penggalan Data Gender di Kota Yogyakarta (30/7/18) .....	58
Gambar 3.7 Alternatif Aspek Pengasuhan dalam Rangka Penguatan Usaha.....	63
Gambar 4.1 Sinergitas Program dan Hubungan Pemerintah dan Masyarakat dalam Implementasi Model Perempuan Wirausaha Sosial.....	92
Gambar 4.2 Mekanisme Kerja Model Perempuan Wirausaha Sosial Melalui Pola Kakak Asuh .....	93
Gambar 4.3 Langkah-langkah Implementasi Model Perempuan Wirausaha Sosial.....	94
Gambar 4.4 Tahapan Kerja Tim Efektif WSP.....	100
Gambar 4.5 Implementasi Model Inovasi Kakak Asuh Perempuan Wirausaha Sosial.....	102
Gambar 4.6 Peran Kakak Asuh dalam Setiap Aspek WSP.....	107
Gambar 5.1 FGD Uji Validasi di Cirebon.....	110
Gambar 5.2 FGD Uji Validasi di Cianjur.....	113

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentase Usaha IMK Menurut Status Badan Usaha dan Kelamin Pengusaha, 2015.....	9
Tabel 2.1 Matriks Best Practices Woman Sociopreneurship (OXFAM) .....	25
Tabel 3.1 Sintesa Model Gender Lapis Talas Sangkuriang .....	41
Tabel 3.2 Sintesa Model Gender Priangan Sari.....	44
Tabel 3.3 Sintesa Model Gender Miwiti Tahu Bakso.....	44
Tabel 3.4 Sintesa Model Gender Kasaba.....	47
Tabel 3.5 Sintesa Model Gender Mochibo.....	48
Tabel 3. 6 Sintesa Model Gender Desa Prima Teguh Makaryo.....	54
Tabel 3.7 Sintesa Model Gender Fania Food.....	57
Tabel 3.8 Sintesa Model Gender Fania Food Desa Prima Trimanunggal dan Gadingsari Makmur.....	62
Tabel 5.1 Data Hasil Validasi Model Inovasi Berbasis Gender Kabupaten Cirebon.....	111
Tabel 5.2 Data Hasil Validasi Model Inovasi Berbasis Gender Kabupaten Cianjur.....	114
Tabel 5.3 Masukan Narasumber Pada Seminar Nasional.....	118



# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

**K**esetaraan gender merupakan isu yang hingga saat ini belum selesai dibahas. Memperhatikan gender tidak berarti kita hanya membahas perempuan dan memperjuangkan kaum perempuan. Gender tidak semata-mata tentang laki-laki dan perempuan saja, tetapi juga anak laki-laki dan anak perempuan, para lanjut usia atau kelompok orang yang mempunyai kebiasaan berbeda serta kalangan penyandang disabilitas. Responsif gender berarti memperhatikan kebutuhan setiap kelompok hingga semua kelompok mendapatkan fasilitas yang setara dalam mengakses sesuatu. Kebijakan responsif gender merupakan alat untuk mewujudkan kesetaraan dan keadilan gender.

Perjuangan perempuan di Indonesia dalam memperjuangkan kesetaraan gender telah dimulai sejak zaman koloanialisme hingga saat ini. Gerakan ini pada awalnya lebih banyak ditujukan pada upaya untuk memperoleh hak-hak dasar seperti pendidikan yang kemudian berkembang menjadi perjuangan kaum wanita yang bertujuan untuk memperoleh kesempatan yang lebih luas pada ruang publik. Kesetaraan perempuan di ruang publik adalah kesetaraan kesempatan untuk mengakses dan berperan sebagaimana pria. Untuk mencapai tujuan tersebut, baik pada wilayah politik maupun ekonomi perjuangan kaum perempuan ditandai dengan berdirinya berbagai organisasi perempuan. Dalam perkembangannya saat ini, perjuangan perempuan pada masa setelah kemerdekaan hingga kini lebih mengarah kepada terciptanya ruang yang memberikan kesetaraan bagi perempuan, baik secara individual maupun sebagai komponen masyarakat (Syahfitri Anita, 2006).

Menurut data UNDP tahun 2015, nilai Indeks Pembangunan Gender (IPG) Indonesia berada diatas rata-rata dunia yaitu di angka 92,74. Sedangkan untuk Indeks Ketimpangan Gender (IKG) Indonesia masih tergolong tinggi, lebih tinggi dari rata-rata IKG dunia bahkan paling tinggi diantara negara-negara ASEAN. Hal ini

menunjukkan bahwa ketercapaian kesetaraan gender di Indonesia masih menjadi pekerjaan rumah berat yang harus terus dikawal dalam berbagai proses pembuatan kebijakan.

Dari sekian banyak isu kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan yang dapat dibahas, dalam kajian ini tim memfokuskan diri pada isu pemberdayaan ekonomi perempuan yang dilandasi oleh semangat pemberdayaan dan kemandirian masyarakat. Mengapa hal ini menarik untuk dibahas? Karena seperti yang diketahui bersama selama ini pemerintah sudah sangat banyak menggulirkan program pembangunan yang bertujuan untuk peningkatan mengentaskan kemiskinan dan meningkatkan taraf ekonomi masyarakat. Namun umumnya program pembangunan tersebut berbentuk program bantuan konsumtif yang kadang kala kesimbangannya belum terjaga dan tidak terkoodinasi dengan baik. Selain itu, seiring perkembangan zaman, sudah saatnya pemerintah untuk mendesain program kerja yang lebih menitikberatkan pada pemberdayaan kemandirian masyarakat. Pemerintah mempunyai fungsi untuk mengarahkan dan memfasilitasi selain untuk memberikan pelayanan sebagaimana halnya yang telah banyak diperbuat selama ini.

Dengan pertimbangan tersebut, kajian ini mencoba memfokuskan kajian pada pemodelan dalam rangka memberdayakan masyarakat untuk menumbuhkembangkan wirausaha sosial perempuan. *Output* yang ingin dicapai melalui model ini adalah peningkatan ekonomi masyarakat melalui peningkatan peran perempuan sebagai wirausaha sosial baik dari segi jumlah maupun kualitas. Karena wirausaha memiliki peranan besar dalam pembangunan ekonomi nasional. Wirausaha berbasis masyarakat bukan hanya berperan menciptakan lapangan kerja dan mengurangi pengangguran serta menciptakan pendapatan masyarakat, tetapi dapat menjadi penggerak kemajuan komunitas dan dapat menciptakan inovator yang mampu mengubah potensi menjadi sesuatu yang menghasilkan nilai ekonomi. Wirausaha kecil menengah atau merupakan pondasi potensial bagi kestabilan ekonomi nasional karena mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Biasanya UMKM banyak menyerap tenaga kerja tanpa harus mensyaratkan jenjang



pendidikan formal yang tinggi, sehingga penyerapan tenaga kerja di sektor ini cukup besar dibandingkan sektor lainnya.

UMKM jelas mempunyai peran yang sangat vital dalam pembangunan ekonomi karena intensitas tenaga kerja yang bisa terserap relatif lebih tinggi dan jumlah investasi yang dibutuhkan relatif kecil dibanding industri besar. Selain itu, UMKM juga lebih fleksibel dan mudah beradaptasi terhadap perubahan pasar. UMKM tidak terlalu terpengaruh oleh tekanan eksternal, karena dapat tanggap menangkap peluang untuk substitusi impor dan meningkatkan persediaan dalam negeri. Pengembangan UMKM dapat memberikan kontribusi pada diversifikasi industri dan percepatan perubahan struktur sebagai prakondisi pertumbuhan ekonomi jangka panjang yang stabil dan berkesinambungan. Data Badan Pusat Statistik (BPS) memperlihatkan, pasca krisis ekonomi tahun 1997-1998 jumlah UMKM tidak berkurang, justru semakin meningkat, bahkan mampu menyerap 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja sampai tahun 2012. Pada tahun itu, jumlah pengusaha di Indonesia sebanyak 56.539.560 unit. Dari jumlah tersebut, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebanyak 56.534.592 unit atau 99,99 persen. Sisanya, sekitar 0,01 persen atau 4.968 unit adalah usaha besar.

Adapun yang dimaksud dengan usaha mikro, kecil dan menengah itu sendiri menurut UU No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pasal 6 disebutkan bahwa Usaha Mikro adalah usaha yang memiliki kekayaan paling banyak Rp.50 juta rupiah (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300 juta rupiah, sedangkan usaha kecil adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih Rp.50 juta rupiah s/d Rp.500 juta rupiah (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300 Juta Rupiah s/d paling banyak Rp.2,5 milyar rupiah, sedangkan usaha menengah adalah usaha yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500 juta rupiah s/d paling banyak Rp. 10 milyar rupiah (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha); atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2,5 milyar rupiah sampai dengan paling banyak Rp. 50 milyar rupiah. Melengkapi ruang lingkup di atas, BPS mendefinisikan industri mikro dan

kecil sebagai perusahaan atau usaha dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 1-4 orang (mikro) dan 5-19 orang (kecil).

Gambar 1.1 Pengertian dan Kriteria UMKM berdasarkan UU No 20 Tahun 2008



Sumber: Go UKM, Kenali.co.id, Etrade.id

Kembali ke fokus pemberdayaan atau peningkatan peran perempuan dalam pembangunan ekonomi, partisipasi perempuan dalam pembangunan ekonomi sejatinya tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rumah tangga dan menurunkan tingkat kemiskinan tetapi juga merupakan pondasi yang kokoh di sektor lain. Oleh karena itu, perempuan yang berkecimpung dalam kegiatan ekonomi memiliki kontribusi yang unik baik bagi pembangunan ekonomi dan sosial. Dengan berkontribusi pada keuangan rumah tangga dan pembangunan masyarakat, perempuan mampu menghasilkan lebih dari sekedar biaya hidup, tetapi juga mendapatkan posisi terhormat di masyarakat. Selain juga dengan memantapkan perekonomian keluarga, perempuan juga akan mampu mengendalikan isu-isu



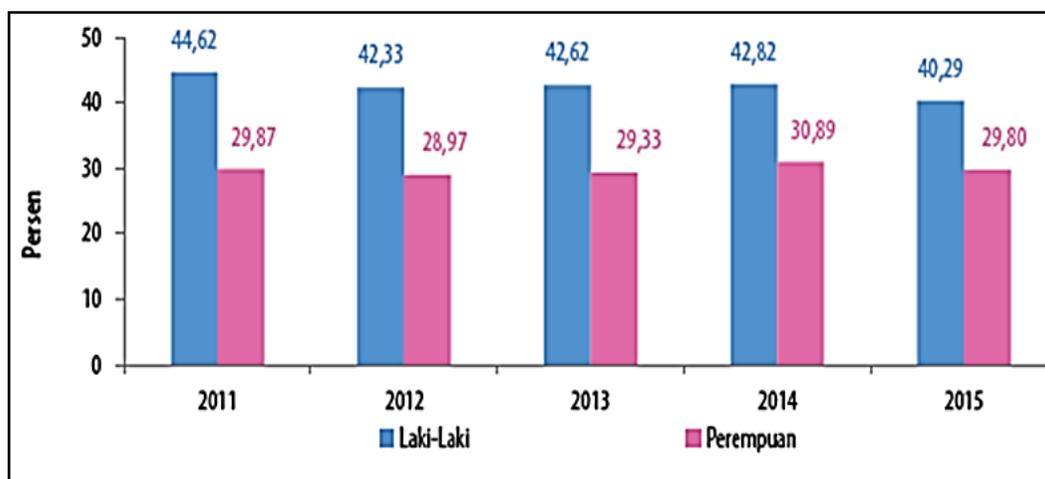
seperti keluarga berencana dan mencegah pernikahan anak usia dini. Dengan banyak potensi yang dimiliki perempuan tersebut jika mereka diberdayakan secara ekonomi dan intelektualitas, maka hal ini akan sangat efektif bagi pembangunan masyarakat dan bangsa.

Suatu pemikiran yang sangat menarik terkait peran perempuan dalam pertumbuhan ekonomi disajikan Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati dalam *paper*-nya untuk World Economic Forum 11-13 September 2018 di Hanoi, Vietnam. Dalam *paper* berjudul *“Why Asian’s Leader is Female?”* tersebut Sri Mulyani menyatakan bahwa Asia memiliki kekuatan dinamis yang mampu mendorong pertumbuhan tetapi tidak dimanfaatkan yaitu potensi perempuan. Menurut Asian Development Bank (ADB), dari populasi perempuan di Asia, kurang dari separuhnya bekerja, dibandingkan dengan 80 persen laki-laki yang bekerja. Upah perempuan juga lebih murah 25 persen dibandingkan laki-laki. Organisasi Buruh Internasional (ILO) menyebutkan hanya satu dari tiga perempuan menempati posisi teratas dalam perusahaan. Riset McKinsey mengatakan kesenjangan gender berpotensi menyebabkan perekonomian global kehilangan US\$ 4,5 triliun per tahun dalam bentuk PDB pada 2025. Sri Mulyani mengatakan sekarang adalah saatnya untuk berinvestasi pada perempuan. Namun, sebelumnya ada tiga hal yang harus dibenahi, pertama adalah mendobrak norma-norma yang menempatkan perempuan di sektor buruh murah yang rentan terhadap proses otomatisasi, kedua adalah pembenahan infrastruktur keamanan bagi perempuan di kota-kota, serta hal ketiga perempuan perlu lebih dilibatkan dalam sektor ekonomi digital yang saat ini masih didominasi pria. Diluar tiga hal tersebut, Sri Mulyani menyatakan bahwa untuk berkembang dan berdaya, perempuan membutuhkan tokoh panutan dan mentor untuk membuka jalan. Hal ini sangat sejalan dengan ide pemodelan dalam kajian ini karena model ini menawarkan satu pola pengasuhan atau mentoring dari perempuan wirausaha yang sudah berhasil kepada perempuan wirausaha pemula dengan prinsip sinergitas bekerjasama secara sosial.

Saat ini, jumlah perempuan pelaku usaha sudah semakin banyak. Kaum perempuan sebagai pengisi kemerdekaan adalah salah satu subjek yang bisa

berperan besar dalam dunia wirausaha Indonesia. Minniti, et al., (2005, dalam Jati 2009), menemukan bahwa partisipasi perempuan sebagai wirausaha meningkat cukup tajam selama satu dekade terakhir dan ternyata makin signifikan baik di negara maju maupun negara sedang berkembang. Di Indonesia sendiri berdasarkan Survei Angkatan Kerja Nasional selama tahun 2011-2015 persentase perempuan di Indonesia yang menjadi wirausaha (berstatus berusaha sendiri maupun dibantu orang lain) menunjukkan angkanya masih dibawah wirausaha laki-laki sebagaimana tergambar dalam Gambar 1.2 berikut:

*Gambar 1.2 Persentase Penduduk Berumur 15 Tahun ke atas Yang Bekerja sebagai Pengusaha Menurut Jenis Kelamin, 2015*



Sumber: Sakernas Agustus 2011-2015

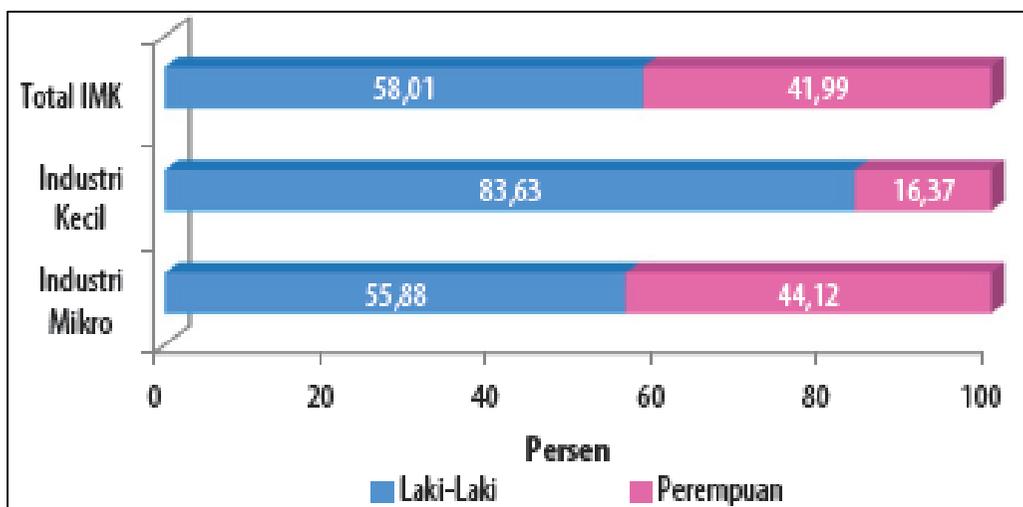
Sebenarnya terdapat banyak alasan yang membuat seorang perempuan yakin untuk menjadi pewirausaha. Sebagian alasan pertama yang mendasari adalah keinginan perempuan untuk dapat mempunyai penghasilan atau menambah pendapatan keluarga. Selain itu banyak juga alasan lainnya seperti mengisi waktu luang dengan kegiatan yang produktif, aktualisasi diri, dan alasan supaya tetap dapat dekat dan mengurus kebutuhan keluarga dan anak-anak.

Salah satu bidang UMKM yang banyak diminati oleh para pewirausaha perempuan adalah bidang industri mikro kecil (IMK). Namun demikian dari sisi jumlah, peran perempuan sebagai pewirausaha IMK juga memperlihatkan kondisi

ketimpangan yang cukup signifikan. Untuk industri mikro persentase pengusaha perempuan hanya sebesar 44,12 persen dan untuk industri kecil hanya sebesar 16,37 persen pengusaha perempuan. Sedangkan pengusaha perempuan di usaha mikro jumlahnya tidak terlalu terpaut banyak yaitu 44,12 persen berbanding 55,88 persen. Hal ini tentu saja menarik untuk dianalisa mengapa perempuan masih banyak yang belum dapat menjalankan usaha kecil, menengah bahkan usaha skala makro.

Data selengkapnya persentase usaha IMK menurut jenis kelamin dapat dilihat pada Gambar 1.3 sebagai berikut:

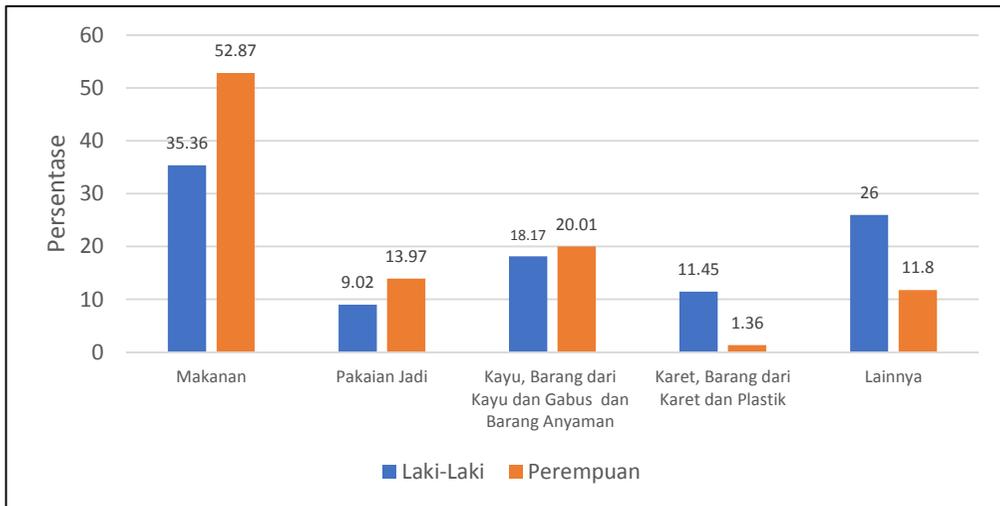
*Gambar 1.3 Persentase Usaha IMK Menurut Jenis Kelamin Pengusaha, 2015*



Sumber: Survei Industri Makro Kecil 2015

Usaha mikro dan kecil yang menjadi objek usaha wirausaha perempuan dapat dibedakan pula dari bidang jenis usahanya. Data survei usaha mikro kecil tahun 2015 menyebutkan bahwa paling banyak wirausaha perempuan memilih jenis usaha makanan dan pakaian jadi. Data Industri Mikro dan Kecil menurut jenis kelamin dan jenis usaha juga terlihat adanya ketimpangan pada setiap jenis usaha. Data selengkapnya dapat dilihat pada Gambar 1.4 berikut:

Gambar 1.4 Persentase Usaha IMK Menurut Jenis Kelamin dan Jenis Usaha, 2015



Sumber: Survei Industri Mikro Kecil 2015

Berdasarkan jenis usahanya, wirausaha perempuan paling banyak memilih untuk menjalankan kegiatan usahanya di bidang industri pengolahan makanan yaitu sekitar 52,87 persen. Persentase ini lebih besar dibandingkan dengan usaha industri makanan yang dikelola oleh wirausaha laki-laki yang hanya sekitar 35,36 persen. Tampak juga bahwa bidang yang dapat dikatakan cukup diminati oleh wirausaha perempuan adalah kerajinan anyaman 20,01 persen, pembuatan pakaian jadi 13,97 persen, sementara wirausaha laki-laki berminat di bidang kerajinan anyaman 18,17 persen, dan industri lainnya 26,00 persen.

Hal ini dapat dipahami mengingat usaha industri pengolahan makanan dan pembuatan pakaian jadi, serta kerajinan anyaman secara teknis sesuai dengan bakat alamiah yang biasanya dimiliki perempuan serta mungkin dapat dilakukan oleh perempuan di rumah sambil menangani pekerjaan rumah tangganya.

Fakta lain yang tidak kalah menarik adalah data terkait status badan usaha atau perizinan, sebagian besar usaha IMK didominasi oleh usaha yang belum memiliki status badan hukum maupun belum mendapat perizinan dari pemerintah daerah. Dengan kata lain sebagian besar merupakan usaha dengan status perorangan.

Tercatat sekitar 98,10 persen dari usaha IMK yang dikelola oleh wirausaha perempuan berstatus badan usaha perorangan. Persentase ini lebih tinggi daripada usaha yang dikelola oleh pengusaha laki-laki yaitu hanya sekitar 95,68 persen.

Sementara itu, usaha IMK yang sudah mendapatkan status badan hukum dan perizinan pemda lebih tinggi berada pada usaha IMK yang dikelola oleh wirausaha laki-laki dibandingkan wirausaha perempuan. Lengkapnya seperti tersaji dalam gambar 1.4 berikut:

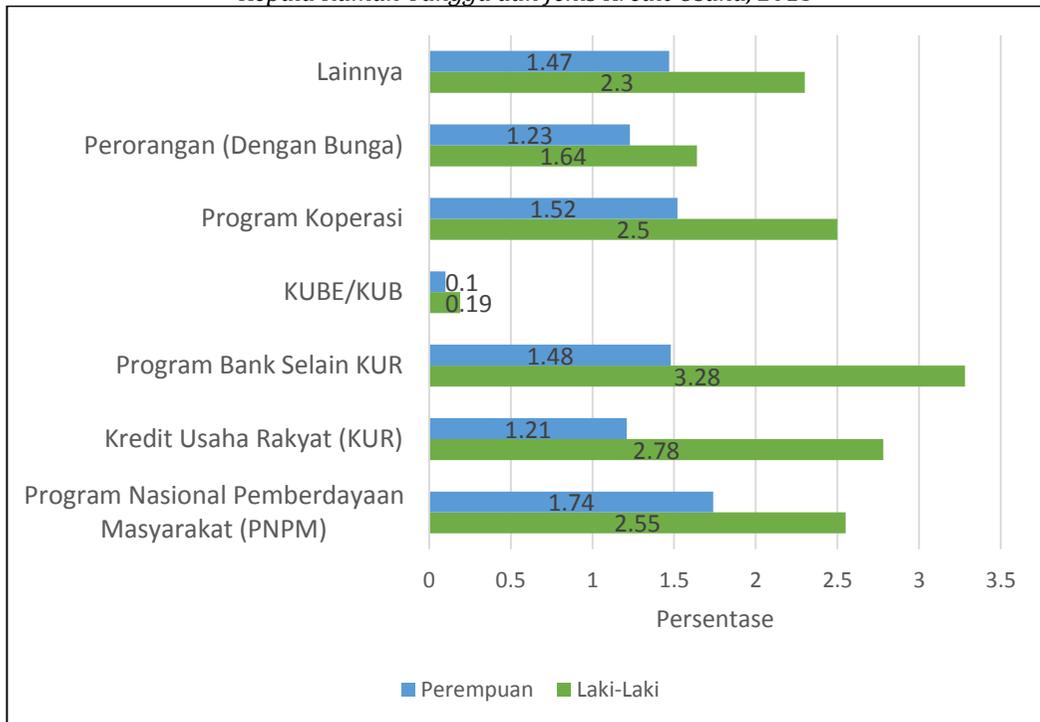
*Tabel 1.1 Persentase Usaha IMK Menurut Status Badan Usaha dan Kelamin Pengusaha, 2015*

STATUS BADAN USAHA	JENIS IMK				TOTAL IMK	
	INDUSTRI MIKRO		INDUSTRI KECIL		LAKI-LAKI	PEREMPUAN
	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	LAKI-LAKI	PEREMPUAN		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
PT	0,64	0,34	0,88	0,26	0,66	0,34
CV	0,50	0,43	2,46	2,16	0,72	0,48
Koperasi	0,22	0,15	0,30	0,71	0,23	0,17
Ijin Pemda	1,24	0,34	3,98	3,68	1,55	0,44
Perorangan	96,34	98,32	90,40	90,76	95,68	98,10
Lainnya	1,06	0,42	1,98	2,43	1,16	0,48

Sumber: Survei Industri Mikro Kecil 2015

Pembahasan tentang praktek kewirausahaan tentu tidak akan terlepas dari aspek permodalan. Modal usaha seringkali dibutuhkan dan didapatkan pewirausaha dari kredit baik perbankan maupun lembaga pembiayaan lainnya. Data Susenas KOR 2016 menyebutkan bahwa selama ini akses laki-laki lebih banyak daripada perempuan untuk mendapatkan kredit usaha dari berbagai macam jenis kredit usaha. Hal tersebut dapat terlihat dalam gambar di bawah ini:

Gambar 1.5 Persentase Rumah Tangga yang mengakses Kredit Usaha Menurut Jenis Kelamin Kepala Rumah Tangga dan Jenis Kredit Usaha, 2015



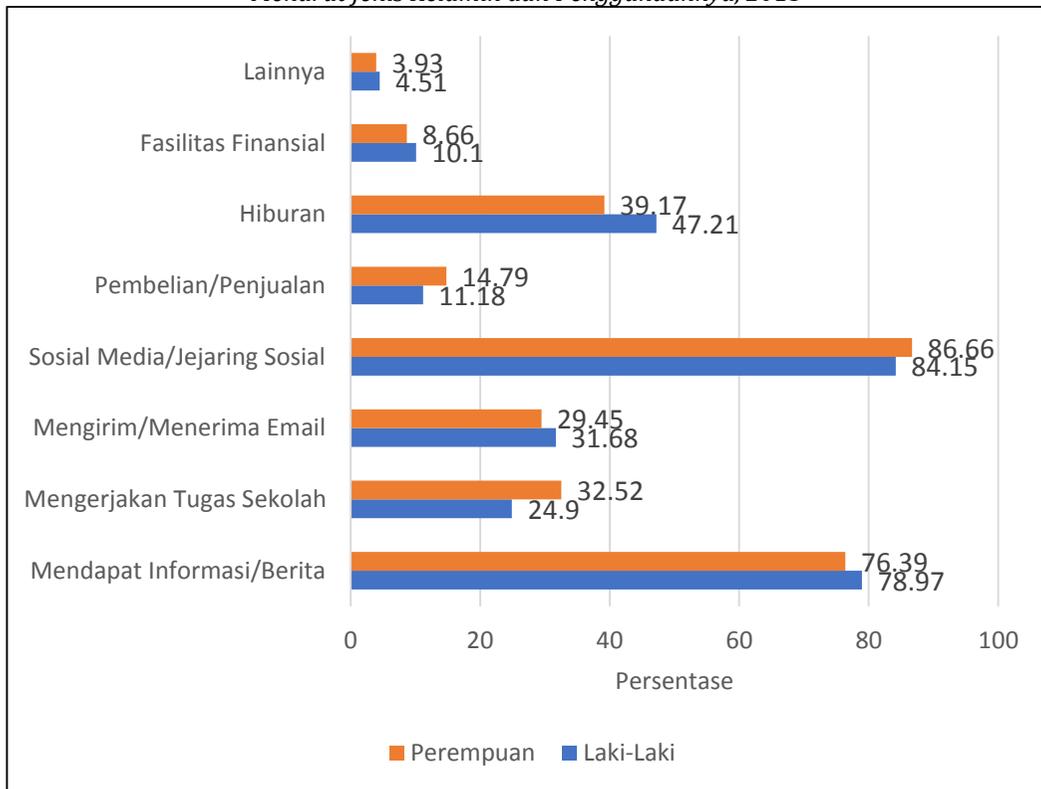
Sumber: Susenas KOR 2015

Gambar 1.5 memperlihatkan persentase rumah tangga yang mengakses kredit usaha menurut jenis kelamin kepala rumah tangga dan jenis kredit usaha tahun 2015, dimana terlihat belum optimalnya pemanfaatan akses kredit oleh kepala rumah tangga perempuan jika dibandingkan dengan kepala rumah tangga laki-laki. Kesenjangan yang terlihat menonjol antara lain pada jenis kredit usaha yang berasal dari bank selain KUR, dimana hanya 1,48 persen kepala rumah tangga perempuan yang memanfaatkan jenis kredit tersebut. Sedangkan persentase kepala rumah tangga laki-laki yang memanfaatkan jenis kredit yang sama, angkanya lebih dari dua kali lipatnya, yaitu 3,28 persen. Jika dilihat dari akses pemanfaatan kredit usaha maka sangat terlihat kesenjangan antara laki-laki dan perempuan.

Ketika perempuan memiliki akses yang rendah terhadap berbagai jenis Kredit Usaha, justru dibidang penggunaan IT khususnya dibidang pemasaran dan promosi perempuan memiliki potensi yang lebih tinggi dari laki-laki. Gambar 1.6

memperlihatkan data penggunaan IT dalam beberapa aktivitas terkait dengan informasi dan teknologi.

*Gambar 1.6 Persentase Penduduk Berumur 15 Tahun ke atas Yang mengakses Internet Menurut Jenis Kelamin dan Penggunaannya, 2015*



Sumber: Susenas KOR 2015

Gambar di atas juga memperlihatkan bahwa perempuan memiliki kemampuan yang lebih baik daripada laki-laki untuk menjalin jejaring dalam suatu lingkungan, salah satunya dengan penggunaan sosial media. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Anita Woolley dan Thomas Malone menyatakan bahwa lebih banyak perempuan dalam suatu pekerjaan maka hasil yang didapatkan akan lebih baik. Penelitian tersebut menemukan bahwa wanita lebih baik dalam berkomunikasi dan merupakan pendengar yang baik dibandingkan pria. Selain itu Woolley dan Malone menemukan dalam penelitiannya bahwa perempuan cenderung lebih kuat dalam mengajak orang lain untuk ikut dalam percakapan dan lebih baik dalam

mendengarkan. Hal tersebut merupakan keuntungan bagi wirausaha yang mampu mengetahui kebutuhan konsumen dan membangun tim kerja yang efektif.

Dengan latar belakang seperti diuraikan diatas, maka masih sangat perlu upaya untuk mendorong tumbuhnya wirausaha perempuan, lebih khususnya wirausaha yang dapat memberikan dampak positif pada lingkungan sosialnya. Salah satu solusi yang ditawarkan untuk meningkatkan kesetaraan perempuan khususnya dibidang ekonomi adalah membangun model *Social-entrepreneurship* di masyarakat terutama pada golongan perempuan. *Social-entrepreneurship* akhir-akhir ini menjadi semakin populer terutama setelah salah satu tokohnya Dr. Muhammad Yunus, pendiri Grameen Bank di Bangladesh mendapatkan hadiah Nobel Perdamaian tahun 2006. Namun di Indonesia sendiri kegiatan ini belum mendapatkan perhatian yang lebih dari pemerintah sehingga belum ada keberhasilan yang menonjol secara nasional.

Disamping itu, terdapat beberapa permasalahan sistemik yang dihadapi kelompok perempuan dalam mengembangkan usaha baik untuk memenuhi kebutuhan dirinya maupun kelompok sosial di sekitarnya. Beberapa permasalahan tersebut antara lain: (a) keraguan memulai, (b) peran ganda sebagai istri dan ibu, (c) kurang pengetahuan dalam memulai dan mengelola bisnis, (d) belum optimal dalam penerapan teknologi, (e) sulitnya mengurus perizinan dan (f) sulitnya mengakses permodalan.

Berdasarkan beberapa hal tersebut di atas, maka untuk mengakselerasi terwujudnya pemberdayaan perempuan khususnya di bidang ekonomi. Pusat Inovasi Pelayanan Publik pada Kedeputusan Bidang Inovasi Administrasi Negara tahun 2018 menyusun Model Inovasi Berbasis Gender dengan fokus menumbuhkembangkan Perempuan Wirausaha Sosial (PWS).

## B. Tujuan dan Sasaran

Tujuan penyusunan model inovasi berbasis gender ini adalah untuk mendorong tumbuh kembangnya Perempuan Wirausaha Sosial (PWS) secara kolektif melalui pola kakak asuh yang mengoptimalkan peran kemandirian masyarakat. Para perempuan wirausaha sosial ini diharapkan dapat memberikan dampak secara langsung maupun tidak langsung untuk lingkungan sosialnya. Sedangkan sasaran yang ingin dicapai adalah tersusunnya model inovasi untuk mendorong tumbuh kembangnya Perempuan Wirausaha Sosial (PWS) secara kolektif.

## C. Ruang Lingkup

Ruang lingkup penyusunan model inovasi berbasis gender ini adalah:

1. Analisis aspek-aspek yang menjadi faktor penguat dalam implementasi model menumbuhkembangkan Perempuan Wirausaha Sosial (PWS); dan
2. Analisis langkah-langkah pengembangan model menumbuhkembangkan Perempuan Wirausaha Sosial (PWS) termasuk reorientasi hubungan tata kelola antar pemerintah dan masyarakat.

## D. Sistematika Penulisan

Substansi Buku Model Inovasi Berbasis Gender Menumbuhkembangkan Perempuan Wirausaha Sosial Melalui Pola Kakak Asuh ini dibagi dalam beberapa pokok bahasan dengan pembagian sebagai berikut:

- **Pertama**, Pendahuluan.

Bagian ini berisikan latar belakang, tujuan dan sasaran, ruang lingkup dan sistematika penulisan.

- **Kedua**, Tinjauan Pustaka.

Bagian ini menjelaskan konsep tentang model, inovasi, gender dan *social-entrepreneurship*. Selain ini dalam bab ini juga berisikan kerangka regulasi dan metode pemodelan.

- **Ketiga**, Hasil dan Analisa Temuan Lapangan.

Bagian ini berisikan gambaran kondisi wirausaha sosial perempuan yang ada di lokus kajian.

- **Keempat**, Modeling Menumbuhkembangkan Perempuan Wirausaha Sosial Melalui Pola Kakak Asuh.  
Bagian ini menjelaskan tentang pemodelan Perempuan Wirausaha Sosial dan langkah-langkah penyusunannya.
- **Kelima**, Uji Validasi Model  
Bagian ini menjelaskan proses uji validasi model dalam upaya penyempurnaan model sehingga dapat implementatif.
- **Keenam**, Penutup.  
Bagian ini berisi tentang kesimpulan umum tentang Model Inovasi Berbasis Gender; Menumbuhkembangkan Perempuan Wirausaha Sosial Melalui Pola Kakak Asuh.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### A. Kerangka Konseptual

#### 1. Konsep Model

**P**enjelasan deskripsi operasional menjadi langkah awal sebelum menjelaskan konsep lainnya yang akan dapat menjadi acuan dalam pemodelan inovasi berbasis gender. Kali ini yang akan dideskripsikan terlebih dahulu adalah terkait dengan model itu sendiri. Model adalah rencana, representasi, atau deskripsi yang menjelaskan suatu objek, sistem, atau konsep, yang seringkali berupa penyederhanaan atau idealisasi. Bentuknya dapat berupa model fisik, model citra, atau rumusan matematis. Dengan artian model tersebut merujuk pada konsep dan teori, representasi objek, pekerjaan dan lain-lain.

Teknik pemodelan merupakan sebuah pengetahuan atau keterampilan yang dapat didemonstrasikan atau ada model yang dapat ditiru. Model dapat merupakan tiruan dari suatu benda, sistem atau kejadian yang sesungguhnya yang hanya berisi informasi-informasi yang dianggap penting untuk ditelaah. (Mahmud Achmad, 2008).

Pemodelan harus dilakukan secara terencana agar memberikan sumbangan pada pemahaman dan keterlibatan berbagai pihak. Dengan kata lain model atau pemodelan adalah rencana, representasi, atau deskripsi yang mampu menjelaskan objek, sistem, atau konsep agar dapat memberi sumbangan pemahaman yang dapat ditiru dan digunakan untuk melakukan kegiatan yang sama oleh pihak yang berkepentingan.

Tujuan dari studi pemodelan adalah menentukan informasi-informasi yang dianggap penting untuk dikumpulkan, sehingga tidak ada model yang unik. Satu sistem dapat memiliki berbagai model, bergantung pada sudut pandang dan kepentingan pembuat model.

## 2. Konsep Inovasi

Menurut Merriam-Webster, inovasi adalah introduksi sesuatu yang baru berupa gagasan, metode, atau alat yang digunakan untuk mengatasi suatu permasalahan. Sementara menurut Michael Vance, inovasi adalah penciptaan sesuatu yang baru atau pengaturan ulang hal lama dalam cara yang baru.

Sesuai dengan amanat Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 pasal 386 dan Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2017 menjadi momen dan ajang untuk saling asah, saling asuh dan saling asih antar elemen bangsa dalam mengefektifkan dan mengefisiensikan. Atas dasar tersebutlah sektor publik dituntut untuk dapat selalu menciptakan inovasi.

Adapun inovasi pada administrasi negara menurut LAN dipahami sebagai proses memikirkan dan mengimplementasikan suatu kebijakan oleh penyelenggara kepentingan publik untuk memenuhi kepentingan publik yang memiliki unsur kebaruan serta kemanfaatan.

Inovasi Administrasi Negara memiliki lingkup mencakup 3 besaran yakni:

### a. Kelembagaan

Kompleksitas kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi dan kemajuan dalam teori organisasi telah mendorong munculnya berbagai bentuk pengaturan kelembagaan yang berbeda-beda.

### b. Nilai-nilai yang berkembang dalam kearifan lokal

Administrasi negara perlu mengedepankan kearifan lokal dalam penggunaan kekuasaannya. Kearifan lokal tersebut harus mampu merepresentasikan nilai-nilai yang ada dan memiliki fungsi dalam mendorong bangsa Indonesia dalam mengembangkan *democratic governance*.

### c. Proses

Pengelolaan kebijakan publik ini merupakan sebuah proses untuk mencapai tujuan bersama. Proses ini dapat dicapai melalui sebuah formulasi dan implementasi. Hal ini merupakan sebuah kesatuan yang tidak bisa dipisahkan secara *rigid* dan *distinct*.



Proses mencerminkan sebuah formulasi dan implementasi. Formulasi menitikberatkan pada pengolahan sedangkan implementasi mencerminkan sebuah tindakan atau *action*. Kedua hal ini berkesinambungan satu sama lainnya serta tidak dapat dipisahkan. Inovasi administrasi negara memiliki berbagai macam kriteria. Hal ini bertujuan untuk memudahkan mengidentifikasi sebuah tindakan sebagai sebuah inovasi atau hanya pengulangan tindakan yang telah ada. Kriteria inovasi administrasi negara dapat diidentifikasi melalui nilai-nilai dibawah ini:

a. Kebaharuan

Kriteria Inovasi Administrasi Negara yang pertama adalah kebaruan. Kebaruan memiliki arti bahwa sebuah produk atau hal belum atau tidak pernah ada dan pernah dilakukan.

b. Kemanfaatan

Merupakan sebuah output yang memiliki nilai lebih bagi orang lain. Inovasi harus memiliki nilai lebih atau nilai tambah bagi orang lain. Nilai lebih ini apabila di organisasi sektor publik, maka *output*-nya adalah bermanfaat bagi masyarakat serta privat pengguna layanan publik.

c. Keberlanjutan

Memiliki arti berkesinambungan atau tidak pernah terputus. Suatu produk dapat dikatakan inovatif apabila produk tersebut secara berkala dapat dinikmati oleh orang lain. Produk tidak berhenti di suatu titik.

d. Memiliki Replikasi

Inovasi yang berhasil adalah inovasi yang dapat direplikasi. Replikasi merupakan sebuah percontohan atau peniruan oleh pihak lain sebagian atau keseluruhan sebuah produk atau sistem.

e. Memiliki Kompatibilitas

Kesesuaian dengan sistem diluar dirinya (tidak membentur, melanggar sistem yang ada) atau sesuai dengan kebijakan, kesepakatan atau perjanjian domestik dan luar negeri baik privat dan *civil society* serta antar negara pada tingkat lokal, nasional, regional dan global.

Terdapat delapan jenis inovasi administrasi negara berdasarkan *handbook* inovasi administrasi negara 2014 yaitu:

a. Inovasi Proses (*process innovation*)

Inovasi proses merupakan upaya untuk meningkatkan kualitas proses kerja baik internal maupun eksternal. Tujuan dari inovasi ini yakni untuk menghasilkan *output* yang lebih efektif dan efisien. Inovasi proses kerja memiliki pembenahan dengan ruang lingkup intern suatu organisasi. Beberapa ruang lingkup dari inovasi proses antara lain standar operasional prosedur (SOP), tata laksana, sistem, dan prosedur.

Keberhasilan dalam Inovasi proses dapat dilihat dari beberapa kriteria antara lain :

- Inovasi dilakukan pada level tata laksana rutin.
- Proses kerja semakin cepat, mudah, dan efektif.
- Ketatalaksanaan organisasi (unit terkait) semakin sedikit duplikasi atau tumpang tindih kewenangan atau tugas.
- Bagi pelayanan publik langsung, indikator kesuksesan dilihat dari peningkatan kepuasan masyarakat (IKM).

b. Inovasi Metode (*method innovation*)

Inovasi metode menitikberatkan pada kebaruan cara, teknik atau strategi dalam mencapai suatu tujuan. Kebaruan ini tentunya sebuah hal yang belum pernah digunakan oleh orang lain, memiliki kemanfaatan terhadap banyak orang.

Pada organisasi sektor publik, inovasi metode ini fokus pada penyederhanaan cara, teknik maupun strategi organisasi sektor publik dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.

c. Inovasi Produk (*product innovation*)

Inovasi produk dapat diartikan sebagai pembaharuan dari sebuah produk. Pembaharuan ini bisa berupa adanya produk baru yakni produk yang benar-benar baru, produk yang dibuat untuk menggantikan produk lama dan produk lama yang didesain ulang menjadi sebuah produk baru

untuk meningkatkan kualitas dan nilai tambah dari suatu barang atau jasa.

d. Inovasi Konseptual (*conceptual innovation*)

Inovasi konseptual merupakan inovasi yang berada di tataran konseptual. Inovasi ini fokus ke pemahaman yang berbeda atau cara pandang yang berbeda dalam melihat suatu permasalahan. Pemahaman serta cara pandang yang berbeda ini nantinya akan melahirkan sebuah paradigma, ide, gagasan, serta pemikiran yang baru terhadap suatu hal.

e. Inovasi Teknologi (*technology innovation*)

Inovasi teknologi menitikberatkan dalam penggunaan teknologi baru. Penggunaan teknologi baru ini bertujuan untuk memudahkan, mempercepat serta memperbanyak hasil yang diproduksi.

Dalam konteks sektor publik, inovasi teknologi biasanya dilakukan melalui introduksi *e-government* dan pembaruan peralatan atau perangkat untuk menunjang pekerjaan. Penggunaan elektronik dengan memanfaatkan teknologi informasi membuat kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh sektor publik menjadi lebih efektif dan efisien.

f. Inovasi Struktur Organisasi (*organizational structure innovation*)

Struktur organisasi menjadi roh dalam sebuah organisasi menggerakkan roda sistem organisasi. Dalam struktur organisasi yang simpel, maka kinerja organisasi akan bisa berjalan secara efisien. Efisiensi ini juga bisa terus dimaksimalkan dengan melahirkan inovasi struktur organisasi. Inovasi struktur organisasi bisa dilakukan dengan penggunaan struktur organisasi baru, merestrukturisasi organisasi yang ada, menggabungkan atau menghapus struktur organisasi yang kurang efisien

g. Inovasi Hubungan (*relationship innovation*)

Hubungan merupakan sebuah interaksi satu pihak dengan pihak lain. Interaksi ini bisa terjadi secara sederhana maupun rumit. Apabila hubungan ini rumit, tentunya akan merugikan sebuah organisasi. Disinilah peran inovasi. Inovasi ditujukan untuk menyederhanakan

hubungan atau interaksi satu pihak dengan pihak lainnya. Inovasi yang ditujukan untuk bentuk dan mekanisme baru dalam berhubungan dengan pihak lain demi tercapainya tujuan bersama. Ruang lingkup dari inovasi hubungan adalah *partnership*, partisipasi masyarakat, *relationship*, *networking*.

- h. Inovasi Pengembangan SDM (*human resources development innovation*)  
Inovasi sumber daya manusia dibangun untuk mewujudkan pengelolaan sumber daya manusia yang tepat guna. Penggunaan sumber daya manusia yang sesuai dengan kemampuan individu dan kebutuhan dari organisasi. Guna mewujudkan pengelolaan sumber daya manusia yang kompeten, maka langkah inovasi sumber daya manusia yang bisa dilakukan melalui tata nilai (di dalamnya ada budaya, perilaku, etika serta cara pandang), pemberdayaan, kepemimpinan, profesionalisme, serta pemberdayaan.

### 3. Konsep Gender

Istilah “gender” pertama kali diperkenalkan oleh Robert Stoller (Nugroho, 2008:2) untuk memisahkan pencirian manusia didasarkan pada pendefinisian yang bersifat sosial budaya dengan pendefinisian yang berasal dari ciri-ciri fisik biologis. Gender merupakan *behavioral differences* (perbedaan perilaku) antara laki-laki dan perempuan yang dikonstruksi secara sosial, yaitu perbedaan yang bukan ketentuan Tuhan melainkan diciptakan oleh manusia melalui proses sosial dan kultural yang panjang.

Menurut Instruksi Presiden RI No. 9 tahun 2000, gender adalah konsep yang mengacu pada peran dan tanggung jawab laki-laki dan perempuan yang terjadi akibat dari dan dapat berubah oleh keadaan sosial dan budaya masyarakat. Kesetaraan gender berarti kesamaan kondisi bagi laki-laki dan perempuan untuk memperoleh kesempatan serta hak-haknya sebagai manusia, agar mampu berperan dan berpartisipasi dalam kegiatan politik, hukum, ekonomi, sosial budaya, pendidikan dan pertahanan dan keamanan nasional, serta kesamaan dalam menikmati hasil pembangunan tersebut.



Terwujudnya kesetaraan dan keadilan gender ditandai dengan tidak adanya diskriminasi antara perempuan dan laki-laki, dan dengan demikian mereka memiliki akses, kesempatan berpartisipasi dan kontrol atas pembangunan serta memperoleh manfaat yang setara dan adil dari pembangunan. Memiliki akses dan partisipasi berarti memiliki peluang atau kesempatan untuk menggunakan sumber daya dan memiliki wewenang untuk mengambil keputusan terhadap cara penggunaan dan hasil sumber daya tersebut. Memiliki kontrol berarti memiliki kewenangan penuh untuk mengambil keputusan atas penggunaan dan hasil sumber daya. Sehingga memperoleh manfaat yang sama dari pembangunan.

Gender adalah perbedaan dan fungsi peran sosial yang dikonstruksikan oleh masyarakat, serta tanggung jawab laki-laki dan perempuan sehingga gender belum tentu sama di tempat yang berbeda, dan dapat berubah dari waktu ke waktu. Sedangkan seks adalah jenis kelamin yang terdiri dari perempuan dan laki-laki yang telah ditentukan oleh Tuhan. Oleh karena itu tidak dapat ditukar atau diubah. Ketentuan ini berlaku sejak dahulu kala, sekarang dan berlaku selamanya.

Seks (Jenis Kelamin) adalah perbedaan organ biologis laki-laki dan perempuan khususnya pada bagian reproduksi:

- Ciptaan Tuhan
- Bersifat kodrat
- Tidak dapat dirubah
- Tidak dapat ditukar
- Berlaku kapan saja dan dimana saja

Gender perbedaan peran, fungsi, dan tanggung jawab antara laki-laki dan perempuan sebagai hasil konstruksi sosial:

- Buatan manusia
- Tidak bersifat kodrat
- Dapat berubah
- Dapat ditukar

- Tergantung waktu dan budaya setempat

Konsep Gender mengacu pada peran dan tanggungjawab sebagai laki-laki dan perempuan yang diciptakan dan diinternalisasi dalam keluarga, dalam masyarakat, dalam budaya masyarakat dimana kita hidup termasuk harapan-harapan, sifat, sikap, perilaku bagaimana menjadi seorang laki-laki dan perempuan. Sehingga disimpulkan bahwa gender adalah suatu konstruksi atau bentuk sosial yang sebenarnya bukan bawaan lahir sehingga dapat dibentuk atau diubah tergantung dari tempat, waktu atau zaman, suku, ras, atau bangsa, budaya, status sosial, pemahaman agama, ideologi negara, politik, hukum, dan ekonomi.

Menurut Riant Nugroho (2008;9), ketidakadilan gender dapat berupa: Proses marginalisasi (peminggiran/pemiskinan) yang mengakibatkan kemiskinan, banyak terjadi dalam masyarakat di negara berkembang seperti pengusuran dari kampung halaman dan eksploitasi. Pemiskinan atas perempuan maupun laki yang disebabkan jenis kelamin merupakan salah satu bentuk ketidakadilan yang disebabkan gender. Contohnya, banyak pekerja perempuan tersingkir dan menjadi miskin akibat dari program pembangunan seperti internsifikasi pertanian yang hanya memfokuskan petani laki-laki. Perempuan dipinggirkan dari berbagai jenis kegiatan pertanian dan industri yang lebih memerlukan keterampilan yang biasanya lebih banyak dimiliki laki-laki.

#### **4. Konsep *Social-Entrepreneurship* (Wirausaha Sosial)**

Secara konsep terdapat dua hal utama dalam *social-entrepreneurship*. Pertama, adanya inovasi sosial yang dapat mengubah sistem yang ada di masyarakat. Kedua, hadirnya individu yang memiliki visi yang jelas, kreatif, memiliki jiwa wirausaha, dan beretika di belakang gagasan inovatif, menurut Bill Drayton (pendiri Ashoka Foundation) selaku penggagas *social-entrepreneurship*.

Pengertian sederhana dari *social-entrepreneurship* adalah seseorang yang mengerti permasalahan sosial dan menggunakan kemampuan



entrepreneurship untuk melakukan perubahan sosial, terutama meliputi bidang kesejahteraan, pendidikan, dan kesehatan. Jika *business-entrepreneurs* mengukur keberhasilan dari kinerja keuangannya (keuntungan ataupun pendapatan) maka *social-entrepreneurship* keberhasilannya diukur dari seberapa besar manfaat yang bisa dirasakan oleh masyarakat.

*Social-entrepreneurship* merupakan sebuah istilah turunan dari kewirausahaan. Gabungan dari dua kata, *social* yang artinya kemasyarakatan, dan *entrepreneurship* yang artinya kewirausahaan. Kamus Oxford mengartikan kata entrepreneur sebagai "*A person who undertakes an enterprise or business, with the chance of profit or loss*", seseorang yang bertanggung jawab atas sebuah bisnis dengan memikul risiko untung atau rugi. *Entrepreneur* dapat digolongkan ke dalam dua kelompok, yaitu *business entrepreneur* dan *social entrepreneur*. Perbedaan pokok keduanya utamanya terletak pada pemanfaatan keuntungan.

Pada awalnya *social-entrepreneurship* lebih dianggap sebagai kegiatan yang lebih dekat dengan 'sumbangan' dan non-profil oriented. Namun, fenomena Grameen Bank dan Grameen Phone di Bangladesh telah menggeser persepsi tersebut. Fenomena tersebut telah meyakinkan masyarakat bahwa dengan *social-entrepreneurship* kita tidak hanya membantu masyarakat akan tetapi dapat juga dapat memenuhi kebutuhan diri sendiri.

Kemampuan *social-entrepreneurship* untuk memberikan nilai tambah baik kepada lingkungan sosial dan ekonomi di lingkungan sekitarnya telah membuat kegiatan seperti ini semakin mengambil peran vital dalam pembangunan nasional secara luas. Berkembangnya *social-entrepreneurship* dapat menciptakan kesempatan kerja dan meningkatkan taraf hidup masyarakat, memberikan nilai inovasi dan kreasi baru terhadap lingkungan sosial ekonomi masyarakat, dapat menjadi modal sosial pembangunan nasional, dan membantu upaya peningkatan kesetaraan dan pemerataan kesejahteraan kepada masyarakat luas.

Secara sosial ekonomi, kegiatan *social-entrepreneurship* dapat meningkatkan kesempatan kerja di masyarakat. Hal ini dikarenakan semangat

wirausaha yang menjadi basisnya, semangat untuk menciptakan lapangan pekerjaan daripada mencari kerja. Orientasi *social-entrepreneurship* yang lebih diarahkan pada golongan kelas bawah agar dapat memberikan suatu alternatif bagi golongan tersebut untuk meningkatkan taraf hidupnya agar dapat lebih layak.

## **B. Studi Best Practices Perempuan Wirausaha Sosial (PWS)**

Perempuan Wirausaha Sosial (PWS) melihat masalah sebagai peluang untuk membentuk sebuah model bisnis baru yang bermanfaat bagi pemberdayaan dirinya dan masyarakat sekitar. Hasil yang ingin dicapai bukan keuntungan materi atau kepuasan pelanggan, melainkan bagaimana gagasan yang diajukan dapat memberikan dampak baik bagi dirinya dan sosial masyarakat. Mereka seperti seseorang yang sedang menabung dalam jangka panjang karena usaha mereka memerlukan waktu dan proses yang lama untuk dapat terlihat hasilnya. Perempuan Wirausaha Sosial menjadi fenomena sangat menarik saat ini karena perbedaan-perbedaannya dengan wirausaha tradisional yang hanya fokus terhadap keuntungan materi dan kepuasan pelanggan serta signifikansinya terhadap kehidupan masyarakat.

Kegiatan penyusunan Model Inovasi Berbasis Gender Menumbuhkembangkan Perempuan Wirausaha Sosial melibatkan berbagai pengetahuan dalam pengembangan serta praktiknya di lapangan. Oleh karena itu, sesuai dengan metode yang digunakan dalam penyusunan pemodelan ini adalah pendekatan kualitatif kontekstual (*best practices*). Dalam konteks pemodelan inovasi berbasis gender ini, *best practices* yang dimaksud adalah inovasi wirausaha sosial yang telah terbukti berhasil memberdayakan kelompok perempuan sesuai dengan jenis dan bidang usaha yang dikembangkannya. Berikut ini adalah studi komparasi beberapa jenis wirausaha sosial yang dilakukan perempuan (Oxfam, 2017).



Tabel 2.1 Matriks Best Practices Woman Sociopreneurship (OXFAM)

Usaha	Ide	Modal	Pengolahan	Pemasaran
<b>Kakoa Chocolate</b> Melakukan pembinaan kepada para petani kakao di Lampung agar memiliki cokelat yang berkualitas	mandiri	Mandiri USD 30.000	Mandiri, berdasarakan pengetahuan dan pengalaman sebagai konsultan di bidang pertanian di berbagai negara	kerjasama dengan beberapa supermarket, hotel, kafe di Jakarta dan secara daring
<b>Arafa Tea</b> menciptakan berbagai produk berbahan dasar teh untuk membantu para petani dan pemetik teh meningkatkan kualitas & produksi teh	mandiri,	Mandiri	Mandiri, berdasarkan penelitian, pengetahuan dan ketekunan dalam berusaha	outlet (toko sendiri di Bandung), daring, pameran
<b>Komodo Water</b> Membangun bisnis dengan melakukan perubahan social di daerah sekitar Pulau Komodo yang kebutuhan dasar masyarakatnya (air bersih) belum terpenuhi	Mandiri	Mandiri	Mandiri, berdasarkan pengetahuan yang ditekuni	mendirikan agen penyalur di tiap desa
<b>Pelanggi Nusantara</b> Usaha konfeksi dari kain perca menjadi pakaian jadi dengan memberdayakan 150 penjahit binaan	Mandiri	Rp. 500.000 (membeli mesin jahit)	Mandiri, Tidak pantang menyerah dalam memperbaiki produk	Menawarkan model pakaian ke Departement Store, Promosi dari mulut ke mulut Penjualan online
<b>Kelompok Tani Pita Aksi</b> memberdayakan lahan tidur untuk ditanami sayuran organik	Mengikuti Pelatihan yang diselenggarakan Oxfam Indonesia	Mandiri	Menularkan dan menginspirasi keberhasilannya menanam sayur kepada wanita lainnya	Dibantu oleh Mangrove Action Project (MAP) untuk didistribusikan ke Gelael

<p><b>Lapis Talas Sangkuriang</b> Memberdayakan potensi talas</p>	<p>Memaksimalkan potensi Kota Bogor sebagai daerah wisata dan potensi khas yang ada</p>	<p>Rp. 500.000</p>	<p>manajemen SDM dengan menggunakan jasa konsultan hingga memiliki 200 karyawan</p>	<p>Penjualan dilakukan dengan membuka outlet, bekerjasama dengan Pemerintah Daerah dan melalui online</p>
<p><b>AV Peduli</b> Manajemen pengolahan sampah menjadi barang bernilai ekonomi (tas, dompet dll),</p>	<p>Mandiri, terinspirasi dari hasil penelitian memanfaatkan kantong semen menjadi barang fashion yang ramah lingkungan</p>	<p>USD 10.000</p>		<p>Penjualan offline dan online dengan pasar 70% ekspor dan 30% pasar dalam negeri</p>
<p><b>Rumah Sampah Tapi Indah</b>  Berbisnis barang bekas/sampah menjadi barang bernilai ekonomi dengan memberdayakan para tuna rungu</p>	<p>Mandiri, Berupaya memberikan nilai ekonomi pada limbah plastik dan mengurangi polusi sampah</p>	<p>Limbah plastik seharga Rp 4000/kilo</p>	<p>Para pekerja yang direkrut semuanya adalah penyandang tunarungu. Saat ini ada tujuh pekerja tetap dan jika pesanan sedang tinggi, akan ada pekerja tambahan yang juga tunarungu. Dalam sepekan, sekitar 200 barang berbagai model dihasilkan dan siap dipasarkan</p>	<p>Ekspor dan dalam negeri</p>
<p><b>Fania Food</b>  Membudayakan konsumsi makanan laut</p>	<p>Mandiri, Membudayakan konsumsi makanan laut dengan mengolah hasil laut menjadi 18 jenis makanan beku dan makanan kering</p>	<p>Mandiri</p>	<p>± 200kg ikan diolah dengan 14 orang tenaga kerja</p>	<p>Bekerja sama dengan supermarket, sekolah, instansi pemerintah, rumah sakit dan 50 agen di Pulau Jawa dan Bali</p>
<p><b>KSU Muara Baimbai</b></p>	<p>Mandiri, memanfaatkan potensi jual beli hasil</p>	<p>Iuran Anggota Rp. 15.000/orang ditambah</p>	<p>± 50kg/bulan dengan 84 orang anggota KSU</p>	<p>Toko sendiri, KSU, Pesanan kawasan wisata mangrove</p>



Merawat mengrove menjaga kehidupan	tangkapan nelayan,	100jt (Bantuan British Council)		
<b>Beras Super</b> Bangga Menjadi Petani Beras	Mandiri, Sistem zero waste farming atau pertanian tanpa limbah yang mengintegrasikan pertanian dan sektor pendukungnya seperti peternakan untuk menghasilkan 4F (food, feed, fertilizer, fuel)	100juta	Zero waste farming, mengintegrasikan pertanian dengan sektor pendukungnya untuk menghasilkan 4F (food, feed, fertilizer dan fuel). Batang padi atau jerami diubah menjadi kompos bersama kotoran sapi, dan diolah menjadi bahan bakar bio gas yang dapat menghidupkan kompor dan tiga bangunan.	Toko sendiri di desa, distribusi ke penyalur di malang dan surabaya
<b>Du Anyam</b>  Usaha anyaman lontar menjadi barang bernilai ekonomi tinggi (keranjang, tikar, sandal, tempat sampah dll)	Memperbaiki tingkat ekonomi keluarga agar supaya kualitas kesehatan dan hidup perempuan di Flores meningkat.  Menganyam adalah salah satu solusi agar ibu-ibu di NTT dapat tetap mendapatkan penghasilan tanpa perlu pergi ke ladang yang jauh	Mandiri	±300 keranjang/bulan dan ±200 tikar/bulan dan produk lainnya dengan karyawan 8 orang tidak termasuk ibu-ibu pengayam	Online, pameran, kerjasama hotel dan spa

### C. Kerangka Regulasi

Upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat, baik laki-laki dan perempuan telah menjadi salah satu tujuan pembangunan di Indonesia. Berbagai kebijakan terkait dengan upaya penyetaraan gender. UUD 45 Pasal 28B ayat (1): Bahwa setiap orang berhak mengembangkan diri melalui pemenuhan kebutuhan dasarnya, berhak mendapatkan pendidikan dan mendapatkan manfaat dari ilmu pengetahuan dan teknologi, seni dan budaya demi meningkatkan kualitas hidupnya demi kesejahteraan umat manusia. Berikutnya Pasal 31 ayat (1): Bahwa setiap warga negara berhak mendapat Pendidikan.

Adapun terkait dengan kesetaraan dalam memperoleh Pendidikan yang sama, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional, Pasal 4 (1): Pendidikan diselenggarakan secara demokratis dan berkeadilan serta tidak diskriminatif dengan menjunjung tinggi hak azasi manusia, nilai keagamaan, nilai kultural, dan kemajemukan bangsa. Selanjutnya Pasal 4 (3): Pendidikan diselenggarakan sebagai suatu proses pembudayaan dan pemberdayaan peserta didik yang berlangsung sepanjang hayat. Sedangkan Pasal 5 (1): Setiap warga Negara mempunyai hak yang sama untuk memperoleh pendidikan yang bermutu dan Pasal 5 (5): Setiap Warga Negara berhak mendapat kesempatan meningkatkan pendidikan sepanjang hayat.

Selanjutnya percepatan pencapaian Pengarusutamaan Gender dilandasi dengan Inpres No. 9 Tahun 2000 sebagai suatu strategi untuk mencapai kesetaraan dan keadilan gender (KKG) melalui kebijakan dan program yang memperhatikan pengalaman, aspirasi, kebutuhan, dan permasalahan perempuan dan laki-laki ke dalam proses perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, dan evaluasi atas seluruh kebijakan dan program di berbagai bidang kehidupan dan sektor pembangunan.

Terbitnya Instruksi Presiden RI Nomor 09 Tahun 2000 tentang Pengarusutamaan Gender (PUG) dalam pembangunan nasional, menjadi salah satu kebijakan yang sangat penting untuk mewujudkan tujuan pembangunan tersebut. Selain itu, diatur juga di dalam Peraturan Pemerintah Nomor 08 Tahun 2008



mengenai tahapan, tata cara penyusunan pengendalian dan evaluasi pelaksanaan rencana pembangunan.

Strategi PUG, merupakan suatu cara mengintegrasikan kebutuhan, kepentingan, dan aspirasi laki-laki dan perempuan dalam siklus tahapan pembangunan yang dimulai dari perencanaan, penganggaran, pelaksanaan, monitoring serta evaluasinya.

Untuk pelaksanaan PUG di daerah, selain merujuk kepada Intruksi Presiden RI Nomor 09 Tahun 2000, berbagai dasar hukum lainnya, seperti Permendagri Nomor 15 Tahun 2008 tentang Pelaksanaan PUG di Daerah, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah, yang menegaskan bahwa pemberdayaan perempuan menjadi urusan wajib di daerah. Disamping itu, PUG adalah suatu proses yang berlanjut, karena peran dan hubungan gender itu bersifat dinamis. Selain itu, disparitas di dalam hasil pembangunan selalu ada antara laki-laki dan perempuan, baik secara umum, antar kelompok umur, status sosial ekonomi, dan lain sebagainya. Untuk itu, salah satu tujuan adanya strategi PUG, yakni mengurangi gender disparitas yang teridentifikasi.

Apabila dilihat dari segi hasil, kesetaraan gender dapat diukur, yaitu secara langsung, di tingkat individu ditandai dengan berkurangnya ketidaksetaraan kelompok target (laki-laki/perempuan) dalam memperoleh akses, manfaat dari pembangunan, partisipasi, dan penguasaan terhadap sumber daya. Kemudian secara tidak langsung, perubahan dalam kelembagaan yang selalu mempertimbangkan keadilan dan kesetaraan hasil. Secara mendasar, yakni ditandai dengan lingkungan kerja yang kondusif, dan responsif gender.

Kebijakan nasional yang dipertegas dengan RPJMN (Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional) 2010-2014, yang juga dikuatkan dengan Peraturan Presiden RI Nomor 5 Tahun 2010, telah mencantumkan secara jelas mengenai 3 strategi yang harus dilaksanakan oleh pemangku kepentingan terkait di Kementerian, Lembaga, dan Daerah seperti OPD terkait dalam hal ini, yaitu Bappeda, Kepala Biro Keuangan, dan Lembaga Masyarakat, yaitu strategi tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*), strategi pembangunan yang

berkelanjutan (*sustainable development*), serta strategi PUG (Pengarusutamaan Gender).

Reformasi Birokrasi (RB) yang juga menjadi salah satu agenda pemerintah, juga mengarah pada penerapan Anggaran Responsif Gender (ARG), yang membuka peluang untuk mengintegrasikan kepentingan laki-laki dan perempuan, ke dalam rencana anggaran kinerja yang konkrit dan terukur.

Disamping itu, ARG bukan suatu pendekatan yang berfokus pada klasifikasi anggaran. ARG lebih menekankan pada masalah kesetaraan dalam penganggaran. Kesetaraan tersebut, berupa proses maupun dampak alokasi anggaran dalam program atau kegiatan yang bertujuan, untuk menurunkan tingkat kesenjangan gender. ARG juga berkerja dengan cara, menelaah dampak dari belanja suatu kegiatan terhadap perempuan dan laki-laki. Kemudian menganalisa, apakah alokasi anggaran tersebut, telah menjawab kebutuhan, kepentingan, dan aspirasi perempuan dan laki-laki.

#### **D. Metode Pemodelan**

Model adalah rencana, representasi, atau deskripsi yang menjelaskan suatu objek, sistem, atau konsep, yang seringkali berupa penyederhanaan atau idealisasi. Bentuknya dapat berupa model fisik, model citra atau rumusan matematis.

##### **1. Pendekatan Pemodelan**

Pendekatan yang digunakan dalam pemodelan inovasi berbasis gender adalah pendekatan kualitatif kontekstual (*best practices*). Dalam konteks pemodelan inovasi berbasis gender ini, *best practices* yang dimaksud adalah inovasi wirausaha sosial yang telah terbukti berhasil memberdayakan kelompok perempuan sesuai dengan jenis dan bidang usaha yang dikembangkannya.

Pendekatan kontekstual menekankan pada pembelajaran terhadap pengetahuan tertentu yang dapat ditiru. Pendekatan kontekstual memiliki tujuh komponen utama yaitu konstruktivisme (*Constructivism*), bertanya



(*Questioning*), menemukan (*Inquiry*), masyarakat belajar (*Learning Community*), permodelan (*Modelling*), refleksi (*Reflection*), penilaian sebenarnya (*Authentic Assessment*). Dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Konstruktivisme (*Constructivism*)

Menekankan bahwa pembelajaran tidak semata sekedar menghafal, mengingat pengetahuan. Akan tetapi merupakan suatu proses belajar aktif secara mental. Membangun pengetahuannya, yang didasari oleh struktur pengetahuan yang dimilikinya.

b. Menemukan (*Inquiry*)

Menemukan merupakan bagian inti dari aktivitas pembelajaran berbasis kontekstual. Pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh bukan dari hasil mengingat fakta-fakta melainkan dari hasil menemukan sendiri. Kegiatan menemukan (*inquiry*) merupakan sebuah siklus yang terdiri dari observasi (*observation*), bertanya (*questioning*), mengajukan dugaan (*hypothesis*), pengumpulan data (*data gathering*), dan penyimpulan (*conclusion*).

c. Bertanya (*Questioning*)

Bertanya adalah strategi utama pembelajaran berbasis kontekstual, yang bermanfaat untuk:

- Menggali informasi
- Menggali pemahaman
- Membangkitkan daya respon
- Mengetahui sampai sejauh mana keinginan dan minat
- Memfokuskan perhatian pada sesuatu yang dikehendaki
- Membangkitkan lebih luas lagi pertanyaan, dalam rangka menyegarkan kembali pengetahuan.

d. Masyarakat belajar (*Learning Community*)

Konsep masyarakat belajar menyorankan hasil pembelajaran didapat dari hasil kerja sama dengan orang lain. Hasil belajar diperoleh dari “*sharing*” antar teman, antar kelompok, dan antar yang tahu ke yang belum tahu.

Masyarakat belajar akan berjalan baik jika terjadi komunikasi dua arah, dua kelompok atau lebih yang terlibat aktif dalam komunikasi pembelajaran saling belajar.

e. Pemodelan (*Modeling*)

Membahasakan yang ada dalam pemikiran adalah salah satu bentuk dari pemodelan. Jelasnya pemodelan adalah membahasakan yang dipikirkan, dan didemonstrasikan atau dipraktikkan.

f. Refleksi (*Reflection*)

Refleksi merupakan cara berpikir atau merespon tentang apa yang baru dipelajari. Berpikir ke belakang tentang apa yang sudah dilakukan dimasa lalu.

g. Penilaian yang sebenarnya (*Authentic Assessment*)

Penilaian adalah proses pengumpulan berbagai data yang bisa memberi gambaran mengenai perkembangan. Fokus penilaian adalah pada penyelesaian tugas yang relevan dan kontekstual. Evaluasi dilakukan terhadap proses maupun hasil.

Bentuk dari metode kontekstual ini sendiri adalah sebagai berikut:

a. Mengaitkan (*Relating*)

Strateginya adalah mengkaitkan konsep baru dengan sesuatu yang sudah dikenal sebelumnya.

b. Mengalami (*Experiencing*)

Merupakan inti pembelajaran kontekstual dimana mengkaitkan berarti menghubungkan informasi baru dengan pengalaman maupun pengetahuan informasi baru dengan pengalaman sebelumnya.

c. Menerapkan (*Applying*)

Menerapkan konsep yang sudah ada dalam memecahkan masalah. Untuk ini perlu ada pemberian motivasi dengan memberikan latihan yang realistik dan relevan.

d. Kerja sama (*Cooperating*)

Pelaksanaan secara berkelompok biasanya mudah mengatasi masalah yang kompleks dengan sedikit bantuan ketimbang yang bekerja secara individual.

e. Mentransfer (*Transferring*)

Menciptakan bermacam-macam pengalaman dan pembelajaran dengan fokus pada pemahaman.

## 2. Sumber Data

Data yang diperoleh dikumpulkan melalui berbagai macam sumber yakni observasi atau mempelajari dokumen-dokumen yang tertulis. Berhubungan data tersebut ada dalam bentuk dokumen mentah, maka perlu dilakukan pengelompokan data agar dapat dilihat perbandingannya dengan data yang lain. Tentu saja model inovasi berbasis gender ini membutuhkan studi kasus yang tepat sebelum dilakukan pengolahan. Studi kasus ini diambil dari penerapan PWS yang telah berhasil dijalankan di beberapa daerah.

Berbagai data yang dikumpulkan dalam proses pemodelan ini terdiri dari dua jenis, yaitu:

a. Data Primer

Dalam penggalian data dan informasi yang kami gunakan untuk menyusun model ini adalah data primer. Data yang langsung didapatkan dengan cara melakukan *indepth interview* kepada narasumber.

b. Data Sekunder

Terdapat beberapa sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini salah satunya adalah data yang diambil dari buku yang diterbitkan oleh Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KPPPA) dengan judul Ketimpangan ekonomi dalam gender.

Menurut Patton (2002) dalam Raco (2010:51), proses penyusunan studi kasus berlangsung dalam tiga tahap. Tahap pertama yaitu pengumpulan data mentah tentang individu, organisasi, program, tempat kejadian yang menjadi dasar penulisan studi kasus. Langkah kedua adalah menyusun atau menata kasus yang telah diperoleh melalui pemadatan, meringkas data yang masih berupa data

mentah, mengklasifikasi dan mengedit dan memasukkannya dalam satu file yang dapat diatur dan dapat dijangkau. Langkah ketiga adalah penulisan laporan akhir penelitian kasus dalam bentuk narasi.

Pengumpulan data dalam pemodelan inovasi berbasis gender ini pada dasarnya dapat dilakukan melalui tiga cara Patton (2002) dalam Raco (2010:110) yaitu: Pertama, data yang diperoleh melalui wawancara yang mendalam (*indepth*) dengan menggunakan pertanyaan *open-ended*. Data yang diperoleh berupa persepsi, pendapat, perasaan dan pengetahuan. Kedua adalah data yang diperoleh melalui pengamatan (*observation*). Data yang diperoleh berupa gambaran yang ada di lapangan dalam bentuk sikap, tindakan, pembicaraan, interaksi interpersonal dan lain-lain. Ketiga adalah dokumen, dalam pemodelan ini adalah bentuk dan jenis wirausaha sosial yang telah ditetapkan sebagai *best practices* kajian.

Selanjutnya dalam membuat model inovasi berbasis gender perlu adanya dokumen yang akurat agar dapat ditarik pembelajaran. Selain itu, dapat dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung terhadap praktik pelaksanaan inovasi sehingga detail pelaksanaan secara kontekstual dapat diperoleh. Disamping itu dilakukan juga penggalan informasi dari pakar melalui diskusi sehingga model yang disusun dapat terinterpretasi dengan tepat.

Data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi tentu harus diolah dan dianalisis. Terdapat tiga tahap utama yang dilakukan dalam mengolah dan menganalisis data yaitu mereduksi atau meringkas data, menyajikan data, menyusun draft kesimpulan untuk verifikasi. Rinciannya adalah sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Data yang diperoleh perlu dicatat secara teliti dan rinci. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan pola. Dengan demikian data yang diperoleh dalam penelitian ini melalui pejabat fungsional, pimpinan langsung, dan pihak-pihak yang ada di lokasi penelitian segera dicatat



dalam “Ringkasan Data” sekaligus segera dilakukan analisis data melalui reduksi data.

b. Display Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data lazim dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori. Dengan mendisplay data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

c. Verifikasi Data

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang.

### 3. Analisis Data Pemodelan

Analisis data dalam pemodelan ini dilakukan melalui metode induksi dan komparasi. Metode induksi adalah proses penguraian dari kasus-kasus khusus hingga suatu kelompok kasus secara keseluruhan, dari fakta-fakta konkrit hingga hal-hal yang bersifat umum. Dengan kata lain berangkat dari fakta-fakta yang khusus, peristiwa-peristiwa yang konkrit, kemudian fakta-fakta atau peristiwa-peristiwa yang khusus dan konkrit itu ditarik generalisasi-generalisasi yang mempunyai sifat umum. Penerapan metode induksi ini, pertama-tama dimulai dengan paparan data, kemudian diikuti dengan temuan dan diikuti pembahasan serta diakhiri dengan penarikan kesimpulan.

Sedangkan metode komparasi adalah cara penguraian data yang dimulai dengan penyajian pendapat para ahli untuk dicari persamaan yang prinsipil dan perbedaannya yang juga prinsipil, setelah hal itu benar-benar diketahui perlu

dipertimbangkan secara rasional untuk kemudian diakhiri dengan penarikan suatu kesimpulan. Atau paling tidak, diambil satu pendapat yang dipandang paling kuat. Berdasarkan kesimpulan tersebut, maka selanjutnya dilakukan sintesa pemodelan inovasi berbasis gender melalui konstruksi karakteristik umum dan khusus serta menarik benang merah kedalam beberapa alternatif model inovasi berbasis gender.



## BAB III HASIL DAN ANALISA TEMUAN LAPANGAN

**B**erdasarkan hasil pengumpulan data lapangan yang dilakukan di dua lokus yakni Kota Bogor dan Provinsi DI Yogyakarta, terdapat enam Perempuan Wirausaha Sosial (PWS) yang menjadi responden.

Pengolahan data yang dilakukan kepada enam PWS responden tersebut dilakukan dengan cara mengidentifikasi dan menganalisa enam aspek yang memiliki peran dalam mengembangkan usaha yaitu: 1) peran perempuan, 2) permodalan, 3) produksi, 4) pemasaran, 5) pengembangan usaha dan 6) pelatihan SDM. Berikut hasil identifikasi terhadap hasil temuan di lapangan, berdasarkan enam aspek tersebut:

### A. Kota Bogor

Pengumpulan data di Kota Bogor dilakukan dengan mengadakan *Focus Group Discussion* (FGD) dan melakukan observasi langsung ke lokus. Data yang ditemukan di Bogor terdiri dari dua usaha yang telah berkembang yaitu Lapis Talas Sangkuriang dan Priangan Sari dan empat usaha mikro dan kecil yang didampingi melalui PEKKA (Pemberdayaan Perempuan Kepala Keluarga).

#### 1. Lapis Talas Sangkuriang

Lapis Talas Sangkuriang adalah salah satu wirausaha yang berhasil menjadikan potensi unggulan sebagai peluang usaha. Talas Bogor yang sebelumnya hanya dikonsumsi sebagai bahan mentah dengan pengolahan sederhana (dikukus atau digoreng) oleh Rizka dan Anggara dijadikan sebagai bahan baku kue lapis kukus. Strategi pemasaran lapis talas yang dikemas sebagai oleh-oleh khas Kota Bogor pun merupakan hal yang tepat karena seiring dengan perkembangan Bogor sebagai kota tujuan wisata. Kunci keberhasilan lapis talas sangkuriang terletak di menjalankan usaha dengan fokus, konsisten, selalu berinovasi dan tidak pernah puas serta selalu mempunyai target.

*Gambar 3.1* Ibu Rizka, Owner Lapis Talas Sangkuriang di Pabrik Pembuatan Produk



Secara tidak langsung usaha lapis talas sangkuriang telah menimbulkan dampak positif terhadap lingkungan sosialnya yaitu menghidupkan wisata oleh-oleh Bogor dan membuka peluang usaha bagi UKM lainnya dengan mengizinkan menitip-jualkan produknya di outlet-outlet pusat oleh-oleh. Lapis talas sangkuriang juga telah berhasil membuka lapangan kerja bagi sekitar 800 orang karyawan di seluruh Pulau Jawa.

Kendala yang dihadapi lapis talas sangkuriang antara lain adanya pesaing-pesaing yang memproduksi produk sejenis, bahkan dengan merk dan kemasan yang dibuat sangat mirip. Hak cipta merk sempat mengalami kendala karena pengurusan hak cipta dan izin terkait standar kesehatan dan halal memakan waktu sangat lama yaitu dua tahun, pengurusan izin BPPOM enam bulan dan sertifikasi halal selama tiga bulan.

Selain itu, sumber daya manusia menjadi juga kendala. Pada awalnya, produksi lapis talas sangkuriang ingin memberdayakan anak jalanan dan putus sekolah, tetapi ternyata untuk mengedukasinya anak-anak tersebut membutuhkan usaha keras dan biaya yang besar.

a. Peran Perempuan

Rizka (*owner*) masih memegang peranan strategis sebagai pimpinan manajemen. Diawal usaha, Rizka juga berperan di bidang pemasaran, yaitu kalangan ibu rumah tangga sebagai reseller.

Saat ini tenaga produksi diisi oleh lulusan sekolah menengah kejuruan (SMK) yang 80 persennya adalah laki-laki bekerja sebagai operator mesin karena proses produksi menggunakan alat berat. Sedangkan untuk pekerja perempuan ditempatkan pada bagian finishing produksi, tenaga pemasaran di *outlet-outlet*.

b. Permodalan

Modal awal dari usaha ini sebesar Rp.500 ribu dan satu unit mixer. Manajemen sederhana yang diterapkan dalam pengelolaan bisnis adalah memisahkan uang usaha dengan uang pribadi. Uang usaha dijadikan modal yang terus menerus diputar untuk memperbesar usaha.

Rizka menghindari modal dari perbankan untuk mendukung produksi, kecuali pada saat diputuskan untuk mengalihkan lokasi produksi dari ruko ke pabrik besar dan menggunakan peralatan modern.

c. Produksi

Pada awal produksi, lapis talas sangkuriang dibuat secara manual dengan cara talas mentah dikukus dan diblender untuk menjadi bahan kue. Namun, proses ini tidak berhasil sesuai harapan karena talas sangat mudah rusak, tidak awet dan tidak bisa salah olah. Dalam perjalanannya kemudian talas bisa dibuat dalam bentuk tepung yang sangat memudahkan proses produksi.

Saat ini produksi lapis talas sangkuriang mengandalkan pasokan tepung talas dari *supplier* dan produksinya sudah menggunakan mesin untuk produksi masal dengan kapasitas 2.000 kue lapis perjam.

d. Pemasaran

Strategi pemasaran lapis talas awalnya promosi dengan cara tradisional dari mulut ke mulut, kemudian merekrut reseller dari

kalangan ibu rumah tangga. Saat awal produk ada melalui mulut ke mulut atau *door to door*. Mengikuti pameran, dan bekerjasama dengan PHRI (Pengusaha Hotel dan Restoran Indonesia) Kota Bogor.

Usaha kemudian berkembang dengan membuka booth-booth sederhana sampai kemudian memiliki enam outlet dan pusat oleh-oleh di Kota dan Kabupaten Bogor.

Untuk memperlancar pemasaran saat ini lapis talas sangkuriang memiliki 20 reseller yang masing-masing mempunyai outlet sendiri sesuai dengan standar minimum pembelian dan dengan harga yang ditetapkan manajemen. Reseller membeli dengan cara beli putus dengan harga khusus reseller sehingga reseller tidak boleh menjual melebihi harga yang ditetapkan.

e. Pengembangan Usaha

Area usaha lapis talas sangkuriang adalah produk oleh-oleh khas daerah, sehingga strategi pemasaran yang dipilih adalah eksklusifitas produk yang hanya bisa didapat di daerah Bogor dan sekitarnya. Ekspansi usaha yang dilakukan adalah memperbanyak variasi rasa lapis menyesuaikan dengan selera zaman dan juga membuka usaha sejenis di daerah lain tetap dengan membidik potensi unggulan daerah seperti misalnya bakpia kukus tugu di Yogyakarta, lapis kukus pahlawan di Surabaya dan bolu susu di Lembang.

f. Pelatihan SDM

Berbagai program pelatihan diberikan pada karyawan maupun reseller dengan tujuan memperkuat usaha. Bagi reseller contohnya diberikan pelatihan dan coaching tentang program perbaikan fasilitas atau toko reseller, membuat kompetisi untuk mengembangkan toko mereka (seperti lomba dan memberikan target penjualan). Pelatihan reseller atau mitra diadakan setiap bulannya, bagaimana cara melatih *frontliner*, menarik pembeli dan belajar mengenai sistem penjualan.

Tabel 3.1 Sintesa Model Gender Lapis Talas Sangkuriang

Model Pemberdayaan					
Permodalan	Pemasaran	Pengembangan Usaha	Pengolahan/Produksi	Peran Perempuan	Pelatihan
Mengembangkan Kemitraan dengan badan usaha (pemerintah, perbankan & swasta)	- Menambah jumlah reseller/agen - Mengembangkan Sistem penjualan online	- Bekerja sama dengan produsen bahan baku - Mengembangkan jejaring petani talas binaan	- Pelaksanaan Quality Control yang konsisten	- Melibatkan perempuan pada setiap proses produksi	- Pelatihan tentang SOP produksi kepada seluruh karyawan

## 2. Pusat Oleh-Oleh Priangan Sari

Usaha oleh-oleh khas Jawa Barat “Priangan Sari” merupakan salah satu hal yang pada awalnya hanya coba-coba. Namun, saat ini usaha tersebut berhasil berkembang menjadi sangat maju dan pesat. Kini, priangan sari menjadi salah satu usaha sentra oleh-oleh khas Jawa Barat yang diperhitungkan. Dewi *owner* dari priangan sari menekankan inovasi dan pantang menyerah merupakan kunci yang membuat usaha yang dijalkannya ini menjadi sukses seperti saat ini.

Gambar 3.2 Salah Satu Outlet Priangan Sari di Sudut Kota Bogor



### a. Peran Perempuan

Berdirinya priangan sari diawali Dewi dengan membuka usaha warung oleh-oleh. Seiring dengan berjalannya waktu pembeli pun

semakin banyak dan dapat membeli tanah sebelah untuk meluaskan tokonya. Pada akhirnya lokasi usahanya pun berkembang dalam dua tahun bisa ada tambahan tiga toko.

Peran Dewi sebagai pemilik sekaligus pemasar sangat kental sekali dalam pengembangan bisnis ini. Dengan bertambahnya toko tentu berbanding lurus dengan kebutuhan jumlah karyawan. Tidak dipungkiri untuk tenaga memang masih sebagian besar dari kaum laki-laki. Namun untuk memajukan usaha oleh-oleh ini, pemberdayaan perempuan sudah ditingkatkan dengan penambahan outlet yang khusus diperbanyak dari kaum perempuannya sampai sekitar 30 persen khususnya untuk divisi bakery.

b. Permodalan

Modal awal dari usaha ini kurang lebih sebesar Rp.500 ribu. Untuk modal pendamping, dengan bantuan bank sebagai sebuah solusi usaha. Seiring berjalannya waktu akhirnya banyak supplier yang menitipkan barang di priangan sari tidak hanya oleh-oleh khas Bandung atau Bogor tapi meliputi oleh-oleh khas daerah lain.

Untuk meningkatkan kapasitas bisnis priangan sari pun memanfaatkan modal pinjaman dari bank kemudian dikhususkan untuk tanah dan bangunan (perluasan toko).

c. Produksi

Usaha ini semula dilakukan dengan hanya menjual barang titipan dari *supplier*. Dengan semakin berkembangnya usaha dan melihat barang yang laku jual pada jenis usaha kripik tempe. Diikuti dengan insting melihat kemungkinan tenaga atau karyawan yang dapat diberdayakan untuk memproduksi bahan baku kripik tempe dapat memungkinkan untuk memproduksi sendiri. Akhirnya usaha yang dikembangkan melebar ke usaha produksi bahan mentah tempe sampai pada bahan jadi kripik tempe.

d. Pemasaran

Awal berdirinya usaha ini sistem pemasarannya dengan cara tradisional melalui info dari mulut ke mulut. Lokasi usaha yang berada di pinggir jalan juga secara tidak langsung mampu meningkatkan penjualan lebih tinggi karena akses untuk memasarkan menjadi lebih mudah.

Setelah sukses di Bandung akhirnya pemasaran dilakukan dengan membuka outlet baru. Dengan sistem manajemen yang semakin modern, dengan beberapa divisi yaitu divisi keuangan, divisi SDM, divisi audit, divisi produksi, divisi GA, sistem pemasaran pun bergerak ke arah modern. Meskipun belum gencar dilakukan, pemasaran berbasis teknologi sudah mulai digerakkan.

e. Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha merupakan suatu cara yang harus dilakukan oleh usaha mikro dan kecil agar terus berkembang dan berkelanjutan dalam menjalankan usahanya. Dari usaha Kasaba, Miwiti Tahu Bakso dan Mochibo, berbagai cara pengembangan usaha dapat dilakukan seperti: bekerja sama dengan produsen bahan baku, mengembangkan jejaring petani binaan, meningkatkan kapasitas produksi, merekrut tenaga marketing dan memperluas jaringan melalui media sosial.

f. Pelatihan SDM

Berbagai pelatihan SDM diperlukan bagi pelaku usaha mikro dan kecil untuk mengembangkan kemampuan dan kompetensi mereka dalam menjalankan usaha. Pelatihan yang diberikan dapat berupa: pelatihan produksi, pemasaran, kemasan produk, dan bentuk pelatihan lainnya. PEKKA juga memberikan pendampingan pelatihan usaha kepada para perempuan pelaku usaha mikro dan kecil. Diharapkan melalui pendampingan ini, para perempuan ini dapat meningkatkan kapasitas yang dimiliki dalam mengembangkan produksi usaha.

Tabel 3.2 Sintesa Model Gender Priangan Sari

Model Pemberdayaan					
Permodalan	Pemasaran	Pengembangan Usaha	Pengolahan/Produksi	Peran Perempuan	Pelatihan
- Optimalisasi asset	- Ekspansi pasar dalam negeri dan luar negeri - Memaksimalkan pemasaran melalui media sosial	Memperluas jejaring petani binaan untuk bahan baku	- Menambah Outlet - Menggunakan alat/mesin	meningkatkan pemberdayaan pegawai perempuan diatas 30% (Menambah outlet yang khusus pegawai perempuan)	- Pelatihan tentang SOP produksi dan pelayanan kepada seluruh karyawan - Pelatihan penggunaan teknologi informasi

### 3. PEKKA (Yayasan Pemberdayaan Perempuan Kepala Keluarga)

PEKKA merupakan suatu Yayasan Pemberdayaan Perempuan Kepala Keluarga yang awal mulanya berdiri dan bekerja di Aceh pada tahun 2000 dengan mendampingi para janda korban konflik yang berada di Aceh. PEKKA saat ini sudah berubah menjadi organisasi yang mempunyai anggota berstatus perempuan kepala keluarga dalam upaya menjamin kehidupan perekonomian rumah tangga mereka. PEKKA bisa dianggap sebagai organisasi yang mewakili rumah tangga dimana perempuan menjadi kepala rumah tangganya.

Tabel 3.3 Sintesa Model Gender Miwiti Tahu Bakso

Model Pemberdayaan					
Permodalan	Pemasaran	Pengembangan Usaha	Pengolahan/Produksi	Peran Perempuan	Pelatihan
- Crowdfunding - CSR - Perbankan - Lembaga Pembiayaan - Koperasi - Program Asuh (asosiasi, pemerintah, BUMN/BUMD)	- Optimalisasi saluran distribusi - Meningkatkan penjualan langsung - Pemerintah membantu memasarkan hasil produksi - Penyesuaian harga jual - Mengembangkan Sistem penjualan online	- Meningkatkan kapasitas produksi - merekrut tenaga marketing - Memperluas jaringan melalui media sosial	- Menggunakan alat/mesin yang lebih modern - Penambahan tenaga kerja (chef) - Lokasi tempat produksi yang memadai	- memperbanyak kapasitas pegawai perempuan	- Pelatihan ekspansi pemasaran - Pelatihan pengoperasian alat/mesin produksi - Pelatihan pengemasan produk

Di lingkup Kota Bogor, PEKKA memberikan pendampingan kepada beberapa perempuan yang berjiwa *entrepreneurship* dan memiliki keinginan meningkatkan perekonomian keluarga dengan berwirausaha. Beberapa usaha yang telah didampingi oleh PEKKA di Kota Bogor, antara lain: Kasaba (Kreativitas Anak Bangsa) yang bergerak di bidang kerajinan bambu dan timbangan posyandu, miwiti yang menjual produk tahu bakso dan mochibo yang bergerak di usaha penjualan kue mochi khas Bogor.

*Gambar 3.3 Produk Kasaba salah satu binaan PEKKA Bogor*



Kendala yang dialami berbagai usaha yang diawali dari inisiatif perempuan tersebut sebagian besar terletak dari masalah pembiayaan di modal awal usaha. Modal usaha yang minim dapat menjadi kendala tapi bukan hambatan yang menghentikan jalannya usaha, melainkan tantangan yang perlu dicarikan jalan keluarnya. Selain itu dari sisi produksi dan pemasaran juga mempunyai karakteristik kendala yang beranekaragam tetapi mengerucut pada permasalahan sama yang sering dihadapi usaha kecil dan menengah. Berikut beberapa kondisi usaha kecil dan menengah yang digawangi oleh perempuan dilihat dari empat usaha yang berjalan di Kota Bogor, yaitu: Kasaba, Miwiti Tahu Bakso dan Mochibo.

a. Peran Perempuan

Peran perempuan sangat besar dalam berjalannya usaha di Kasaba, Miwiti Tahu Bakso dan Mochibo. Peran tersebut dari inisiatif perempuan untuk mendirikan usaha tersebut, yang sebagian besar dipengaruhi oleh faktor keinginan meningkatkan perekonomian keluarga. Peran perempuan disini sangat penting sebagai motor penggerak usaha kecil yang dirintis, dengan berbagai alasan yang berbeda tetapi usaha terus bisa dimulai. Alasan penunjang perekonomian keluarga menjadi alasan yang umum ketika seorang perempuan memulai usaha kecil yang didirikan, mencukupi kebutuhan keluarga untuk membantu suami merupakan motivasi utama yang menjadi dasar seorang perempuan berusaha.

Selain sebagai inisiator usaha kecil tersebut, berbagai peran perempuan lainnya juga terlibat dalam berbagai aktivitas usaha kecil tersebut, salah satunya menjadi pegawai usaha kecil tersebut. Dari usaha kecil yang dirintis akan berkembang dari segala sisi usaha, sehingga membutuhkan pegawai untuk menggerakkan usaha tersebut. Dengan ketelitian dan daya detail yang dimiliki, pegawai perempuan juga mempunyai peran dalam mengembangkan usaha kecil tersebut. Walaupun secara umum, jenis usaha di Kasaba, Miwiti Tahu Bakso dan Mochibo masih membutuhkan pegawai laki-laki untuk menunjang jalannya usaha terutama dari sisi teknis dan operasional.

b. Permodalan

Modal usaha yang minimal merupakan salah satu kendala dan tantangan bagi perempuan dalam memulai usaha kecilnya. Tanpa adanya modal yang besar, mereka berani mencoba untuk terus berusaha agar usaha kecil yang dirintisnya dapat berjalan. Modal yang dimaksud tersebut hanya didukung berbagai kemauan, kemampuan dan keterampilan yang dimiliki. Dengan hal tersebut, usaha kecil yang dijalankan bisa terus menerus berjalan dan bisa meningkatkan produksi.

Usaha di Kasaba, Miwiti Tahu Bakso dan Mochibo sebagian besar dimulai dari modal yang kecil karena memang usahanya dimulai dari perorangan yang tanpa didukung modal yang besar. Bahkan Kasaba dan Miwiti Tahu Bakso memulai usaha dengan hanya bermodal Rp.500 ribu. Melalui berbagai usaha, mereka berusaha untuk memutar modal dan mencari pinjaman lunak agar usaha yang dilakukan terus berkembang.

Tabel 3.4 Sintesa Model Gender Kasaba

Model Pemberdayaan					
Permodalan	Pemasaran	Pengembangan Usaha	Pengolahan/Produksi	Peran Perempuan	Pelatihan
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crowdfunding</li> <li>- CSR</li> <li>- Perbankan</li> <li>- Lembaga Pembiayaan</li> <li>- Koperasi</li> <li>- Program Asuh (asosiasi, pemerintah, BUMN/BUMD)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuka outlet produk kerajinan</li> <li>- Optimalisasi saluran distribusi</li> <li>- Meningkatkan penjualan langsung (Ready Stock)</li> <li>- menyasar ketempat-tempat wisata/tempat ramai lainnya</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meningkatkan kapasitas produksi</li> <li>- Memperluas jaringan melalui media sosial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meningkatkan kualitas produk</li> <li>- Menambah kapasitas produksi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>perluanya dukungan untuk tenaga administrasi dan pemasaran.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pelatihan kepada pegawai untuk mengukir dan melukis</li> </ul>

#### c. Produksi

Dengan modal yang minim, maka produksi awal yang dilakukan di Kasaba, Miwiti Tahu Bakso dan Mochibo juga belum maksimal. Produksi kecil-kecilan mulai dirintis agar usaha terus berputar dan membuahkan hasil. Kasaba memulai usaha dengan membuat suatu kerajinan bambu yang bermodal satu batang bambu dengan harga Rp.20 ribu. Tetapi karena alat produksi yang dimiliki masih minim maka per-hari hanya bisa memproduksi 5 celengan dari bambu. Miwiti Tahu Bakso lebih memproduksi tahu bakso khas bogor. Kemudian untuk Mochibo, melakukan modifikasi mochi khas bogor dengan salah satu varian isi pala dan nanas.

#### d. Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu langkah strategis ketika melakukan suatu usaha, baik lingkup besar atau kecil dari usaha yang dilakukan.

Pemasaran dilakukan sebagai bentuk usaha untuk memperkenalkan atau mempromosikan hasil usaha kepada calon pelanggan. Kasaba, Miwiti Tahu Bakso dan Mochibo yang merupakan usaha mikro dan kecil, awal mula melakukan pemasaran dengan cara *door to door* dan menjual barang yang dihasilkannya melalui tempat penjualan yang dimiliki. Melalui cara yang tradisional tersebut dianggap sebagai cara yang paling efektif ketika memulai usaha.

Pemasaran dari usaha mikro dan kecil tersebut selama ini masih sangat terbatas. Misalnya Kasaba dalam melakukan pemasaran juga mengikuti pameran dan Lomba UP2K (Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga), diharapkan dengan mengikuti kegiatan tersebut dapat meningkatkan usaha pemasaran.

Tabel 3.5 Sintesa Model Gender Mochibo

Model Pemberdayaan					
Permodalan	Pemasaran	Pengembangan Usaha	Pengolahan/Produksi	Peran Perempuan	Pelatihan
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crowdfunding</li> <li>- Perbankan</li> <li>- Lembaga Pembiayaan</li> <li>- Koperasi</li> <li>- Program Asuh (asosiasi, pemerintah, BUMN/BUMD)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Optimalisasi saluran distribusi</li> <li>- Meningkatkan penjualan langsung</li> <li>- Pemerintah membantu memasarkan hasil produksi</li> <li>- Penyesuaian harga jual</li> <li>- Mengembangkan Sistem penjualan online</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bekerja sama dengan produsen bahan baku</li> <li>- Mengembangkan jejaring petani binaan</li> <li>- Meningkatkan kapasitas produksi</li> <li>- merekrut tenaga marketing</li> <li>- Memperluas jaringan melalui media sosial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan alat/mesin</li> <li>- Penambahan tenaga kerja (chef)</li> <li>- Lokasi tempat produksi yang memadai</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menambah kapasitas pegawai perempuan untuk setiap tahapan produksi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pelatihan ekspansi pemasaran</li> <li>- Pelatihan pengoperasian alat/mesin produksi</li> <li>- Pelatihan pengemasan produk</li> </ul>

#### e. Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha merupakan suatu cara yang harus dilakukan oleh usaha mikro dan kecil agar terus berkembang dan berkelanjutan dalam menjalankan usahanya. Dari usaha Kasaba, Miwiti Tahu Bakso dan Mochibo, berbagai cara pengembangan usaha dapat dilakukan seperti: bekerja sama dengan produsen bahan baku, mengembangkan jejaring petani binaan, meningkatkan kapasitas produksi, merekrut tenaga marketing dan memperluas jaringan melalui media sosial.

f. Pelatihan SDM

Berbagai pelatihan SDM diperlukan bagi pelaku usaha mikro dan kecil untuk mengembangkan kemampuan dan kompetensi mereka dalam menjalankan usaha. Pelatihan yang diberikan dapat berupa: pelatihan produksi, pemasaran, kemasan produk, dan bentuk pelatihan lainnya. PEKKA juga memberikan pendampingan pelatihan usaha kepada para perempuan pelaku usaha mikro dan kecil. Diharapkan melalui pendampingan ini, para perempuan ini dapat meningkatkan kapasitas yang dimiliki dalam mengembangkan produksi usaha.

## B. Provinsi DI Yogyakarta

Pengumpulan data di Provinsi DI Yogyakarta dilakukan dengan mengadakan *Focus Group Discussion* (FGD) dan melakukan observasi langsung ke lokus. Data yang ditemukan di Provinsi DI Yogyakarta terdiri dari Desa Prima dan usaha bidang olahan bahan baku ikan yaitu Desa Prima Teguh Makaryo dan Desa Prima (Trimanunggal Argorejo dan Gadingsari Makmur) dan Usaha Fania Food.

### 1. Desa Prima Teguh Makaryo

Desa Prima Teguh Makaryo merupakan sebuah kelompok usaha tingkat desa yang berada di Kelurahan Brontokusuman Kecamatan Mergangsan Kota Yogyakarta. Kehadiran kelompok usaha teguh makaryo ini didasari oleh keinginan dari warga brontokusuman terutama ibu-ibu dan perempuan disana untuk dapat lepas dari jeratan kemiskinan yang telah menjadi ciri khas daerah tersebut terlebih lagi keberadaan bank keliling yang pada saat itu memang sangat menjamur semakin membuat warga terjebak dalam lingkaran setan kemiskinan. Bak gayung bersambut, pada saat itu pun pemerintah sedang menggalakan program Desa Prima yang diinisiasi oleh Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KPPPA) untuk memberdayakan kaum perempuan agar dapat mandiri secara ekonomi khususnya untuk perempuan korban kekerasan, pelecehan dan perempuan *single parent*.

Gambar 3. 4 Kunjungan ke Salah Satu Unit Usaha Desa Prima Teguh Makaryo



Setelah berjalan kurang lebih sepuluh tahun Desa Prima Teguh Makaryo memiliki andil yang cukup besar terhadap perbaikan ekonomi bagi warga di Kelurahan Brontokusuman. Setiap anggota memiliki usaha yang variatif tergantung pada keahlian mereka masing-masing. Meskipun sudah berjalan dengan baik, namun masih ada beberapa aspek yang harus di perbaiki dan dapat dikembangkan lebih baik lagi. Ada beberapa aspek yang masih harus ditambah dan ditingkatkan di Desa Prima Teguh Makaryo agar dapat lebih memberikan penguatan terhadap proses bisnis yang selama ini telah dilakukan oleh para anggota Desa Prima Teguh Makaryo.

a. Peran Perempuan

Keberadaan desa prima terbukti berhasil meningkatkan peran perempuan dalam menghidupkan perekonomian di Kelurahan Brotokusuman. Perempuan tidak hanya menjadi objek tetapi sudah menjadi subjek dalam menggerakkan perekonomian, tidak sedikit yang berhasil menjalankan usahanya meskipun dengan sarana dan prasarana yang terbatas. Hal ini dapat dilihat dari beberapa hasil produksi yang sebagian besar kerajinan tangan yang dijual di sekitaran Kota Yogyakarta.

Namun, seiring dengan berjalannya waktu perlu dilakukan peningkatan kapasitas dari para anggota desa prima tersebut untuk menghadapi perkembangan dunia usaha yang bergerak dengan sangat cepat. Untuk dapat meningkatkan kapasitas para anggota yang harus dilakukan adalah merubah *mindset* terlebih dahulu.

Pada saat mereka memulai atau masuk ke dalam kelompok teguh makaryo *mindset* awal yang ada di pikiran mereka adalah bagaimana cara untuk dapat bertahan hidup. Namun, saat ini *mindset* tersebut harus diubah untuk dapat melakukan hal yang lebih baik lagi. Karena sebagian besar anggota justru seakan-akan 'terjebak' dengan rutinitas yang mereka lakukan. Usaha dan upaya yang dilakukan semakin berat namun hasil yang diperoleh sama saja. Oleh karena itu, pengembangan kapasitas dari anggota merupakan suatu hal yang sangat penting bagi para anggota desa prima teguh makaryo agar dapat lepas dari 'jebakan' yang seolah-olah mereka buat sendiri.

b. Permodalan

Dalam mengelola keuangannya desa prima teguh makaryo memiliki sistem simpan-pinjam tanggung renteng. Disini keuntungannya adalah setiap anggota dapat saling membantu dan mengingatkan karena jika ada satu anggota yang mengalami kredit macet maka akan berdampak pada anggota lainnya yang tidak dapat mengambil pinjaman.

Hal ini membuat sebagian besar anggota tidak berani mengambil pinjaman lagi untuk melakukan ekspansi usaha yang dilakukannya. Karena mereka memiliki *mindset* takut tidak dapat mengembalikan uang pinjaman tersebut yang berdampak kepada seluruh anggota. Hal ini pula yang membuat mereka takut untuk mengajukan pinjaman lunak ke lembaga pembiayaan seperti bank dan koperasi sehingga menyebabkan sangat sulitnya melakukan ekspansi dan pengembangan usaha seperti membeli mesin, perlengkapan dan sarana pendukung lainnya karena kekurangan modal.

c. Produksi

Produksi yang dilakukan oleh para anggota desa prima masih manual sehingga waktu untuk proses produksi menjadi cukup lama, kualitas produksi yang terkesan seadanya dan kapasitas produksi dihasilkan juga terbatas. Untuk mempercepat, meningkatkan kualitas dan meningkatkan kapasitas produksi diperlukan peralatan modern dengan membeli mesin. Oleh karena itu, disini dituntut peran pemerintah untuk memberikan pemahaman dan pengelolaan dana pinjaman untuk melakukan ekspansi usaha. Disamping itu anggota juga harus tetap memperhatikan kualitas produk dan mengikuti perkembangan zaman, agar produk yang mereka hasilkan tetap dapat diterima di pasar.

d. Pemasaran

Salah satu hal yang membuat perkembangan usaha anggota desa prima terasa berjalan ditempat adalah karena pemasaran yang dilakukan masih terbatas menjual barang hasil produksi ke toko oleh-oleh ke pasar. Disamping itu untuk harga pun yang menetapkan adalah pembeli, para anggota tidak memiliki power untuk menentukan harga barang yang mereka hasilkan.

Oleh karena itu, untuk dapat menyelesaikan permasalahan ini adalah dengan memperluas jaringan pemasaran. Ada beberapa alternatif metode pemasaran yang dapat dilakukan antara lain mengoptimalkan saluran distribusi, tidak hanya terpaku pada toko oleh-oleh yang ada di pasar, memanfaatkan internet untuk melakukan pemasaran produk untuk dapat menyesuaikan harga jual produksi. Pemerintah juga harus membantu memasarkan hasil produksi dari para anggota.

e. Pengembangan Usaha

Jika para anggota telah menjalankan rekomendasi diatas, tahap selanjutnya adalah melakukan pengembangan usaha. Hal yang paling utama untuk melakukan pengembangan usaha adalah dengan meningkatkan kualitas dan kapasitas produksi. Disamping itu pemberian



merk dagang juga dapat memberikan nilai tambah produk. Melakukan diversifikasi produk juga merupakan salah satu cara untuk memperluas segmen pasar yang dituju.

Setelah hal tersebut dilakukan hal selanjutnya adalah memperluas pasar dengan memanfaatkan internet sebagai sarana memperluas pasar. Karena penggunaan internet pada era saat ini di masyarakat merupakan suatu kebutuhan sehingga potensi untuk mengembangkan usaha juga akan menjadi semakin besar.

f. Pelatihan SDM

Minimnya pengetahuan dan pemahaman tentang wirausaha bagi kelompok usaha teguh makaryo, membuat sebagian besar dari anggota 'terjebak' dengan kegiatan yang memakan waktu dan tenaga namun pendapatan yang dihasilkan tidak sebanding dengan usaha yang dilakukan.

Ada beberapa pelatihan yang sangat penting dan harus dilakukan oleh kelompok usaha teguh makaryo seperti pelatihan perubahan *mindset*, karena seperti diketahui *mindset* para anggota adalah yang penting kebutuhan dasar mereka dapat terpenuhi hal ini yang harus diubah. Karena sesungguhnya mereka dapat melakukan hal yang lebih besar dan lebih menghasilkan dibandingkan dengan yang mereka lakukan saat ini. Jika pelatihan pengubahan *mindset* ini telah dilakukan ada beberapa pelatihan lagi yang dapat dilakukan untuk dapat meningkatkan kapasitas anggota seperti pelatihan tentang kewirausahaan, pelatihan peningkatan motivasi dan pelatihan penggunaan dan penerapan teknologi informasi.

Tabel 3. 6 Sintesa Model Gender Desa Prima Teguh Makaryo

Model Pemberdayaan					
Permodalan	Pemasaran	Pengembangan Usaha	Pengolahan/Produksi	Peran Perempuan	Pelatihan
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crowdfunding</li> <li>- CSR</li> <li>- Perbankan</li> <li>- Lembaga Pembiayaan</li> <li>- Koperasi</li> <li>- Program Asuh (asosiasi, pemerintah, BUMN/BUMD)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Optimalisasi saluran distribusi</li> <li>- Meningkatkan penjualan langsung</li> <li>- Pemerintah membantu memasarkan hasil produksi</li> <li>- Penyesuaian harga jual</li> <li>- Pembuatan merk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Meningkatkan kapasitas produksi (mengingat permintaan yang tinggi)</li> <li>- Memperluas jaringan melalui media sosial</li> <li>- Diversifikasi produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan alat/mesin</li> <li>- Meningkatkan kualitas hasil produksi</li> <li>- Model mengikuti perkembangan zaman (tren)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Peningkatan kapasitas keterampilan pelaku usaha</li> <li>- Mengubah mindset untuk percaya diri</li> <li>- Peningkatan status kepemilikan (menjadi pemilik usaha)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pelatihan perubahan mindset</li> <li>- Pelatihan peningkatan motivasi</li> <li>- Pelatihan wirausaha</li> <li>- Pelatihan penggunaan teknologi informasi</li> </ul>

## 2. Fania Food

Fania Food adalah industri yang mengolah aneka produk olahan dengan bahan baku Ikan. Industri ini pertama kali didirikan di Kota Yogyakarta pada tahun 2008. Saat ini Fania Food telah memiliki sepuluh orang tenaga pengolah, satu orang tenaga packaging, dua orang tenaga marketing dan satu orang admin.

Gambar 3. 5 Kunjungan ke Fania Food bersama Owner



Beberapa jenis olahan produk yang dihasilkan dari industri *fania food* terdiri dari bakpao ikan, bakso ikan, bakwan ikan, bandeng presto, bolab-bola cumi, bola ikan isi keju, ekado, galantin bandeng, kaki naga ikan, lumpia ikan, nugget ikan, nugget ikan bulat, otak-otak ikan, otak-otak bandeng, sate nugget udang, siamay ikan, sosis ikan, stick cumi, stick udang, tahu bakso. Produk *fania food* terdistribusi ke masyarakat luas diantaranya konsumen secara langsung seperti supermarket, hotel, rumah sakit, katering, sekolah dan pondok pesantren.

a. Peran Perempuan

Peran perempuan dalam *fania food* sudah cukup maksimal. Seperti diketahui inisiator dari *fania food* adalah Heni yang merupakan seorang perempuan. Begitu pula untuk orang-orang yang dipekerjakan oleh *fania food* sebagian besar adalah perempuan yang merupakan ibu-ibu warga sekitar.

Hal yang dapat ditingkatkan lagi adalah meningkatkan kapasitas dan perubahan *mindset* bagi para pekerja perempuan di *fania food*. Karena yang ada selama ini mereka hanya bekerja untuk memenuhi kebutuhan dasar saja, tidak ada keinginan untuk lebih berkembang dan upaya untuk meningkatkan taraf hidup yang lebih baik.

b. Permodalan

Permodalan *fania food* saat ini masih bersumber pada kas internal. Dengan melihat kapasitas produksi yang cukup besar sudah sepatutnya *fania food* dapat memanfaatkan sumber permodalan lain untuk melakukan ekspansi. Beberapa alternatif pendanaan yang dapat dimanfaatkan oleh *fania food* antara lain pinjaman perbankan, koperasi, mitra strategis (*Joint Venture*) ataupun investor.

c. Produksi

Proses produksi di *fania food* menggunakan GMP (*Good Manufacturing Practices*) dan SSOP (*Standard Sanitation Operational Procedure*). Kuota produksi rata-rata per hari mencapai 150 kg atau sekitar 600 paket olahan. Semua kebutuhan produk olahan ikan dipenuhi

dari beberapa wilayah di Jawa Tengah seperti Semarang, Boyolali, dan sekitarnya.

Penggunaan alat atau mesin produksi masih belum sepenuhnya full otomatisasi mesin, dan jenis mesin yang dipergunakan masih sederhana yang menghasilkan *output* tidak terlalu besar. Dalam industri pengolahan produk ikan, dikenal beberapa jenis mesin produksi yang mempunyai kategori atau tingkat kapasitas. Semakin besar tingkat kapasitas mesin, semakin besar pula hasil *output* yang dihasilkan.

d. Pemasaran

Metode untuk melakukan pemasaran *fania food* menggunakan tiga system kemitraan yaitu distributor, keagenan dan reseller. Distributor merupakan level tertinggi dari sistem kemitraan yang dijalankan oleh *fania food*, untuk menjadi distributor mitra harus melakukan pembelanjaan pertama sebesar Rp.10 juta rupiah, dengan hal tersebut mitra akan mendapatkan harga diskon hingga 25 persen dari harga jual. Untuk mitra keagenan pembelian pertama minimal sebesar Rp.1 juta rupiah dan mitra akan mendapatkan diskon sebesar 20 persen dari harga jual. Sementara untuk reseller pembelian pertama minimal Rp.500 ribu dengan mendapatkan diskon sebesar 10 persen dari harga jual.

e. Pengembangan Usaha

Untuk aspek pengembangan usaha *fania food* telah melakukan salah satu cara untuk dapat melakukan pengembangan bisnisnya yaitu dengan cara melakukan diversifikasi produk. Hasil olahan ikan yang sebelumnya hanya mengandalkan otak-otak ikan bandeng kini telah menghasilkan belasan produk hasil olahan ikan. Untuk dapat memperluas pasar *fania food* harus lebih berani lagi untuk melakukan pengembangan. Salah satunya dengan diversifikasi produk menggunakan bahan baku non ikan untuk memperbanyak produk yang dihasilkan.

Selain itu hal lain yang dapat dilakukan adalah mencoba melakukan ekspansi pasar dengan menggunakan internet terutama media sosial dan

*marketplace* online. Karena aktivitas jual-beli secara online saat ini bukan lagi merupakan gaya hidup namun sudah menjadi sebuah kebutuhan bagi beberapa kalangan.

f. Pelatihan SDM

Berbagai pelatihan perlu dilakukan fania food dalam mengembangkan jenis usaha yang di berjalan saat ini. Berbagai pelatihan perlu diberikan dan diikuti baik kepada pemilik usaha seperti dalam bentuk pelatihan management, pelatihan kewirausahaan berstandar nasional dan internasional, pelatihan leadership dan untuk kepada staf dalam bentuk pelatihan teknis seperti pengepakan secara modern, marketing, pelatihan pengoperasian dan perbaikan alat produksi.

Semua jenis pelatihan ini dalam rangka meningkatkan kualitas SDM baik secara managerial dan teknis sehingga diharapkan mampu untuk bekerja dan berkarya secara maksimal sesuai bakat dan talenta yang dimilikinya.

Tabel 3. 7 Sintesa Model Gender Fania Food

Model Pemberdayaan					
Permodalan	Pemasaran	Pengembangan Usaha	Pengolahan/Produksi	Peran Perempuan	Pelatihan
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perbankan</li> <li>- Investor</li> <li>- Kemitraan</li> <li>- Koperasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ekspansi pasar dalam negeri</li> <li>- Memaksimalkan pemasaran melalui media sosial</li> <li>- Penguatan distributor, agen dan reseller</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diversifikasi produk</li> <li>- Memperluas pemasok bahan baku</li> <li>- Meningkatkan kapasitas produksi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan alat/mesin yang lebih modern</li> <li>- Penambahan tenaga kerja wanita muda</li> <li>- Lokasi tempat produksi yang memadai</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Peningkatan kapasitas keterampilan pemilik</li> <li>- Mengubah mindset untuk percaya diri</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pelatihan ekspansi pemasaran</li> <li>- Pelatihan pengoperasian alat/mesin produksi</li> <li>- Pelatihan pengemasan produk</li> </ul>

### 3. Desa Prima Trimanunggal dan Gading Sari Makmur

Bantul sebagai salah satu wilayah yang melaksanakan program desa prima dihadiri oleh dua kelompok penggerak yakni desa prima trimanunggal argorejo dan desa prima gading sari makmur. Permasalahan yang dialami dalam pelaksanaan program nyaris sama. Latar belakang para pelaku yang merasa hanya sekedar membantu ekonomi keluarga sehingga menilai program pemodalan melalui desa prima dianggap sebagai angin segar.

Memang desa tersebut tergolong desa yang miskin dan perempuan cenderung menganggur. Untuk desa prima trimanunggal argorejo mengedepankan potensi ikan nila yang ada di desa dan hasil pancingan para suami yang kemudian dijadikan nila krispi. Sedangkan desa prima gading sari makmur lebih kepada oleh-oleh dari desa seperti udang, kacang tanah, rebon, kedelai hitam yang diolah menjadi makanan ringan rempeyek dengan 21 jenisnya.

Gambar 3. 6 FGD Penggalan Data Gender di Kota Yogyakarta (30/7/18)



a. Peran Perempuan

Desa prima mendorong masyarakat di perdesaaan terutama kaum perempuan untuk mulai mengambil peran untuk kesejahteraan keluarganya. Para perempuan yang diberikan pengarahan terkait desa prima tersebut oleh Badan Pemberdayaan Perempuan dan Masyarakat (BPPM) Provinsi Yogyakarta memiliki keinginan untuk membantu perekonomian keluarga. Kelompok kerja yang terdiri dari 24-25 orang perempuan saat ini mampu memperlihatkan perannya dalam menghidupi perekonomian keluarga dan lingkungan sekitar.

Desa Prima Trimanunggal Argorejo memilih membentuk Lembaga Keuangan Mikro (LKM) untuk dikelola anggotanya dalam berbagai usaha dengan usaha. Sedangkan Desa Prima Gadingsari Makmur lebih tertuju pada unit usaha unggulan yang dikelola bersama sehingga menjadi usaha oleh-oleh khas desa. Proses produksi usaha ini melibatkan para ibu-ibu sekitar terutama para manula yang masih sigap dan semangat untuk berusaha.

Salah satu kelompok usaha (Peyek Miroso Ibu Supardila) bahkan mempekerjakan 20 wanita sekitar desa untuk membangun usaha rumahan dari program desa prima ini. Dari usaha yang dikembangkan para perempuan ini, meski terjadi kemajuan yang pesat ternyata memiliki permasalahan di pemasaran yang bersifat tradisional dan menunggu pembeli datang.

b. Permodalan

Desa prima memberikan modal yang beragam untuk dikelola oleh para perempuan desa. Desa Prima Trimanunggal Argorejo menerima modal Rp. 37,5 juta dari pemerintah daerah yang dikelola melalui lembaga keuangan mikro yang beranggotakan 24 orang perempuan yang mengembangkan berbagai usaha rumahan seperti berbagai aneka makanan. Dana tersebut terus berputar diantara para anggotanya untuk mengembangkan usaha. Desa prima ini mendapatkan bantuan dana dari

program dana desa untuk permodalan sebesar Rp.10 juta dan juga CSR dari Bank Pembangunan Daerah (BPD) sebesar Rp. 50 juta.

Desa prima Gadingsari Makmur menerima dana Rp. 37,5 juta yang dikelola oleh anggotanya dalam bentuk berbagai jenis usaha terutama pembuatan rempeyek dengan berbagai varian. Bahan yang menjadi embrio usaha saat itu terdiri dari dua macam varian yaitu kacang tanah dan kedele hitam. Saat ini sudah ada sebanyak 21 varian rempeyek yang dikembangkan oleh desa prima.

Permodalan lain muncul dalam bentuk alat bantu produksi dari Dinas Tenaga Kerja. Selain itu UMKM juga membantu dari segi pengemasan agar menarik untuk dijual. Hal ini merupakan modal besar yang mendorong desa prima dapat berkembang pesat.

c. Produksi

Desa Prima Trimanunggal Argorejo melalui LKM membantu para anggotanya untuk mampu memproduksi dengan melibatkan masyarakat disekitarnya. Melalui dana bergilir dalam pengembangan usaha, tiap usaha khususnya usaha ikan nila yang sampai saat ini diproduksi terbatas karena bahan bakunya didapat secara terbatas. Namun, mereka dapat menciptakan variasi untuk menambah daya tarik pembeli seperti nila krispi, abon nila dan berbagai ikan lain.

Desa prima Gadingsari Makmur cukup berkembang karena variasi usaha dan produk sangat banyak. Selain itu peluang sangat besar karena berada dilingkungan pantai sehingga dapat menjadi beraneka macam oleh oleh yang bisa dijual pada para wisatawan. Bantuan alat produksi membuat produk dapat cepat dan permintaan pasar juga dapat dipenuhi. Dengan tenaga kerja yang berasal dari masyarakat desa itu sendiri, desa prima di Bantul secara signifikan mampu menaikkan taraf hidup masyarakatnya dan merubah *mindset* masyarakat yang sebelumnya malas berusaha.

d. Pemasaran

Produk desa prima memiliki sistem pemasarannya tradisional yaitu melalui info dari mulut ke mulut. Selain itu dilakukan melalui penawaran langsung kepada pembeli karena adanya objek wisata disekitar sana. Sistem pemasaran akhirnya berkembang dengan adanya bantuan untuk berjualan di kios dan kesempatan berjualan dari pemerintah daerah.

Perbankan juga membantu dari segi pemberian tempat untuk pemasaran di pusat oleh-oleh sekitar pantai. Selain itu pemerintah daerah juga memberikan tempat disekitar kantor pemerintah daerah setiap hari rabu untuk memasarkan produk unggulan dari desa prima

e. Pengembangan Usaha

Proses produksi yang melibatkan masyarakat sekitar sudah banyak membuat pengembangan usaha dengan bukti banyaknya varian produk dari kedua desa prima di Bantul ini. Namun pengembangan usaha bukan hanya soal varian yang banyak dan pemasaran yang cukup saja. Sampai saat ini pola pikir yang merasa semua yang didapat itu sudah cukup (nrimo) menjadi penghambat bagi pengembangan usaha. Adanya bantuan penyediaan tempat penjualan produk dan alat produksi dianggap sudah cukup. Padahal seharusnya bisa melakukan pemasaran keluar daerah sehingga akan lebih berkembang lagi. Pelibatan masyarakat luar desa bisa menjadi pilihan untuk pengembangan produksi dan pemasaran.

f. Pelatihan SDM

Desa prima sangat membantu perubahan taraf hidup masyarakatnya. Berbagai jenis usaha menjadikan masyarakat mampu melakukan pembuatan produk yang bisa dijual. Namun tentu saja kualitas produk harus dijaga bahkan ditingkatkan. Penyuluhan sudah dilakukan pada fase awal dan pengembangan usaha juga dilakukan. Dengan adanya variasi produk membuktikan bahwa wanita penggerak perekonomian keluarga mampu memikirkan berbagai kebutuhan pasar

yang kemungkinan akan memberikan keuntungan nantinya.

Pelatihan dari Pemda dan *sharing* pengetahuan dari mahasiswa membuat masyarakat desa mampu berproduksi lebih baik, mampu memasarkan dengan lebih cantik dan menarik. Tentu bantuan dana juga memberikan semangat masyarakatnya untuk terus mengembangkan diri dan membuktikan mereka bisa maju melalui variasi produk.

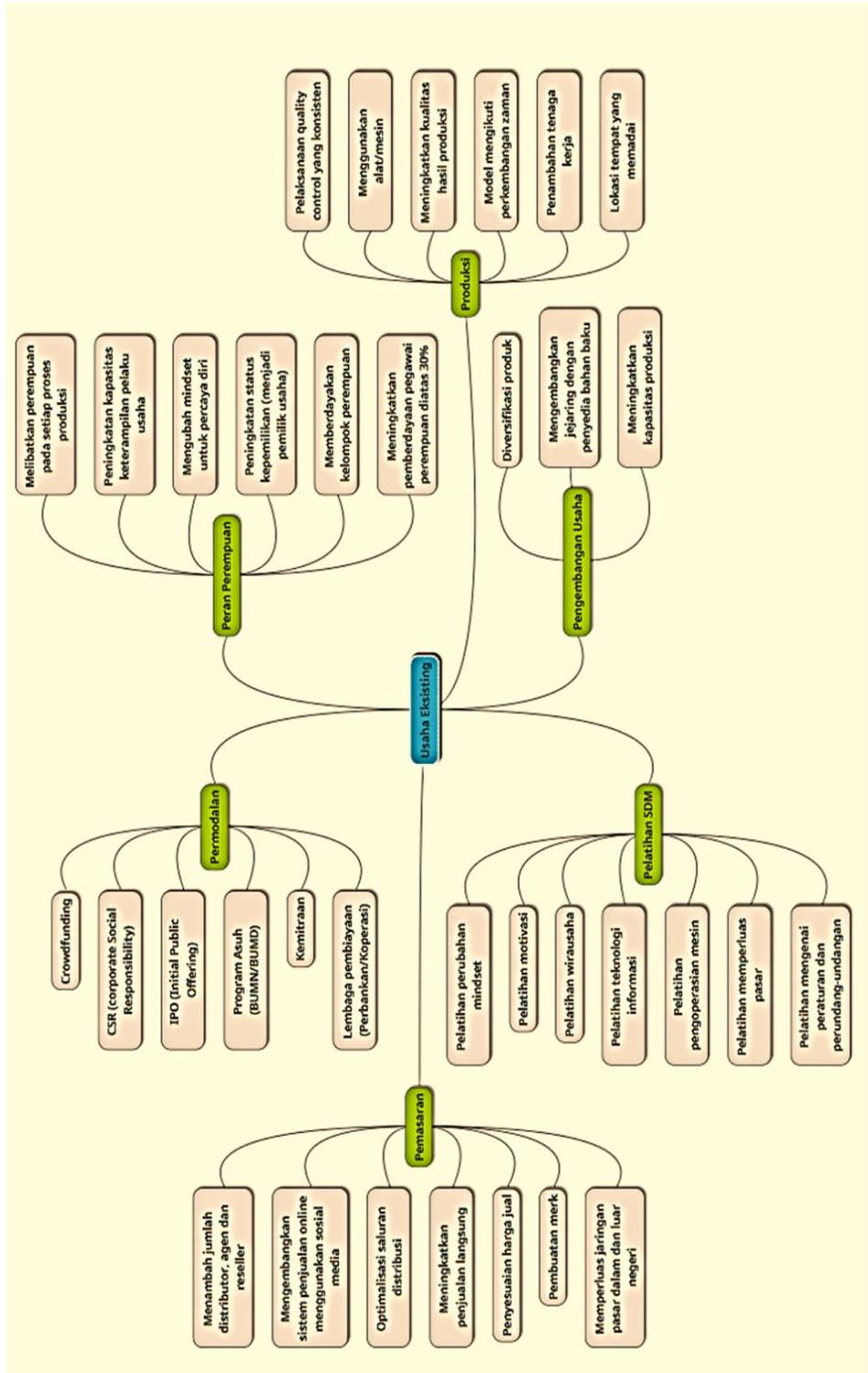
Tabel 3. 8 Sintesa Model Gender Fania Food Desa Prima Trimanunggal dan Gadingsari Makmur

Model Pemberdayaan					
Permodalan	Pemasaran	Pengembangan Usaha	Pengolahan/Produksi	Peran Perempuan	Pelatihan
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perbankan</li> <li>- Investor</li> <li>- Kemitraan</li> <li>- Koperasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menjajaki pasar Ekspor</li> <li>- Perluasan pasar dalam negeri (saluran distribusi)</li> <li>- Menambah outlet penjualan</li> <li>- Memperkuat penjualan langsung</li> <li>- Penguatan Branding</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diversifikasi produk</li> <li>- Memperluas jejaring petani kakao binaan</li> <li>- Memperluas pemasok bahan baku</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menggunakan alat/mesin yang lebih modern</li> <li>- Penambahan tenaga kerja (chef)</li> <li>- Lokasi tempat produksi yang memadai</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Melibatkan perempuan pada setiap proses produksi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pelatihan pengoperasian alat/mesin produksi</li> <li>- Pelatihan pengolahan rasa</li> </ul>

### C. Aspek Penguatan

Dari sekian banyak data yang ditemukan dari kunjungan lapangan, tim menyimpulkan bahwa aspek yang sangat mempengaruhi keberlangsungan usaha. Disamping itu hal apa saja yang dibutuhkan atau dapat dilakukan untuk memperkuat setiap aspek tersebut berikut penjelasannya adalah sebagaimana tergambar berikut ini:

Gambar 3. 7 Alternatif Aspek Pengusahaan dalam Rangka Penguatan Usaha



## 1. Aspek Peran Perempuan

### a. Melibatkan perempuan dalam setiap proses produksi

Pelibatan perempuan dalam semua proses usaha sangat penting, karena pada dasarnya inilah yang sejatinya dianggap sebagai pemberdayaan perempuan. Perempuan harus diberikan kepercayaan dan kapasitas sebagaimana potensi kodrat yang dimiliki, bukan hanya diberikan porsi pekerjaan sesuai dengan stereotip perempuan saja.

Pemerintah dalam aspek ini pun dapat memberikan fasilitasi berupa mengkoordinasikan dan mensinkronkan seluruh potensi lembaga keterampilan yang ada di daerah seperti Balai Latihan Kerja (BLK) untuk berperan memfasilitasi peningkatan keterampilan perempuan.

Sebagai contoh, program pemberdayaan perempuan di lokus desa miskin di Kabupaten Kulonprogo yaitu Desa Prima Trimanunggal Argorejo dan di Desa Prima Gadingsari Makmur telah melibatkan perempuan dalam semua proses produksinya.

Proses produksi usaha ini melibatkan para ibu-ibu sekitar terutama para manula yang masih sigap dan semangat untuk berusaha. Salah satu kelompok usaha (Peyek Miroso Ibu Supardila) bahkan mempekerjakan 20 wanita sekitar desa untuk membangun usaha rumahan dari program desa prima ini. Akan lebih baik lagi seandainya para perempuan di desa tersebut dapat meluaskan perannya dan berperan sebagai kakak asuh berikutnya bagi perempuan lain yang belum memulai usaha untuk meningkatkan pendapatan keluarga.

### b. Peningkatan kapasitas keterampilan pelaku usaha

Peningkatan kapasitas keterampilan perempuan dapat melalui pelatihan manajemen dan kreativitas produksi, pelatihan kewirausahaan, studi banding, menyediakan rumah dagang, outlet, memberikan informasi pasar, pameran perdagangan dan teknologi baru, pelatihan SDM dan teknologi. Berbagai pihak seperti pemerintah daerah Kabupaten/Kota, Perguruan Tinggi, LSM, Lembaga Kredit Mikro dan



pihak swasta dapat berperan sebagai fasilitator, pendamping, evaluator dan mitra usaha.

LSM dapat berperan sebagai fasilitator, pendamping dan evaluator. Pada sisi lain pihak swasta juga dapat berkontribusi melalui program kegiatan *Corporate Social Responsibility* mereka sebagai pihak penyandang dana dalam peningkatan keterampilan dan pendidikan.

Berbagai bentuk pelatihan mandiri telah dilakukan oleh Priangan Sari seperti pelatihan untuk para calon pensiunan, pembinaan petani untuk menggugah semangat berwirausaha. Pola ini sebagai bentuk dari CSR Priangan Sari. Selain untuk masyarakat sekitar, pelatihan untuk karyawan juga dilakukan terutama untuk divisi keuangan, untuk mendukung manajemen usaha Priangan Sari. Pelatihan bagi pengembangan manajemen Priangan Sari dilakukan dengan cara mengundang ekspert dari luar yang memiliki kompetensi dalam bidang pengelolaan keuangan perusahaan modern.

c. Mengubah *mindset* perempuan untuk lebih percaya diri

Untuk mengubah *mindset* pelaku usaha perempuan pertama akan dilakukan penguatan dengan meningkatkan sikap *entrepreneurship*. Penguatan ini dapat dilakukan melalui seminar atau workshop motivasi kewirausahaan, pendidikan dan pelatihan sehingga akan mendorong lahirnya keinginan dan aksi menjalankan usaha mandiri. Kemudian dilakukan peningkatan kemampuan manajerial serta teknis sampai mereka dapat menjalankan usaha.

Dengan kemampuan manajerial dan teknis yang dimiliki akan menambah percaya diri pelaku usaha untuk memulai atau mengembangkan usaha.

d. Peningkatan status kepemilikan (menjadi pemilik usaha)

Setelah mereka memiliki pengetahuan, pengalaman, mentalitas untuk melakukan usaha, kemudian diberikan modal untuk mulai menjalankan atau meningkatkan status kepemilikan usaha menjadi

pemilik usaha. Penyediaan dan peningkatan kemudahan untuk memperoleh akses terhadap sumber permodalan sangat diperlukan mengingat masih terbatas dan lemahnya akses yang dimiliki pengusaha mikro dan kecil pada umumnya (apalagi yang baru memulai usahanya) untuk memperoleh bantuan (kredit) modal kerja dari sumber-sumber modal yang ada.

Pemerintah daerah diharapkan dapat berperan dalam mensupport dari segi pendanaan ataupun modal awal dengan jalan mengalokasikan skema pinjaman yang sifatnya mudah di akses, tidak banyak persyaratan dan berbiaya murah untuk pendirian usaha baru. Pada sisi lain pihak swasta juga dapat berkontribusi melalui program kegiatan *Corporate Social Responsibility* mereka sebagai pihak penyandang dana untuk menyediakan modal awal.

Untuk efektifnya pemberian dana maka sebelum dana disalurkan perlu dilakukan seleksi. Perempuan yang telah mendapat dana akan mendapat pendampingan dan usaha mereka di monitor dan dievaluasi dalam periode tertentu. Modal yang diberikan juga bukan merupakan dana hibah cuma-cuma yang selamanya akan menjadi milik mereka. Jadi walaupun sifatnya merupakan dana hibah, kelompok penerima tetap memiliki kewajiban untuk mengembalikan dana kepada pengelola untuk kemudian digulirkan kepada kelompok perempuan miskin lainnya.

e. Memberdayakan kelompok perempuan

Untuk memberdayakan kelompok perempuan adalah dengan menyatukan individu-individu yang menjadi sasaran ke dalam wadah kelompok usaha produktif berdasarkan kriteria tertentu seperti kesamaan lapangan usaha dan kesamaan geografis. Sehingga akan terbangun kerjasama berdasarkan prinsip kemitraan yang dilandasi oleh semangat kekeluargaan, kebersamaan, dan saling percaya. Kelompok perempuan ini dibina dan dikembangkan secara bertahap, mulai dari pembentukan, penguatan dan kemudian pengembangan.

Kelompok perempuan juga perlu diberikan pendampingan. Sistem pendampingan ini bersifat mandiri dan dilakukan oleh relawan, LSM, Perguruan Tinggi atau petugas pemerintah. Petugas Pendamping ini bisa dari kelompok pengusaha berhasil, LSM, Organisasi Sosial, Yayasan, dll yang memiliki pengetahuan dan kemampuan atau memiliki kapasitas dan kapabilitas serta diterima masyarakat sebagai pembimbingan dan pendampingan.

Pengembangan model desa mandiri merupakan contoh yang memberdayakan kelompok perempuan. Model “Desa Prima” (Perempuan Indonesia Maju Mandiri) melibatkan seluruh masyarakat untuk ikut membangun desa, sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas hidup perempuan sekaligus mengentaskan kemiskinan desa melalui subsidi silang antar kelompok masyarakat yang berekonomi baik kepada masyarakat miskin. Seperti yang dilakukan oleh Desa Prima Teguh Makaryo yang memberdayakan kelompok perempuan dan berhasil meningkatkan peran perempuan dalam menghidupkan perekonomian di Kelurahan Borotokusuman.

f. Meningkatkan pemberdayaan pegawai perempuan diatas 30 persen

Untuk meningkatkan pemberdayaan pegawai perempuan diatas 30 persen dilakukan melalui koordinasi dengan berbagai lembaga atau dinas terkait. Pemerintah daerah dapat berperan dalam alokasi anggaran melalui APBD untuk pembinaan dan pendampingan pegawai perempuan. Pihak LSM atau organisasi pengusaha lainnya memberikan pendampingan dan peningkatan kapasitas pegawai perempuan melalui berbagai pelatihan atau workshop.

Pemerintah desa setempat dapat mendorong Kelompok-kelompok organisasi dibawah binaannya seperti PKK, kelompok UPPKS, Dasawisma, kelompok-kelompok arisan, organisasi sosial keagamaan untuk berpartisipasi dalam kelompok usaha perempuan. Selain itu perlu pelibatan perguruan tinggi dalam berbagai pendampingan melalui

kegiatan pengabdian masyarakat, dan penelitian. Pada usaha oleh-oleh khas Jawa Barat “Priangan Sari” untuk memajukan usaha oleh-oleh ini, pemberdayaan perempuan sudah ditingkatkan dengan penambahan outlet yang khusus diperbanyak dari kaum perempuannya sampai sekitar 30 persen khususnya untuk divisi bakery.

## 2. Aspek Permodalan

### a. *Crowdfunding*

*Crowdfunding* adalah proses mengumpulkan dana untuk memulai suatu project atau bisnis, yang sumber dananya berasal dari sejumlah besar orang (*crowd*), pengumpulannya memiliki batas waktu tertentu, misalnya 30–60 hari, dan prosesnya dilakukan melalui online platform.

Pada era digital seperti saat ini, pola permodalan dengan cara *crowdfunding* dapat menjadi salah satu solusi bagi para perempuan wirausaha baru untuk dapat memulai usahanya. Adapun implementasi metode *crowdfunding* dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- Metode urun dana menggunakan platform website
- Pemilik Proyek dapat mengkampanyekan proyek untuk menggalang dana

### b. CSR (*Corporate Social Responsibility*)

CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada.

Kelompok perempuan dapat memanfaatkan program ini untuk dapat mengekspansi usahanya. Adapun langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk dapat memperoleh program CSR sebagai berikut:

- Mendatangi langsung perusahaan
- Membuat laporan keuangan yang mudah dimengerti

- Kredit lancar
  - Datangi sebanyak mungkin perusahaan
  - Jika membutuhkan bantuan dana yang besar, dapat mendatangi lembaga BUMN
- c. IPO (*Initial Public Offering*)

Dalam bahasa Indonesia, IPO disebut sebagai Penawaran Saham Perdana. Dengan demikian IPO adalah saham suatu perusahaan yang pertama kali dilepas untuk ditawarkan atau dijual kepada masyarakat atau publik.

Metode ini dapat dilakukan untuk usaha yang sudah berjalan dengan stabil. Sebagai contoh lapis talas sangkuriang, kapasitas produksi dan distribusinya sudah cukup besar. Oleh karena itu, IPO dapat menjadi salah satu cara bagi lapis talas sangkuriang untuk melakukan ekspansi usaha. Langkah-langkah untuk melakukan IPO adalah sebagai berikut:

- Penunjukan Underwriter dan Persiapan Dokumen
  - Penyampaian Permohonan Pencatatan Saham ke Bursa Efek Indonesia & Penyampaian Pernyataan Pendaftaran ke OJK
  - Penawaran Umum Saham kepada Publik
  - Pencatatan dan Perdagangan Saham Perusahaan di Bursa Efek Indonesia
- d. Program Asuh

Program yang dinisiasi dari stakeholders seperti BUMN/ BUMD atau perusahaan swasta untuk membimbing unit usaha dalam menjalankan bisnis mulai dari permodalan, produksi, pemasaran sehingga unit usaha dapat berdiri sendiri. Program ini hampir mirip dengan program CSR, kelompok usaha perempuan juga dapat memanfaatkan program ini. Adapun langkah-langkah yang dapat dilakukan sebagai berikut:

- Mencari informasi program asuh BUMN/ BUMD (Online/Offline)
- Mengajukan proposal usaha untuk mendapatkan pembinaan
- Mengikuti alur proses yang diberikan oleh perusahaan

- Membuat laporan berkala usaha yang jalankan
- e. Kemitraan

Kemitraan Usaha adalah jalinan kerjasama usaha yang saling menguntungkan antara pengusaha kecil dengan pengusaha menengah atau besar (Perusahaan Mitra) disertai dengan pembinaan dan pengembangan oleh pengusaha besar, sehingga saling memerlukan, menguntungkan dan memperkuat. Program kemitraan ini dapat menjadi salah satu opsi bagi kelompok usaha jika ingin memperbesar skala usahanya. Adapun langkah-langkah yang dapat dilakukan sebagai berikut:

- Identifikasi atau Pemetaan Objek Mitra
  - Membentuk wadah organisasi ekonomi.
  - Menganalisis kebutuhan pelaku usaha.
  - Merumuskan program.
  - Kesiapan bermitra.
  - Temu usaha.
  - Kordinasi antar Institusi terkait
- f. Lembaga Pembiayaan (Perbankan/Koperasi)

Badan usaha yang melakukan kegiatan pembiayaan dalam bentuk penyediaan dana atau barang modal. Ini adalah opsi yang mungkin paling sering ditemui. Sistem pembiayaan KUR mungkin menjadi system yang dapat diambil oleh kelompok usaha perempuan untuk dapat melakukan ekspansi. Adapun langkah-langkah sebagai berikut:

- Pastikan usaha termasuk dalam usaha produktif.
- Siapkan beberapa berkas atau dokumen untuk mendapatkan kredit.
- Setelah siap dengan usaha produktif dan dokumen-dokumen, selanjutnya adalah mendatangi kantor Bank yang menyalurkan KUR tersebut.
- Jika sudah mendapat kejelasan maka ikuti prosedur untuk mendapatkan KUR tersebut. Serahkan surat permohonan kredit

usaha rakyat serta dokumen-dokumen yang dibutuhkan untuk mengajukan KUR tersebut pada pihak bank.

- Bank akan melakukan survei terhadap usaha. Bank akan menilai apakah pengajuan KUR layak atau tidak. Jika usaha dinilai memenuhi syarat, maka pengajuan kredit usaha ini akan disetujui dan segera cair.

### 3. Aspek Produksi

Produksi merupakan suatu bentuk kegiatan yang dikerjakan oleh seorang wirausahawan untuk menambah nilai guna suatu barang produk atau menciptakan suatu jenis produk barang baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan pasar. Kegiatan menambah daya guna suatu benda tanpa mengubah bentuknya dinamakan produksi jasa. Sedangkan kegiatan menambah daya guna suatu benda dengan mengubah sifat dan bentuknya dinamakan produksi barang. Sedang orang atau perusahaan yang menjalankan suatu proses produksi disebut Produsen.

Untuk dapat melakukan kegiatan produksi, seorang wirausahawan membutuhkan beberapa faktor produksi. Tanpa faktor-faktor produksi, pembuatan suatu barang dan jasa tidak bisa berjalan dengan optimal. Terdapat beberapa faktor terkait fungsi produksi dalam upaya meningkatkan nilai guna dan jumlah produk, diantaranya:

#### a. Pelaksanaan *Quality Control* yang konsisten

Merupakan sebuah sistem manajemen mutu dalam mengatur, mengontrol proses bisnis produk guna mendorong dan mencapai kualitas produksi barang yang sesuai dengan standar baku mutu yang telah ditetapkan. Salah satu bentuk pelaksanaan *Quality Control* adalah pembuatan dan penetapan Sistem Operasional Prosedur (SOP) dalam setiap lini proses produksi diantaranya antara lain:

- Penetapan kualifikasi pekerja, tugas, tanggungjawab, dan wewenang

- pekerja dari jenis pekerjaan yang dilakukan.
- Standar lama waktu proses pengolahan bahan baku menjadi bahan jadi atau produk akhir
  - Penetapan standar kualitas barang atau bahan baku yang digunakan.
  - Penetapan standar disain dan model pengepakan
  - Penetapan teknis jenis mesin dan peralatan yang digunakan.
  - Penetapan lokasi produksi, yang sesuai dengan kondisi cuaca, iklim, masyarakat dan lingkungan.
  - Penetapan standar pengolahan limbah.
  - Penetapan standar waktu dalam lama proses pengiriman produk barang.
  - Penetapan standar keamanan dan kesehatan yang ditetapkan dalam proses produksi, mencakup jenis pakaian yang digunakan, penggunaan sarung tangan dan jenis sepatu, penutup mata, kepala dan hidung, alat pemadam kebakaran dan sebagainya.

SOP yang baik adalah SOP yang mampu memberikan panduan bagi manajemen dan karyawan dalam bekerja sesuai standar yang telah ditetapkan, sehingga menciptakan koordinasi yang baik antara bagian yang satu dengan bagian yang lain.

b. Penggunaan mesin dan peralatan

Mesin serta peralatan yang digunakan dalam proses produksi merupakan salah satu faktor kunci yang menentukan tingkat efisiensi bisnis usaha yang dilaksanakan oleh setiap wirausaha. Terdapat beberapa kondisi yang bisa dijadikan acuan wirausaha bilamana memutuskan akan menggunakan faktor mesin dan peralatan dalam membantu meningkatkan kapasitas dan kualitas produksi usaha yang dihasilkan antara lain:

- Kondisi dimana memproduksi suatu barang membutuhkan waktu yang lama bila menggunakan proses secara manual (tenaga manusia).
- Terjadinya proses yang berulang dalam proses produksi barang.

- Timbulnya cacat produk dan Ketidak akuratan antara standar produk dengan hasil produk yang dihasilkan.
- Ketidakmampuan dalam memenuhi kebutuhan pasar akan produk barang yang dihasilkan.
- Tingginya biaya SDM.

Selain masalah tingkat efisiensi, penggunaan peralatan dan mesin juga mempengaruhi terhadap kualitas atas mutu produk yang dihasilkan. Peralatan mesin yang kurang lengkap dan tidak sesuai serta sudah kuno dan tidak ekonomis akan menyebabkan rendahnya mutu dan produk yang dihasilkan. Akibatnya biaya produksi menjadi tinggi, sedangkan produk yang dihasilkan kemungkinan tidak akan mampu bersaing dipasaran. Hal ini akan mengakibatkan wirausaha tidak dapat bersaing dengan wirausaha lain yang sejenis, yang menggunakan mesin dan peralatan yang otomatis.

Dalam hal pemilihan dan pembelian peralatan dan mesin, ada beberapa faktor yang harus di perhatikan setiap wirausaha dalam pemilihan peralatan dan mesin antara lain:

- Kapasitas mesin yang diperlukan sesuai dengan kebutuhan pasar.
- Kecocokan (*compatibility*) antara mesin dengan bisnis usaha
- Tersedianya peralatan perlengkapan dan perbaikan yang di perlukan (*Service Center*)
- Keterandalan dan purna jual (*Sparepart*)
- Kemudahan persiapan dan instalasi penggunaan dan pemeliharaan mesin
- Keamanan operasional mesin
- Ketersediaan dan Penyerahan barang mesin yang di beli tepat waktu
- Fungsi pemanfaatan lain selain fungsi utama mesin
- Harga dan Garansi.

Faktor-faktor tersebut diatas menjadi bahan pertimbangan bagi setiap wirausaha yang akan menerapkan pemakaian mesin dalam

operasional usaha yang dilakukan, sehingga tidak terjadi pemborosan antara tingkat kapasitas produksi yang dihasilkan dengan kebutuhan pasar.

c. Meningkatkan kualitas hasil produksi

Peningkatan kualitas mutu suatu hasil produksi mutlak dilakukan oleh seorang wirausaha, agar mampu bersaing dan bisa diterima oleh pasar. Bila tidak dilakukan maka tentunya hasil produksi tersebut akan tidak mampu di terima oleh pasar dan akhirnya usaha yang dirintis oleh wirausaha tersebut akan berakhir dan tidak bisa berlanjut. Untuk itu maka perlu adanya peningkatan kualitas produk mutlak dilakukan oleh seorang wirausaha. Adapun usaha yang ditempuh dapat dilakukan dengan beberapa cara, diantaranya:

- Meningkatkan mutu (kualitas) dan jumlah (kuantitas) hasil produksi dengan cara meningkatkan produktivitas dan cara kerja.
- Meningkatkan hasil produksi dengan memperluas atau menambah faktor-faktor produksi.
- Meningkatkan produksi dengan cara menambah jenis atau keanekaragaman hasil produksi. Hal ini bertujuan selain untuk menambah jumlah hasil produksi, juga dimaksudkan untuk meningkatkan keuntungan dan menutup kerugian yang mungkin terjadi apabila salah satu atau sebagian hasil produksi ternyata tidak laku di pasar.
- Meningkatkan mutu dan hasil produksi dengan cara memasukkan unsur manajemen dan pemanfaatan teknologi dalam proses produksi.

d. Model mengikuti perkembangan zaman

Segala sesuatu di dunia ini berubah, dan tidak ada yang berubah kecuali perubahan itu sendiri. Perubahan selalu membawa manusia dari generasi ke generasi menuju perkembangan. Seperti dunia usaha, kalau dulu di era awal tahun 2000-an, kita cukup menyewa sebuah tempat usaha di tempat yang ramai, melengkapi usaha kita, memberikan harga



yang murah, maka dalam jangka waktu beberapa bulan saja maka usaha kita akan segera berkembang dan peluang suksesnya sangat besar. Tapi kalau sekarang kita melakukan hal seperti itu, maka jangan kaget kalau usaha sepi dan lama-lama gulung tikar, kenapa? Karena zaman sudah berubah, tempat strategis dan harga yang murah tidaklah cukup.

Produk yang dihasilkan haruslah bernilai kekinian. Sebagai contoh: hasil dari observasi lapangan di Talas Sangkuriang Bogor. Produk mereka eksis karena selalu berubah mengikuti selera pasar. Mulai bentuk kemasan yang vertikal, horizontal, sampai design kemasan juga mendapat perhatian lebih. Terbukti produk mereka laku di pasaran sampai sekarang. Diversifikasi produk juga perlu dilakukan untuk menghindari kebosanan pelanggan. Salah satu contoh adalah ketika aroma greentea sedang booming, apapun minuman atau makanan menggunakan aroma dan rasa itu menarik pembeli, mulai kue, minuman bahkan parfum pun menggunakan aroma green tea. Ikuti saja zaman karena perubahan selalu terjadi termasuk selera konsumen.

e. Penambahan tenaga kerja

Penambahan tenaga kerja juga merupakan salah satu strategi penguatan usaha yang perlu dilakukan jika memang kapasitas produksi atau pemasaran sudah maksimal sedangkan permintaan pasar banyak. beberapa tempat usaha yang kami datangi diantaranya usaha blangkon di DI Yogyakarta, usaha kerajinan bambu Kasaba di Bogor mengalami kapasitas produksi yang terbatas namun mereka enggan menambah tenaga kerja karena takut tidak bisa membayar.

Dibutuhkan keberanian lebih untuk mengembangkan usaha. Untuk berkembang harus berani mengambil resiko. Jika sudah jelas-jelas ada pasar yang bisa menerima produk kita namun produksi terbatas tak ada alasan lain selain menambah tenaga kerja sebagai solusi.

f. Lokasi tempat yang memadai

Lokasi tempat juga berpengaruh terhadap penguatan usaha. Strategi penguatan usaha melalui penentuan lokasi ini ada beberapa faktor, diantaranya:

- Lokasi dekat dengan penyedia bahan baku sehingga mengurangi biaya angkut produksi.
- Lokasi dekat dengan konsumen (di tempat strategis dan ramai) sehingga mampu menghemat biaya pemasaran
- Lokasi berkaitan dengan penyediaan infrastruktur. Misalnya: untuk usaha peternakan justru diutamakan tempat yang jauh dari keramaian dan tempat yang luas.

Pada akhirnya penentuan lokasi yang memadai ditentukan juga oleh jenis usahanya. Lokasi bisnis yang tepat diharapkan dapat memenuhi harapan pengusaha untuk menarik konsumen dalam rangka mendapatkan keuntungan dan sebaliknya apabila terdapat kesalahan dalam pemilihan lokasi akan menghambat kinerja bisnis dan secara otomatis keuntungan maksimal tidak akan dapat dirasakan oleh pengusaha tersebut. Maka, pemilihan lokasi bisnis yang dekat dengan target pasar serta ketersediaan infrastruktur yang memadai merupakan sebuah strategi yang juga dapat memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk/jasa yang diinginkannya.

#### 4. Aspek Pemasaran

a. Menambah jumlah distributor, agen dan reseller

Pemasaran suatu produk usaha merupakan hal penting dalam upaya menjalankan suatu usaha, tak terkecuali juga bidang usaha melalui perempuan wirausaha sosial. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan usaha yang berhubungan langsung dengan konsumen, baik dilakukan secara sendiri oleh pelaku usaha atau melalui distributor, agen dan reseller. Jika dilakukan secara sendiri dalam memasarkan produk ke konsumen maka akan membutuhkan sumber daya yang lebih bagi pelaku



usaha sehingga peran dan fungsi melalui distributor, agen dan reseller perlu dioptimalkan. Jika pelaku usaha ingin meraup keuntungan yang maksimal maka perlu menambah jumlah distributor, agen dan reseller.

Distributor, agen dan reseller merupakan kepanjangan usaha dari pelaku usaha, dalam hal ini wirausaha sosial perempuan, dalam memasarkan produk ke pasar. Dilihat dari pengertiannya, distributor adalah pihak yang bertindak untuk dan atas namanya sendiri dalam melakukan pemasaran atas produk yang dimiliki oleh pelaku usaha.

Sedangkan agen adalah pihak yang bertindak sebagai perantara untuk dan atas nama pelaku usaha yang memiliki usaha untuk melakukan pemasaran atas produk yang dipasarkan. Kemudian reseller adalah pihak yang membeli produk dari pelaku usaha dengan harga yang lebih murah dari pasaran untuk dijual kembali sebagai upaya mendapatkan keuntungan.

Melalui optimalisasi peran distributor, agen dan reseller, maka wirausaha sosial perempuan akan lebih mudah melakukan pemasaran dengan harapan dapat menjual produk dengan hasil maksimal. Oleh karena itu, wirausaha sosial perempuan dapat menambah jumlah distributor, agen dan reseller dalam memasarkan produknya. Hal ini dapat dilakukan dengan membuka jejaring usaha dengan berbagai pihak yang tertarik untuk menjadi distributor, agen dan reseller.

Berbagai keuntungan dapat ditawarkan kepada pihak yang mau menjadi distributor, agen dan reseller dari produk yang akan dijual, misalnya dengan memberikan harga yang lebih murah dari harga pasaran atau merchandise dari produk yang dijual tersebut. Sehingga dengan hal tersebut, akan membuka peluang yang lebih banyak bagi pihak yang tertarik menjadi distributor, agen dan reseller.

b. Mengembangkan sistem penjualan menggunakan media sosial

Penjualan online merupakan salah satu aktivitas dari pemasaran produk untuk mencari calon pembeli sampai menawarkan produk

dengan memanfaatkan jaringan internet. Melalui metode ini, wirausaha sosial perempuan akan lebih mudah memasarkan produk ke pasar di berbagai daerah dalam upaya menjangkau sebanyak-banyaknya calon pembeli. Salah satu media penjualan online yang bisa dipergunakan oleh wirausaha perempuan adalah melalui sosial media. Sosial media adalah media yang berbasis jaringan internet dimana antar pengguna bisa saling berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi dan melakukan pertukaran. Sosial media ini bentuknya beraneka ragam seperti jejaring sosial, blog atau forum lainnya.

Wirausaha sosial perempuan jika ingin menggunakan penjualan online melalui sosial media perlu memperhatikan beberapa hal agar pemasaran produk menjadi lebih efektif dan efisien, seperti :

- Memilih target pasar. Kalangan mana yang menjadi target pemasaran produk harus ditentukan terlebih dahulu agar produk dapat tepat sasaran pada calon pembeli.
- Menentukan jenis media yang dipergunakan. Sosial media yang cocok harus dipilih dalam memasarkan produk ke target pasar, pergunakan sosial media yang banyak penggunanya seperti : facebook, twitter ataupun instagram.
- Mengembangkan konten yang menarik. Penggunaan sosial media dengan konten yang kreatif akan menjadi faktor utama keberhasilan dalam pemasaran, oleh karena itu konten yang dipasarkan melalui sosial media perlu dibuat secara menarik, kreatif, informatif sehingga menarik minat calon pembeli.
- Menjalin komunikasi aktif. Berbagai akun sosial media yang dipergunakan perlu dipelihara dengan terus dengan komunikasi secara aktif dengan pengguna lainnya, hal ini agar terjalin hubungan yang berkelanjutan sehingga dapat mendukung pemasaran produk.

c. Optimalisasi saluran distribusi

Saluran distribusi dalam pemasaran merupakan pihak-pihak penyalur yang mempunyai kegiatan untuk menyalurkan atau menyampaikan produk dari pelaku usaha ke konsumen. Jika wirausaha sosial perempuan ingin memaksimalkan pemasaran produk maka dapat dengan cara mengoptimalkan saluran distribusi produk usaha. Fungsi utama saluran distribusi adalah menyalurkan barang dari pelaku usaha ke konsumen, maka wirausaha sosial perempuan dalam melaksanakan dan menentukan saluran distribusi harus melakukan pertimbangan. Beberapa fungsi saluran distribusi antara lain: mengumpulkan berbagai informasi penting tentang konsumen, pasar dan kompetitor, melakukan promosi terhadap produk yang ditawarkan dan melakukan pemesanan barang ke pelaku usaha untuk dipasarkan.

Ada berbagai model saluran distribusi yang dapat dilakukan oleh wirausaha sosial perempuan dalam memasarkan produknya. Salah satunya dengan melakukan saluran distribusi langsung, model saluran distribusi ini merupakan yang paling sederhana karena tidak melibatkan pihak perantara. Pelaku usaha dapat menjual barang yang dihasilkannya melalui tempat penjualan atau langsung mendatangi rumah konsumen (*door to door*). Kemudian model yang lain dengan menggunakan agen, pedagang besar dan pengecer. Melalui peran dari pihak-pihak ini maka pemasaran produk usaha akan menjadi lebih optimal

d. Meningkatkan penjualan langsung

Penjualan langsung adalah proses pemasaran produk secara langsung kepada konsumen biasanya di rumah pelaku usaha atau tempat lainnya. Dalam proses penjualan langsung, penjualan meliputi kegiatan menghubungi calon pembeli, menawarkan dan memperagakan produk yang dijual, menerima order dan mengantarkan barang serta melakukan penagihan pembayaran. Melalui penjualan langsung tersebut, wirausaha sosial perempuan dapat meningkatkan pemasaran produk yang dimiliki.

Penjualan langsung ini digunakan untuk memengaruhi calon pembeli untuk segera membeli produk tersebut karena adanya tambahan keuntungan yang diberikan kepada mereka.

Melalui peningkatan penjualan langsung, maka wirausaha sosial perempuan dapat meningkatkan jumlah pembeli dengan cepat. Tetapi di sisi lainnya, hanya dapat dilakukan pada pembeli yang sudah menggunakan produk tersebut dan bukan untuk menarik pembeli baru. Sistem penjualan langsung seperti ini tidak dapat mewujudkan loyalitas pembeli terhadap suatu produk yang dijual. Salah satu upaya untuk mendukung penjualan langsung adalah dengan melakukan promosi, dimana promosi dilakukan meningkatkan daya tarik pembeli terhadap produk yang dijual

e. Penyesuaian harga jual

Penyesuaian harga jual, merupakan strategi pemasaran untuk mengikuti harga jual sesuai dengan kondisi tertentu titik penjualan barang dengan tempat produksi barang, dimana nilai penyesuaian biasanya didasarkan pada biaya yang muncul. Perusahaan-perusahaan biasanya menyesuaikan harga dasar mereka sehingga dapat memperhitungkan berbagai perbedaan pelanggan dan perubahan situasi. Enam strategi penyesuaian harga yaitu:

- Penetapan harga diskon dan pengurangan harga;
- Potongan harga (*allowance*), yang terbagi menjadi dua yaitu :  
potongan harga tukar tambah dan potongan harga promosi;
- Penetapan harga tersegmentasi;
- Penetapan harga psikologis;
- Penetapan harga promosi;
- Penetapan harga secara geografis; dan
- Penetapan harga internasional.

Seperti Fania Food yang melakukan pemasarannya dengan menggunakan tiga sistem kemitraan yaitu distributor, keagenan dan



reseller. Melalui sistem tersebut, mitra Fania Food harus melakukan pembelian pertama dengan persyaratan tertentu, dengan hal tersebut mitra akan mendapatkan harga dikson sebesar 25 persen dari harga jual untuk distributor, 20 persen dari harga jual untuk keagenan, dan 10 persen dari harga jual untuk reseller. Melalui pemberian diskon-diskon inilah, banyak yang menjadi mitra Fania Food dalam menjual produknya. Keuntungan diperoleh masing-masing pihak baik Fania Food maupun yang menjadi mitranya. Keuntungan yang diperoleh Fania Food selain menutupi biaya operasional dan produksi, produk yang dijual distribusinya meluas dan berkelanjutan. Terbukti dengan produk olahan Fania Food sudah dijual dan dipasarkan ke beberapa kota diluar Yogyakarta melalui kemitraannya.

f. Pembuatan merk

Definisi merek adalah suatu nama, simbol, tanda, atau desain atau kombinasi diantaranya, dan ditujukan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang penjual atau kelompok penjual dan untuk membedakannya dari para pesaingnya. Pembuatan merk merupakan bagian dari strategi promosi yang dapat menarik minat konsumen hingga taraf loyalitas tertentu dan terus meningkat seiring terkenalnya merek tersebut dipasaran.

Bagi konsumen sendiri, keberadaan merek menjadi sebuah alat bantu dalam mengenali dan mengetahui kualitas produk, sebelum akhirnya mereka memutuskan untuk membeli sebuah produk. Strategi pembuatan merk dalam pemasaran produk dijadikan sebagai ujung tombak bagi usaha pelaku bisnis agar bisa memenangkan persaingan pasar.

Lapis talas sangkuriang merupakan salah satu usaha yang cukup memiliki kendala dengan adanya pesaing-pesaing yang memproduksi produk sejenis dengan kemasan dan merk yang hampir mirip. Pelaku usaha lapis talas sangkuriang menyadari bahwa untuk memperkuat

usahanya, perlu membuat merk untuk produknya dan dipatenkan serta didaftarkan secara hukum. Walaupun sempat mengalami kendala dalam kepengurusan hak cipta merk dan izin dari BPOM, namun lapis talas sangkuriang berhasil mematenkan produknya tersebut, kemudian memasarkannya dengan merk tersebut, sehingga masyarakat luas mengenal lapis talas pertama yang dikemas sebagai oleh-oleh khas kota Bogor adalah lapis talas sangkuriang.

1. Menentukan nama merek usaha atau produk, dimana:

- Merk menggambarkan produk yang dijual
- Nama merek yang singkat
- Merek mudah dilafalkan dan diingat
- Nama merek yang belum digunakan

2. Menentukan warna merek

Masing-masing warna punya kesan dan maksud tersendiri, melalui pemilihan warna yang sesuai merupakan cara bagaimana masyarakat mengenal usaha kita

3. Membuat logo merek

Membuat kreasi untuk menghasilkan sebuah logo yang dapat menggambarkan produk dengan bentuk yang memiliki arti tersendiri

4. Membuat maskot yang menggambarkan merek

Dalam dunia wirausaha perlu juga menggambarkan wajah usaha kedalam maskot, kemasan produk dan lain-lain

5. Mendaftarkan nama merek secara hukum

Hal ini perlu dilakukan karena mendaftarkan nama merek yang kita buat agar sah secara hukum dan tidak digunakan oleh orang lain, pendaftaran juga berfungsi untuk melindungi pengusaha dari kemungkinan menjiplak, pendaftaran bisa ke Direktorat Hak Kekayaan Intelektual Indonesia

6. Mengaplikasikan nama merek

Selanjutnya nama tersebut perlu dituangkan kedalam kemasan produk, papan nama usaha, periklanan serta media lainnya

7. Pemasaran nama merk

Setelah itu, memasarkan nama usaha yang telah dibuat, pemasaran bisa dilakukan melalui iklan, kualitas produk yang bagus, pelayanan yang baik kepada konsumen, dan cara-cara lainnya.

g. Memperluas jaringan pasar dalam negeri

Jaringan merupakan pemasaran yang sangat efektif. Seorang wirausaha perlu membuat jaringan usaha agar usahanya dapat berkelanjutan, diantaranya memperluas jaringan pasar baik pasar dalam negeri dan pasar luar negeri. Inti strategi ini adalah untuk memasarkan dan menjual produk maupun jasa yang ada pada pelanggan baru. Para pelanggan baru bisa dari segmen yang berbeda atau lokasi yang berbeda dari tempat usaha beroperasi, yaitu berupa ekspansi pasar pembukaan lokasi baru di daerah geografis yang berbeda, baik di dalam negeri (kota atau provinsi yang berbeda) dan di luar negeri.

Perkembangan usaha Desa Prima Teguh Makaryo tidak dapat berjalan dengan baik. Hal ini disebabkan karena usaha ini tidak memperluas jaringannya. Pemasaran yang dilakukan masih terbatas menjual barang hasil produksi ke toko oleh-oleh ke pasar. Tidak ada segmen dan target pasar yang dituju, sehingga harga jual pun tidak bisa ditentukan oleh penjual, mengikuti harga yang ditetapkan pembeli. Agar usaha ini dapat berkelanjutan sebaiknya melakukan perluasan jaringan pasar, dengan melakukan penelitian akan kemungkinan-kemungkinan lain yang bisa dijual dan menetapkan segmen dan target penjualan.

Berbeda dengan Fania Food, yang sudah memperluas jaringan pasar tidak hanya menjual produknya di daerah produksinya saja yaitu Yogyakarta, namun sudah memperluas pasarnya ke luar kota Yogyakarta,

seperti: Solo, Klaten, Kudus, Madiun, Malang, Jakarta, Kuningan, Bandung, Cimahi, Kediri, Kalimantan, Denpasar dan Cirebon. Fania Food juga telah mempunyai target penjualan selain memproduksi produknya untuk konsumen secara langsung, namun Fania Food juga mendistribusikan produknya ke supermarket, hotel, rumah sakit, catering, sekolah dan pondok pesantren dimana Fania Food mengetahui bahwa posisi kebutuhan pasar akan produk olahan ikan sangat besar.

Berikut ini merupakan strategi memperluas jaringan pasar dalam negeri yaitu dengan: Melakukan STP (*Segmenting, Targeting, dan Positioning*). Segmentasi pasar, strategi penentuan pasar, dan strategi penentuan posisi saling berhubungan satu dengan lainnya. Segmentasi pasar (*segmenting*) adalah proses menempatkan konsumen dalam subkelompok di pasar-produk, sehingga para pembeli memiliki tanggapan yang hampir sama dengan strategi pemasaran dalam penentuan posisi perusahaan. Oleh karenanya, segmentasi merupakan proses identifikasi yang bertujuan untuk mendapatkan pembeli dalam keseluruhan pasar. Penentuan pasar sasaran (*targeting*) merupakan proses pengevaluasian dan pemilihan setiap segmen yang akan dilayani oleh perusahaan. Perusahaan dapat saja menetapkan satu, sedikit, atau beberapa dari segmen pasar yang telah dilakukan.

Menentukan target pasar yang sudah tertentu merupakan strategi pemasaran agar tidak salah menjual produk pada orang yang tidak tepat. Salah satu permasalahan usaha kecil adalah kesulitan untuk untuk menentukan segmen pasar dari hasil produknya, apakah diperuntukkan bagi masyarakat kelas menengah atas atau untuk menengah bawah. Bisnis Usaha kecil sejak awal harus menentukan bisnisnya diarahkan untuk kelas mana. Dengan menentukan target pasar yang dituju, perusahaan bisa memberikan satu nilai tambah yang menjadi pembeda dibandingkan dengan para pesaingnya. Strategi penentuan posisi (*positioning*) merupakan kombinasi kegiatan pemasaran yang dilakukan

manajemen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan setiap pasar sasaran. Strategi ini terdiri dari komponen produk dan jasa pendukung, distribusi, harga, dan promosi.

## 5. Aspek Pengembangan Usaha

Dalam menjalankan proses bisnis atau usaha, salah satu hal yang penting adalah pengembangan usaha. Secara definisi, pengembangan usaha adalah tugas dan proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan tentang strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan usaha. Beberapa hal yang dapat dilakukan dalam pengembangan produk antara lain:

### a. Diversifikasi produk

Diversifikasi Produk adalah upaya yang dilakukan untuk mengusahakan atau memasarkan beberapa produk yang sejenis dengan produk yang sudah dipasarkan sebelumnya. Beberapa pendapat yang berbeda menyatakan diversifikasi sebagai perluasan barang dan jasa dengan jalan penganeekaragaman namun pendapat lain menyebutkan bahwa diversifikasi adalah menambah atau memperbaiki produk atau jasa.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa diversifikasi produk merupakan jalan atau strategi dalam perusahaan yang berkaitan dengan produknya dengan cara menambahkan jenis produknya atau melakukan penganeekaragaman untuk memperluas pangsa pasar sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan.

### b. Mengembangkan jejaring dengan penyedia bahan baku

Membina hubungan dengan penyedia bahan baku adalah sebuah keharusan dalam situasi ekonomi sekarang ini. Keberhasilan manajemen hubungan dengan dengan penyedia bahan baku akan terlihat dari berkembangnya perusahaan dan pihak penyedia bahan baku secara adil. Langkah yang dapat dilakukan agar berhasil antara lain:

- Membagi penyedia bahan baku kedalam beberapa segmen, umumnya berdasarkan pembelanjaan, kemungkinan berkembang, ketergantungan, resiko terhadap produk kita, dan seberapa rumit servicenya.
- Mengatur hubungan secara tertulis, yaitu dengan standar operasional prosedur dan *responsibility* dari masing-masing pihak.
- Mengukur performa masing masing pihak dan dilakukan terbuka secara berkala, selain mengukur angka angka pencapaian penjualan, juga harus di ukur kualitas hubungan seperti kejujuran, niat baik, dan menghormati tatacara bisnis.

Mencari dan memilih penyedia bahan baku yang berkualitas tak dapat hanya berdasarkan satu faktor yakni dengan mempertimbangkan biaya (*cost*) saja, melainkan harus turut dipertimbangkan *quality* dan *delivery* sebagai kriteria penting.

c. Meningkatkan kapasitas produksi

Kapasitas produksi berhubungan dengan biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk menentukan jumlah produk yang dapat dihasilkan. Apabila kapasitas produksi tinggi, maka biaya tetap yang dikeluarkan juga besar, apabila pemanfaatannya sedikit, maka biaya produksi akan mahal, sehingga untuk menentukan kapasitas produksi harus dilakukan perencanaan dan penelitian terlebih dahulu. Pengukuran kapasitas dapat dilaksanakan berdasar output atau berdasar input tergantung macam lembaga atau kegiatannya. Misal pabrik garmen, mengukur kapasitas berdasarkan output dan lembaga pendidikan mengukur kapasitas berdasarkan input yang ditunjukkan oleh daya tampung.

Dasar untuk menentukan rencana kapasitas pabrik adalah skala ekonomi, yaitu fasilitas yang dipilih adalah yang memiliki biaya per unit paling rendah, dan *focus facility*, yaitu fasilitas yang tersedia diusahakan agar dapat menghasilkan beberapa macam produk.

## 6. Aspek Pelatihan SDM

### a. Pelatihan perubahan *mindset* dan motivasi

Perubahan *mindset* dan motivasi dapat dilakukan melalui pelatihan yang memadukan kecerdasan emosi dan kecerdasan spiritual karena pada dasarnya manusia memiliki 3 modal dalam bekerja yaitu modal materil/fisik, modal sosial, dan modal spiritual.

Modal fisik berupa keterampilan atau pengetahuan, modal sosial yaitu rasa kebersamaan serta keterikatan emosi, dan modal spiritual yaitu kemampuan mengenal diri sebagai hamba Tuhan.

Pelatihan perubahan *mindset* dan motivasi melalui pelatihan ESQ adalah sebuah metode training yang mampu menggabungkan tiga potensi dasar manusia, yaitu kecerdasan intelektual (IQ), kecerdasan emosional (EQ), dan kecerdasan spiritual (SQ) sehingga memberikan motivasi intelektual, emosional, dan spiritual dalam upaya meraih kebahagiaan hakiki. Dalam kaitannya dengan upaya internalisasi misi, visi, dan nilai.

Pelatihan ESQ mampu menjadikan ketiga hal itu menjadi sebuah keyakinan pribadi. Dampak bagi individu adalah menemukan makna bekerja dan termotivasi oleh sebuah alasan spiritual sedangkan bagi insitusi tempatnya bekerja adalah meningkatkan produktivitas dan loyalitas pekerja.

### b. Pelatihan wirausaha

Balai Latihan Kerja atau sering disebut dengan singkatan BLK adalah prasarana dan sarana tempat pelatihan untuk mendapatkan keterampilan atau yang ingin mendalami keahlian di bidangnya masing-masing.

Tujuan dari BLK adalah untuk meningkatkan produktivitas tenaga kerja baik di pedesaan dan pinggiran kota, memperluas lapangan usaha dan kesempatan kerja, menciptakan pelatihan produksi serta uji keterampilan, mendorong dan mengembangkan jiwa kewirausahaan, dan meningkatkan motivasi dan jiwa mandiri.

c. Pelatihan teknologi informasi

Saat ini teknologi internet memang telah membuat segudang kemudahan dalam kehidupan manusia. Khususnya dalam bidang bisnis perdagangan barang dan jasa, konsumen maupun produsen produk sudah banyak yang menikmati manfaat dari internet.

Untuk memajukan usaha atau bahkan memenangkan persaingan, sebaiknya membuat website untuk mempromosikan bisnis atau kegiatan wirausaha di internet sehingga orang-orang bisa lebih cepat mengetahui informasi bisnis. Ada beberapa manfaat website yang mempunyai kegiatan usaha kecil dan menengah (UKM) seperti:

- Website akan meningkatkan citra usaha, jelas usaha akan terlihat lebih profesional sehingga pihak lain akan lebih mempercayai.
- Website akan “memajang” katalog produk di internet, sehingga orang jadi tahu dengan jelas produk/jasa yang ditawarkan,
- Website akan meningkatkan pangsa pasar usaha, jika sebelumnya hanya menjangkau satu kabupaten maka dengan internet bisa menjangkau pasar yang lebih luas bahkan sampai keluar negeri.
- Usaha akan mudah dihubungi oleh calon pembeli/konsumen karena di dalam website tentunya minimal akan dicantumkan no telepon ataupun email.
- Website akan bekerja setiap hari 24 jam non stop sehingga website akan membantu untuk tetap bisa melayani konsumen atau calon konsumen.

d. Pelatihan pengoperasian mesin

Selama ini laki-laki lebih diberdayakan dalam aspek produksi seperti pengoperasian mesin. Tenaga mereka lebih banyak digunakan untuk peralatan-peralatan berat yang digunakan untuk menghasilkan produk. Pada aspek ini setidaknya perempuan perlu diberdayakan pula dalam aspek produksi sehingga ada kesempatan bagi perempuan menyalurkan tenaga maupun idenya dalam perannya di perusahaan. Perempuan lebih



banyak berperan pada saat *finishing* sehingga dengan adanya perubahan posisi akan membuat peran perempuan lebih meningkat di dalam perusahaan.

e. Pelatihan memperluas pasar

Salah satu cara untuk dapat memperluas pasar adalah dengan menggunakan internet. Pelatihan mengenai *e-commerce* menjadi sangat penting pada era saat ini. *E-Commerce* adalah kegiatan jual beli barang/jasa atau transmisi dana atau data melalui jaringan elektronik, terutama internet. Tidak sedikit kelebihan yang bisa didapatkan melalui *e-commerce*.

Salah satu keuntungan utama dari *e-commerce* adalah kemampuannya untuk menjangkau pasar global, tanpa harus menyiratkan investasi keuangan yang besar. Dengan memungkinkan jalannya interaksi dengan konsumen akhir, *e-commerce* memperpendek rantai distribusi produk atau bahkan justru menghilangkannya. Dengan cara ini, saluran langsung antara produsen atau penyedia layanan dan pengguna akhir memungkinkan mereka untuk menawarkan produk atau jasa yang sesuai dengan target pasar. Kemudian, Pembayaran lebih mudah. Selain itu, dengan berkembangnya sistem pembayaran yang ada saat ini sangat memudahkan transaksi *e-commerce*.

Brand lebih dekat dengan konsumen. *e-commerce* memungkinkan brand untuk lebih dekat dengan pelanggan, sehingga meningkatkan produktivitas dan daya saing bagi perusahaan. Peningkatan kualitas layanan.

Pengurangan biaya adalah keuntungan penting lainnya yang terkait dalam dunia *e-commerce*. Semakin umum proses bisnis tertentu, maka semakin besar tingkat keberhasilannya. Hal itu menghasilkan pengurangan biaya administrasi yang signifikan.

f. Pelatihan mengenai peraturan perundangan

Selain pekerja anak yang memiliki perlindungan hukum, pekerja perempuan juga memiliki perlindungan hukum. Perlindungan hukum terhadap pekerja wanita diatur dalam Pasal 76 UU Ketenagakerjaan. Dengan mempelajari peraturan perundangan pengusaha dan pekerja akan mengetahui tentang hak dan kewajiban masing-masing. Tidak akan ada kesewenang-wenangan yang terjadi jika seluruh stakeholder memahami dan mengerti peraturan perundangan yang berlaku. Tentunya pelatihan mengenai peraturan perundangan merupakan sebuah pelatihan yang penting untuk dilakukan.

## BAB IV

# MODEL INOVASI MENUMBUHKEMBANGKAN PEREMPUAN WIRAUSAHA SOSIAL

### A. Desain Model

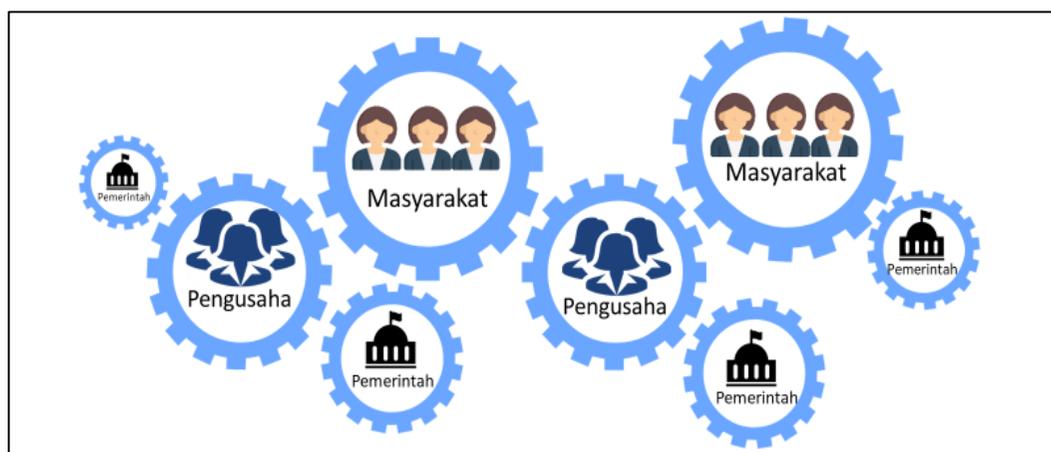
**S**ecara umum dalam model ini dikenalkan satu ide kerja bersama atas dasar pendekatan *Whole of Government* dengan semangat gotong royong dan kepedulian sosial khususnya dari perempuan wirausaha yang sudah berhasil menjalankan usahanya kepada perempuan-perempuan di sekitar lingkungannya agar dapat juga menjadi perempuan yang berdaya ekonomi. Caranya dengan program pendampingan serupa kakak asuh yang ikhlas dan tulus memberikan bimbingan dari berbagai indikator penting dalam pengembangan usaha. Dengan demikian, perempuan wirausaha yang telah berhasil tersebut telah secara nyata menjalankan praktek *womansociopreneurship* yaitu pewirausaha perempuan yang dapat memberikan dampak terhadap lingkungan sosialnya. Selanjutnya pada jangka panjang, pewirausaha-pewirausaha perempuan pemula yang menerima asuhan dan bimbingan pada akhirnya akan bisa mereplikasi ide dan cara kerja program ini sehingga pada akhirnya *multiplier effect* yang ditimbulkan akan bermuara pada kesejahteraan masyarakat.

Model yang dibuat dalam rangka menumbuhkembangkan perempuan wirausaha sosial ini diarahkan pada suatu pola sinergitas kerjasama yang solid antara masyarakat dalam hal ini perempuan pengusaha yang sudah stabil dengan perempuan wirausaha pemula dengan fasilitasi dari pemerintah yang membidangi sektor terkait. Semangat pemberdayaan masyarakat dan reorientasi tata hubungan kerja antar pemerintah sektor terkait menjadi ciri dominan model inovasi ini. Model ini diharapkan dapat diimplementasikan menjadi satu gerakan nasional. Pada faktanya pola kakak asuh dari perempuan wirausaha sosial yang sudah stabil atau berhasil kepada perempuan wirausaha sosial pemula sebagai adik asuh secara nyata telah banyak dilakukan secara perorangan maupun dibawah program kerja asosiasi.

Namun sayangnya, belum dilakukan secara terkoordinasi dengan baik. Alangkah lebih baik dan efisiennya jika gerakan semacam ini menjadi gerakan yang terkoordinir dan berkesinambungan. Model inovasi ini menawarkan suatu mekanisme kerja lintas sektor baik pemerintah maupun non pemerintah yang memadukan program-program pembangunan pemerintah, program kerja asosiasi atau swasta dalam satu kesatuan yang utuh dimana peran masyarakat akan lebih mendominasi, dan pemerintah menempatkan diri sebagai fasilitator atau mediator yang dapat mengkoordinasikan dan mensinkronkan data, program dan kegiatan.

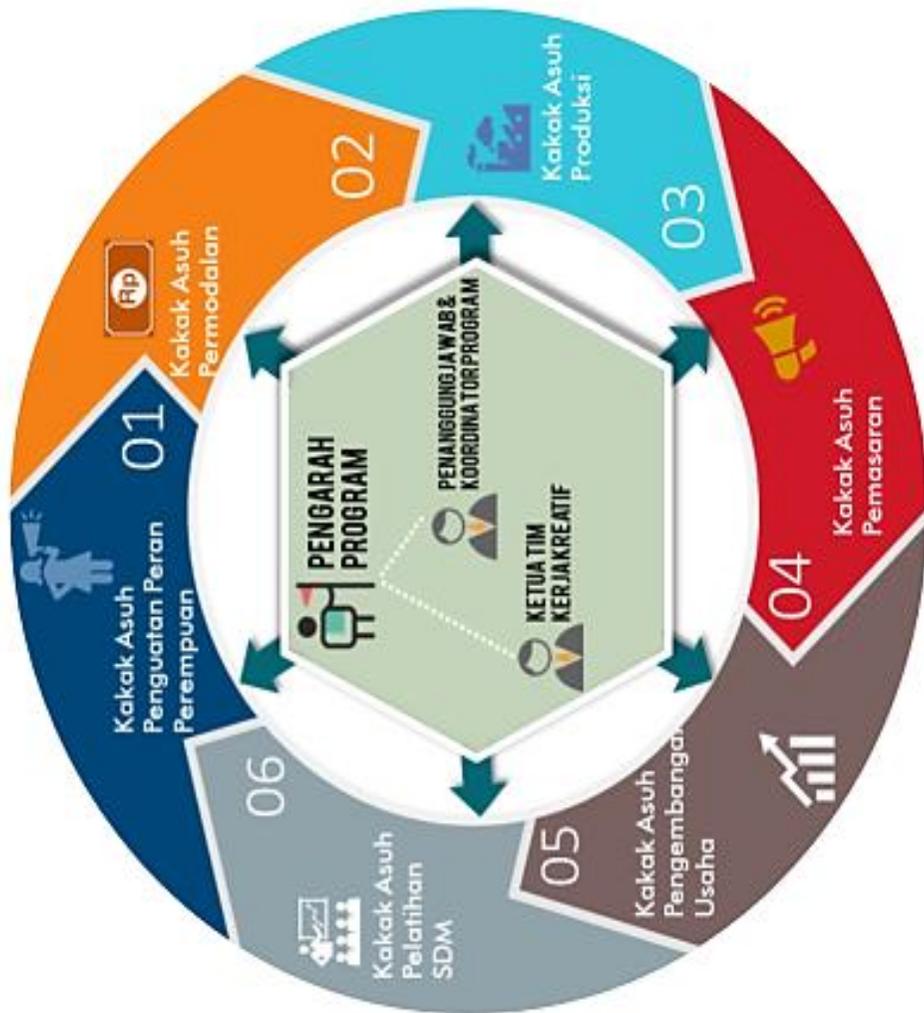
Pola hubungan yang diharapkan terjadi dengan menerapkan model ini adalah sebagai berikut :

*Gambar 4. 1 Sinergitas Program dan Hubungan Pemerintah dan Masyarakat dalam Implementasi Model Perempuan Wirausaha Sosial*



Pemerintah menempatkan diri pada bagian minimal dari model ini dengan maksud mengoptimalkan peran dan kemandirian masyarakat, namun ketiga pemain utama mempunyai peran yang dapat menggulirkan roda pihak lain sehingga program bisa bergulir baik. Model PWS ini menawarkan pula mekanisme kerja efektif dan re-orientasi peran dari pemerintah daerah sektor terkait dalam rangka menumbuhkembangkan perempuan wirausaha sosial di daerahnya. Mekanisme diatas mengharapkan kakak asuh dan adik asuh bersinergi dalam setiap aspek penguatan usaha dengan difasilitasi pemerintah terkait data, koordinasi program kegiatan serta sarana dan prasarana.

Gambar 4. 2 Mekanisme Kerja Model Perempuan Wirausaha Sosial Melalui Pola Kakak Asuh



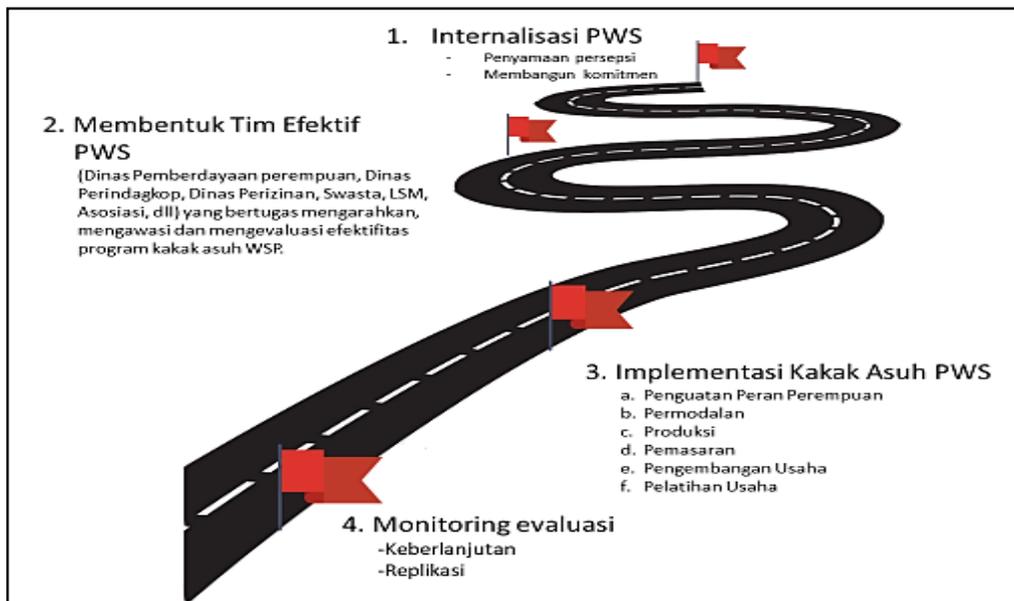
Dalam prakteknya nanti, model ini tidak membatasi siapa yang berperan sebagai kakak asuh. Kakak asuh dalam model ini tidak hanya berupa pola hubungan linier, namun bisa berbentuk tim pengasuhan yang terdiri dari perempuan wirausaha berhasil bermitra dengan pihak tertentu.

Pengarah program adalah kepala daerah yang dengan kewenangannya dapat mengkoordinasikan program-program sejenis dari sektor terkait dalam hal ini adalah sektor pemberdayaan perempuan dan pengembangan ekonomi kreatif untuk menjadi suatu program kerja yang holistik. Hal ini akan memperkecil resiko tumpang tindihnya program sejenis dan ketidaksinambungan program. Dalam prakteknya peran kakak asuh ini tidak membatasi diri hanya berupa pola hubungan satu arah, namun bisa berbentuk tim pengasuhan yang terdiri dari perempuan wirausaha berhasil bermitra dengan pihak tertentu.

## B. Langkah-Langkah Implementasi Model

Langkah-langkah atau pendekatan yang diperlukan dalam penerapan model ini antara lain tercakup dalam empat tahap yaitu internalisasi nilai-nilai PWS, membentuk tim efektif PWS, tahap implementasi dan kemudian tahap monitoring dan evaluasi sebagaimana tergambar berikut ini:

*Gambar 4.3 Langkah-langkah Implementasi Model Perempuan Wirausaha Sosial*





Model Perempuan Wirausaha Sosial ini dapat diterapkan oleh Pemerintah Daerah dalam menumbuhkembangkan PWS. Langkah-langkah implementasi model dapat dilakukan dengan pendekatan seperti berikut:

### **1. Internalisasi Ide Perempuan Wirausaha Sosial**

Semua pihak yang akan terlibat dalam program menumbuhkembangkan PWS ini harus mempunyai persepsi yang sama. Dengan kesamaan persepsi tersebut selanjutnya akan mudah untuk merancang aksi-aksi atau program kerja. Inti dari PWS adalah adanya semangat untuk bekerja tulus melakukan tindakan sosial berdasarkan kepedulian terhadap lingkungan sekitarnya. Pengusaha yang berhasil harus menyadari bahwa keberhasilannya bisa ditularkan kepada orang lain tanpa berfikir apa yang akan didapatkan. Selain itu semua pihak harus menyadari bahwa kesejahteraan masyarakat adalah menjadi tanggungjawab semua warganegara, bukan hanya tugas dari pemerintah saja. Pemerintah disini hadir sebagai pengarah dan fasilitator program sesuai dengan kapasitas dan kewenangan yang dimiliki dan salah satu prinsip dari *Reinventing Government* yaitu birokrasi harus lebih berperan untuk memberdayakan daripada melayani (*empowering than serving*). Pelaku utamanya adalah masyarakat yang terdiri dari para pengusaha berhasil, asosiasi pengusaha, lembaga keuangan, LSM dan akademisi.

Kesadaran untuk melakukan tindakan sosial memerlukan keikhlasan, namun di awalnya, dapat dimulai dengan pola metode instruktif. Akan dibuat instruksi khusus dari pimpinan daerah kepada pihak-pihak yang terlibat untuk mau melaksanakan program. Akan lebih ideal, seandainya ada keterlibatan tokoh masyarakat pemuka agama yang dapat membantu untuk memberikan pendekatan dari sisi religi. *Output* yang diharapkan dari tahap internalisasi PWS ini adalah terbangunnya komitmen dari semua pihak yang terlibat untuk bersama menjalankan program kakak asuh untuk menumbuhkembangkan PWS tersebut.

## 2. Membentuk Tim Efektif PWS

Untuk melakukan tugas melakukan pendampingan dan pengawasan dalam proses kakak asuh melakukan tindakan sosialnya kepada adik asuhnya. Tim efektif ini adalah kelompok yang diwakili oleh perwakilan kakak asuh, perwakilan organisasi perangkat daerah yang terkait seperti Dinas Pemberdayaan Perempuan, Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Lembaga Pembiayaan, LSM, dan tentu saja pelaku UMKM yang akan dibina sebagai adik asuh. Legalitas kerja tim efektif ini adalah Surat Keputusan Bupati/Walikota sebagai Kepala Daerah. Diharapkan dalam kelompok ini akan bisa dibangun koordinasi antar semua pihak yang terlibat dan menjadi faktor kunci keberhasilan program ini. Susunan formasi tim kerja minimal berisi :

- a. Pengarah Program - Bupati/Walikota
- b. Penanggungjawab dan Koordinator Program - Dinas PPPA, Dinas Koperasi dan UMKM
- c. Ketua Tim Kerja – Wirausaha Perempuan A (pelaku usaha kecil menengah)
- d. Koordinator Penguatan Peran Perempuan – Wirausaha Perempuan B (pelaku usaha kecil menengah)
- e. Koordinator Bidang Permodalan – Wirausaha Perempuan C (pelaku usaha kecil menengah)
- f. Koordinator Bidang Produksi – Wirausaha Perempuan D (pelaku usaha kecil menengah)
- g. Koordinator Bidang Pemasaran – Wirausaha Perempuan E (pelaku usaha kecil menengah)
- h. Koordinator Bidang Pengembangan Usaha – Wirausaha Perempuan F (pelaku usaha kecil menengah)
- i. Koordinator Bidang Pelatihan SDM – Wirausaha Perempuan G (pelaku usaha kecil menengah)



Tanggung jawab dari setiap masing-masing formatur minimal adalah sebagai berikut:

- Pengarah Program : Mengarahkan kerja tim dan memastikan semua formatur menjalankan fungsi dan tanggungjawab dengan baik.
- Penanggungjawab dan Koordinator Program : 1. Memberikan dukungan program berupa data, sarana dan prasarana;  
2. Mengkoordinasikan dan sinkronisasi data dan program kegiatan;  
3. Memonitor pelaksanaan program dan meminta laporan berkala baik tertulis maupun lisan.
- Ketua Tim Kerja Efektif : 1. Melaksanakan program kerja tahunan;  
2. Memonitor pelaksanaan fungsi setiap koordinator bidang;  
3. Melaporkan perkembangan kerja koordinator bidang kepada penanggungjawab program.
- Koordinator Bidang :  
a. Penguatan Peran Perempuan : 1. Menyusun rencana kerja bidang penguatan peran perempuan;  
2. Melaksanakan program kerja bidang penguatan peran perempuan;  
3. Memfasilitasi akses informasi dan pelatihan penguatan peran perempuan;  
4. Mengkoordinasikan program dengan ketua tim kerja;  
5. Melaporkan hasil pendampingan kepada ketua tim kerja.

- b. Permodalan : 1. Menyusun rencana kerja bidang permodalan;  
2. Melaksanakan program kerja bidang permodalan;  
3. Memfasilitasi akses informasi permodalan;  
4. Memfasilitasi pelatihan pengetahuan wirausaha dan permodalan;  
5. Mengkoordinasikan program dengan ketua tim kerja;  
6. Melaporkan hasil pendampingan kepada ketua tim kerja.
- c. Produksi : 1. Menyusun rencana kerja bidang produksi;  
2. Melaksanakan program kerja bidang produksi;  
3. Memfasilitasi akses informasi dan pelatihan produksi;  
4. Mengkoordinasikan program dengan ketua tim kerja;  
5. Melaporkan hasil pendampingan kepada ketua tim kerja.
- d. Pemasaran : 1. Menyusun rencana kerja bidang pemasaran;  
2. Melaksanakan program kerja bidang pemasaran;  
3. Memfasilitasi akses informasi dan pelatihan pemasaran;  
4. Mengkoordinasikan program dengan ketua tim kerja;



5. Melaporkan hasil pendampingan kepada ketua tim kerja.
- e. Pengembangan usaha :
1. Menyusun rencana kerja bidang pengembangan usaha;
  2. Melaksanakan program kerja bidang pengembangan usaha;
  3. Memfasilitasi akses informasi dan pelatihan pengembangan usaha;
  4. Mengkoordinasikan program dengan ketua tim kerja;
  5. Melaporkan hasil pendampingan kepada ketua tim kerja.
- f. Pelatihan SDM :
1. Menyusun rencana kerja bidang pelatihan SDM;
  2. Melaksanakan program kerja bidang pelatihan SDM;
  3. Memfasilitasi akses informasi dan pelatihan pelatihan SDM;
  4. Mengkoordinasikan program dengan ketua tim kerja;
  5. Melaporkan hasil pendampingan kepada ketua tim kerja.

Tahapan kerja tim ini bisa diawali dengan:

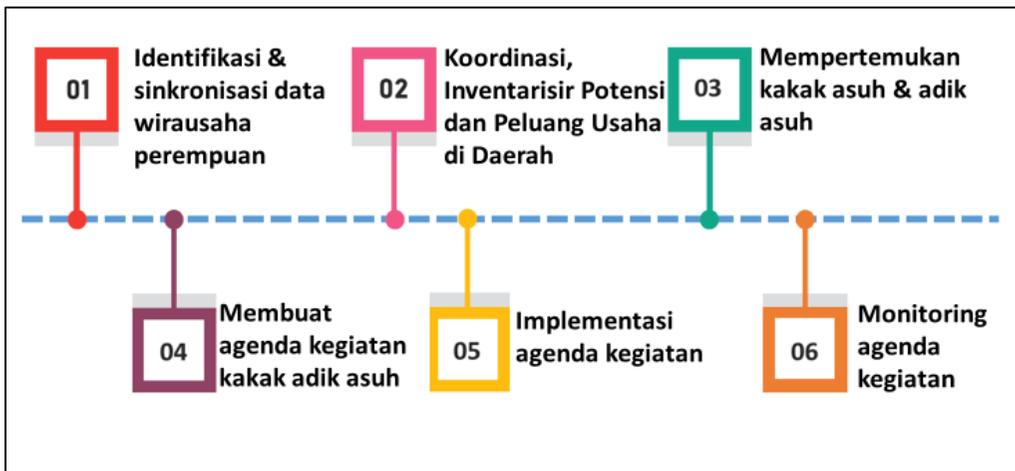
- a. Identifikasi dan sinkronisasi data wirausaha perempuan baik yang sudah berjalan maupun wirausaha pemula. Data wirausaha perempuan ini bisa didapatkan dari Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, dan/atau Dinas Pemberdayaan Perempuan.
- b. Menganalisa potensi usaha  
Setiap daerah pasti memiliki potensi usaha baik berdasarkan kondisi

geografis atau sumber daya alam maupun ide kreatif yang disesuaikan dengan perkembangan zaman. Tim kerja efektif berkoordinasi untuk menginventarisir semua potensi atau peluang usaha yang dimiliki daerah. Kakak asuh yang telah terlebih dahulu mempunyai pengalaman dalam mengelola usaha bisa memberikan masukan berarti bahkan mungkin mereplikasi usahanya dengan tetap tidak merugikan dirinya. Mekanisme kerjasama bisa dibangun untuk memperoleh manfaat bersama-sama.

- c. Mempertemukan wirausaha yang siap menjadi kakak asuh dengan adik asuhnya. Pemasangan kakak asuh dan adik asuhnya bisa didasarkan pada kesamaan jenis usaha, diversifikasi jenis usaha yang dimiliki kakak asuh atau membangun usaha baru berdasarkan analisa potensi ide usaha.
- d. Membuat agenda kerja tahunan dengan target-target yang dapat dicapai.
- e. Merealisaikan agenda kerja berdasarkan fungsi dan tanggungjawab setiap koordinator bidang.
- f. Selalu berkoordinasi dan memonitor pelaksanaan program kerja yang telah dilakukan dan melaporkan hasilnya kepada pimpinan daerah selaku pengarah program.

Secara garis besar langkah-langkah cara kerja tim efektif dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.4 Tahapan Kerja Tim Efektif WSP



### 3. Implementasi Kakak Asuh PWS

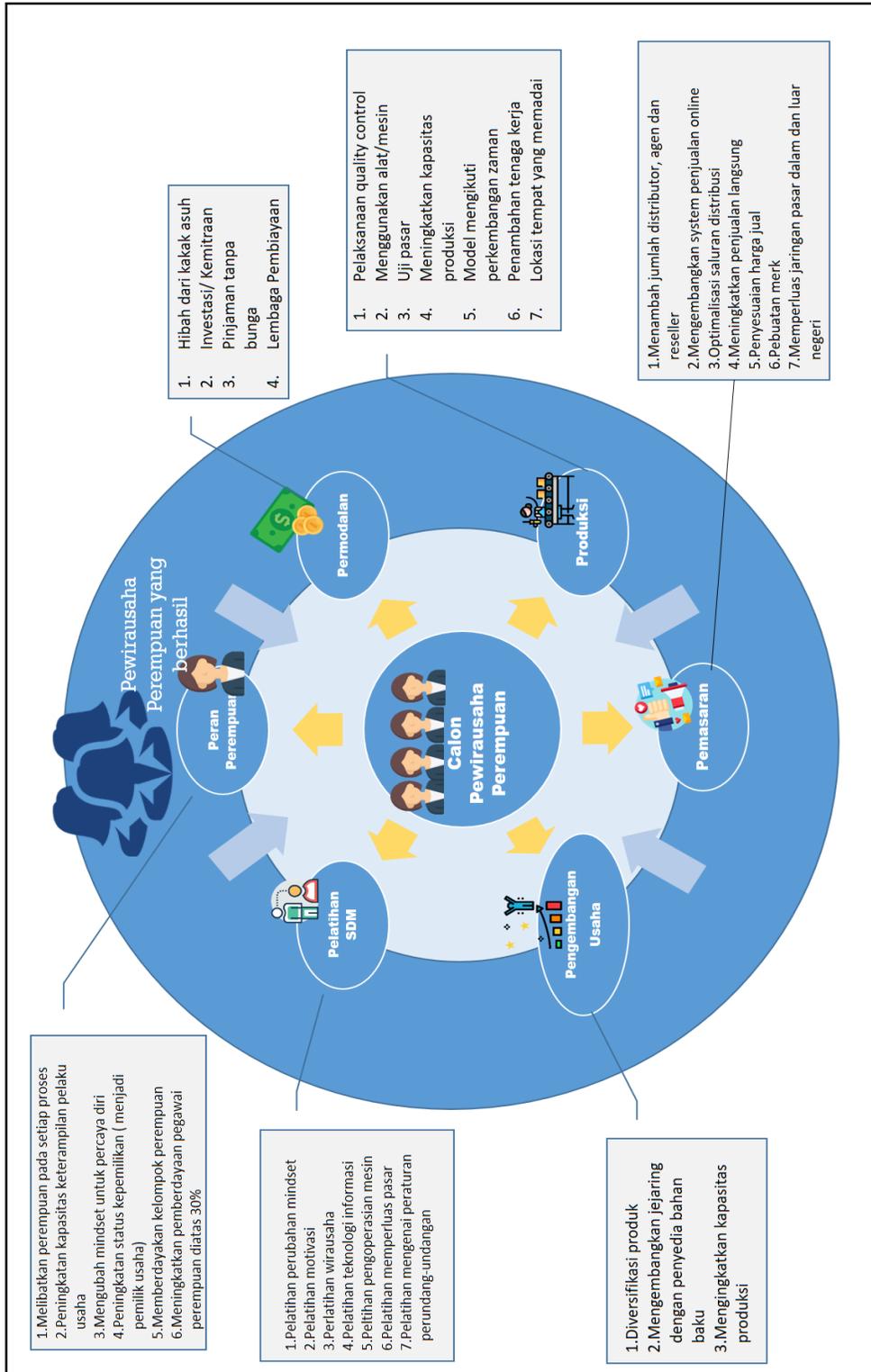
Pemodelan Perempuan Wirausaha Sosial (PWS) ini dibuat berdasarkan hasil temuan data lapangan di dua kota yaitu Kota Bogor dan Provinsi DI Yogyakarta. Alasan pemilihan Kota Bogor karena Bogor merupakan kota yang sangat memperhatikan Pengarusutamaan Gender (PUG) dan memiliki banyak pengusaha perempuan yang aktif dan berhasil di dunia usaha. Hal tersebut sangat mendukung dalam penyusunan model inovasi berbasis gender yang dilakukan.

Selain itu pemilihan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta karena di kota tersebut banyak contoh program pemberdayaan perempuan baik yang diinisiasi oleh pemerintah (KemenPPA, Pemerintah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, dll) dan juga oleh asosiasi-asosiasi maupun organisasi nirlaba seperti IWAPI (Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia) dan PEKKA (Pemberdayaan Perempuan Kepala Keluarga). Hal tersebut dapat disinergikan dengan peran aktif pengusaha perempuan yang pada akhirnya akan dibentuk model baru yang tidak hanya berorientasi ekonomi tetapi juga mempunyai dampak sosial di masyarakat. Dengan pengembangan model PWS ini diharapkan peran aktif perempuan di dalam dunia usaha akan lebih meningkat dan kesenjangan ekonomi antara perempuan dan laki-laki akan berkurang.

Pengembangan model PWS perlu memperhatikan enam aspek utama dalam menjalankan usahanya yaitu: peran perempuan, permodalan, produksi, pemasaran, pengembangan usaha dan pelatihan SDM. Keenam aspek tersebut sangat mempengaruhi PWS terutama aspek peranan perempuan dalam menggerakkan usahanya, karena peran perempuan disini sebagai motor penggerak jalannya usahanya.

Dalam model penguatan PWS ini, perlu dilakukan berbagai alternatif solusi dalam mengembangkan setiap aspek sehingga menjadi faktor pendorong dalam menjalankan usaha. Penguatan juga dapat dilakukan jika dalam usaha oleh PWS mengalami kendala atau hambatan di aspek-aspek tersebut. Model penguatan setiap aspek yang dapat dipilih atau dilakukan dalam PWS dapat dilihat di gambar berikut:

Gambar 4. 5 Implementasi Model Inovasi Kakak Asuh Perempuan Wirusaha Sosial





Gambar di atas menjelaskan mekanisme yang diharapkan dari pola kakak asuh yang diterapkan dalam model ini. Setiap aspek yang dianggap mempengaruhi keberlangsungan usaha diharapkan dapat dicarikan solusi penerapan terbaik sesuai dengan situasi dan kondisi yang dimiliki. Kakak asuh memberikan saran, pendampingan dan contoh-contoh terbaik kepada adik asuhnya sesuai kebutuhan dan kemampuannya.

a. Penguatan Peran Perempuan

Perempuan adalah individu yang unik. Dibalik sikap lemah lembutnya, tak jarang tersimpan potensi yang sangat luar biasa. Perempuan bisa menjalankan banyak fungsi dalam satu waktu bersamaan atau disebut *multitasking*. Selain itu perempuan pun banyak memiliki ketelitian dan kegigihan untuk bekerja membantu suami menambah pendapatan keluarga. Namun kenyataannya, terkadang budaya maupun struktur masyarakat masih membatasi ruang gerak perempuan. Banyak pelaku usaha berhasil yang pada tataran mental masih belum berani untuk meningkatkan usahanya ke tingkat lebih tinggi. Sehubungan dengan hal-hal berikut, dalam program kakak asuh ini banyak hal terkait penguatan peran perempuan yang bisa dilakukan, antara lain :

- 1) Mengubah *mindset* untuk lebih percaya diri dan berani mengambil resiko;
- 2) Mengubah *mindset* perempuan untuk mau memberdayakan diri dan kelompoknya;
- 3) Melibatkan perempuan dalam setiap proses produksi;
- 4) Meningkatkan kapasitas keterampilan perempuan;
- 5) Meningkatkan status kepemilikan usaha;
- 6) meningkatkan pemberdayaan perempuan minimal diatas 30 persen dalam semua sektor produksi usahanya.

Peran kakak asuh yang dapat memberikan langsung contoh praktis bagaimana dirinya berhasil menerapkan penguatan peran perempuan dalam usahanya akan menjadi motivasi bagi adik asuhnya. Selain itu kakak

asuh diharapkan dapat memberikan solusi konkrit dan terbaik bagi masalah-masalah penguatan peran perempuan karena mengerti betul akan kondisi yang dihadapi di lapangan.

b. Permodalan

Salah satu masalah yang ditemui oleh pelaku UMKM atau wirausaha pemula adalah permodalan. Fakta di lapangan terkait permodalan adalah keterbatasan sumberdaya keuangan bagi para wirausaha perempuan skala mikro ini. Data di lapangan menyebutkan bahwa sebagian besar pelaku wirausaha memulai usahanya dengan menggunakan modal mandiri. Sebagian kecilnya memulai usaha dengan mengandalkan hibah pemerintah, atau pinjaman lunak dari koperasi ataupun hibah dari perusahaan swasta atau BUMN sebagai bentuk CSR-nya.

Selanjutnya, pada umumnya ketika usaha telah berjalan dan membutuhkan tambahan modal, umumnya kemudian beberapa pelaku wirausaha ini berusaha mendapatkan pinjaman atau kredit perbankan. Namun data Susenas 2015 menyebutkan bahwa hanya sekitar 1,48 persen pemanfaatan akses kredit oleh kepala rumah tangga perempuan, sedangkan pemanfaatan jenis kredit yang sama oleh laki-laki sekitar dua kali lipat prosentasi tadi yaitu sekitar 3,28 persen. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan akses kredit perbankan oleh perempuan masih sangat belum optimal jika dibandingkan dengan kepala rumah tangga laki-laki.

Dalam program kakak asuh ini, untuk aspek permodalan, ditawarkan pola hibah, kemitraan atau investasi dari kakak asuh kepada adik asuhnya. Hibah artinya kakak asuh menghadiahkan sejumlah modal untuk memulai dan mengembangkan usahanya. Kemitraan atau investasi adalah kakak asuh menyisihkan sejumlah modal sebagai penguatan usaha adik asuhnya dan ada mekanisme kerjasama yang jelas antara hak dan kewajiban diantara keduanya



### c. Produksi

Aspek terpenting dalam suatu pengelolaan usaha adalah produksi. Apapun produk yang dihasilkan, karena ini adalah barang atau jasa yang kemudian akan ditawarkan menjadi barang dan jasa yang mempunyai nilai ekonomi, maka proses produksi harus mendapat perhatian khusus. Produksi barang dan jasa yang baik adalah yang sesuai dengan prosedur yang mensyaratkannya. Seperti misalnya produksi barang berupa makanan, berarti harus memenuhi standar kebersihan, kesehatan, dan kualitas bahan baku.

Contoh lain misalnya produksi kerajinan atau souvenir harus memenuhi standar keamanan kerja, kesehatan dan kebersihan lingkungan sampai dengan pengelolaan limbah produksinya. Demikian pula dengan produksi jasa, terdapat pula standar-standar minimal yang harus dipenuhi seperti misalnya keamanan dan ketertiban lingkungan, keamanan kerja, kesehatan petugasnya dan lain sebagainya. Dalam program kakak asuh itu sendiri, terdapat beberapa alternatif kegiatan yang dapat dilakukan dalam lingkup produksi yaitu:

- 1) Pelaksanaan *quality control* yang konsisten;
- 2) Penggunaan alat atau mesin yang memadai dan ramah lingkungan;
- 3) Meningkatkan kualitas hasil produksi;
- 4) Memproduksi barang dan jasa yang sesuai dengan perkembangan zaman;
- 5) Menambah tenaga kerja;
- 6) Mencari lokasi tempat produksi yang memadai.

### d. Pemasaran

Suatu rantai produksi akan bermuara di proses pemasaran. Banyak wirausaha gagal berkembang bukan karena produk barang atau jasanya tidak bagus atau tidak sesuai selera pasar tetapi karena metode pemasaran yang dipilih kurang tepat. Pemasaran disini berarti luas, termasuk

didalamnya bentuk kemasan, branding atau nama produk, metode atau cara memasarkan apakah offline, online atau gabungan keduanya, kemudian strategi promosi dan lain sebagainya. Kakak Asuh dalam aspek ini sangat diharapkan dapat memberikan bantuan berupa ide atau strategi pemasaran yang baik dan efektif kepada adik asuh binaannya. Hal-hal yang dapat dilakukan antara lain :

- 1) Menambah jumlah distributor, agen atau reseller;
- 2) Mengembangkan sistem pemasaran online menggunakan media sosial;
- 3) Mengoptimalkan saluran distribusi;
- 4) Meningkatkan penjualan langsung;
- 5) Menyesuaikan harga jual;
- 6) Pembuatan merk;
- 7) Memperluas jaringan pasar dalam dan luar negeri.

e. Pengembangan Usaha

Ketika produksi dan pemasaran sudah berjalan lancar, langkah selanjutnya yang harus diperhatikan adalah aspek pengembangan usaha. Hal ini penting karena jika suatu usaha tidak berupaya untuk mengembangkan atau menyesuaikan produknya dengan perkembangan zaman dan permintaan pasar, maka dapat dipastikan usaha tersebut tidak akan bertahan lama. Ketika suatu produk sudah memiliki pasar dan konsumen yang baik, tetap harus selalu dipikirkan bagaimana strategi pengembangan usahanya, hal-hal yang dapat dilakukan antara lain:

- 1) Diversifikasi produk dan test pasar;
- 2) Mengembangkan jejaring dengan penyedia bahan baku;
- 3) Meningkatkan kapasitas produksi;

f. Pelatihan SDM

Manusia sebagai subjek penggerak suatu usaha harus selalu dikembangkan kompetensinya, baik kompetensi teknis maupun kompetensi manajerialnya. Wirausaha baik mikro, kecil maupun menengah harus selalu

mempunyai program untuk memberikan pelatihan bagi sdmnya. Perkembangan zaman harus menjadi tolok ukur dari pelatihan yang akan dibuat. Dengan demikian wirausaha akan selalu *up to date* dan dapat memenuhi kebutuhan pasar.

Banyak cara yang bisa dilakukan untuk memperkuat kompetensi SDM dunia usaha. Banyak pula yang bisa dilakukan tanpa harus mengeluarkan uang banyak. Pelatihan kompetensi termasuk didalamnya penguatan mental dan pola pikir, bukan hanya keterampilan teknis saja.

Secara garis besar implementasi peran kakak asuh dalam mendorong perempuan wirausaha sosial baru, pada setiap aspek dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.6 Peran Kakak Asuh dalam Setiap Aspek WSP



#### **4. Monitoring dan Evaluasi**

Monitoring dan evaluasi dilakukan tim kerja efektif secara berkala, minimal per-tiga bulan. Wirausaha yang sedang mendapatkan pengasuhan harus aktif melaporkan progres maupun kendala yang dihadapi untuk tetap diberikan pendampingan. Dari monitoring tersebut akan didapat data apakah program berjalan baik dan bisa berlanjut sampai wirausaha adik asuh mencapai kondisi mapan. Harapannya di tahap selanjutnya, pola akan bergulir, adik asuh akan menjadi kakak asuh berikutnya kepada wirausaha pemula lainnya. Begitu seterusnya, sehingga kemudian wirausaha sosial perempuan akan menjadi suatu pondasi ekonomi nasional dan penyokong utama kesejahteraan masyarakat.



## BAB V VALIDASI & DISEMINASI MODEL

**T**ahap validasi model dilakukan untuk mencari masukan terkait kemungkinan penerapan model yang telah disusun. Lokus yang dipilih adalah Kabupaten Cianjur dan Kabupaten Cirebon. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat tahun 2015 kedua kabupaten di Jawa Barat ini berdasarkan data sumbangan pendapatan perempuan menurut Kabupaten/Kota di Jawa Barat menduduki rangking lima terendah. Kabupaten Cirebon menduduki peringkat 23 dari 28 Kabupaten/Kota dengan persentase 26.79 persen sedangkan Kabupaten Cianjur menduduki peringkat terendah dengan persentase 20.56 persen. Provinsi Jawa Barat sendiri merupakan provinsi yang berada di peringkat 33 dari 34 provinsi terkait persentase usaha yang dikelola oleh pengusaha perempuan yaitu 24.19 persen.

Validasi model dilakukan dengan metode diskusi terbatas dan visitasi ke lokasi usaha dengan maksud untuk memperoleh data lanjutan melalui wawancara mendalam dengan narasumber. Narasumber dalam diskusi terbatas yang diundang adalah Dinas Pengendalian Penduduk, KB, Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (P2KBP3A), Dinas Koperasi dan UKM, Dinas Perindustrian dan Dinas Perizinan, wirausaha-wirausaha perempuan yang mewakili wirausaha yang sudah berjalan maupun wirausaha pemula untuk sama-sama memberikan masukan terkait model.

Secara umum berdasarkan hasil diskusi, model ini dinilai dapat diterapkan bahkan model pembinaan dan pengasuhan sudah dilakukan oleh dinas-dinas terkait dan para pengusaha di daerah tersebut. Hanya saja, pola-pola pembinaan yang ada saat ini masih bersifat parsial, tidak terkoordinasi, temporer dan tidak berkelanjutan. Telah banyak program pembinaan kewirausahaan yang dilakukan oleh dinas-dinas terkait dalam bentuk pelatihan-pelatihan, baik pelatihan teknis meliputi kompetensi dalam bidang produksi, pemasaran hingga manajemen wirausaha. Namun umumnya semua program tersebut dilakukan temporer tanpa

rencana kerja jangka panjang sampai ke tahap pemantauan untuk melihat sejauh mana perkembangan pasca pelatihan tersebut.

Pemerintah daerah melalui dinas-dinas terkait dan juga pewirausaha-pewirausaha yang telah sukses menjalankan usahanya di Kabupaten Cianjur dan Kabupaten Cirebon memberikan respon positif terhadap model ini dan menyatakan optimis serta kesanggupan untuk dapat terlibat dalam penerapannya. Berikut deskripsi hasil validasi serta rencana penerapan model tersebut:

### **A. Kabupaten Cirebon**

Dari hasil FGD di Kabupaten Cirebon yang diikuti oleh Dinas P2KBP3A, Dinas Koperasi dan UKM, Dinas Perindustrian dan Dinas Perizinan, wirausaha-wirausaha perempuan ditemukan bahwa secara tidak sadar para pelaku usaha khususnya perempuan yang berada di Cirebon telah melakukan model inovasi Perempuan Wirausaha Sosial (PWS). Namun, selama ini masih berjalan sendiri-sendiri sehingga jika menghadapi kendala atau kesulitan relatif lebih susah untuk menemukan jalan keluarnya. Sebagai contoh wirausaha perempuan yang memproduksi furnitur dan tas berbahan kulit Opa Musyaropah telah ‘meluluskan’ atau mencetak dua wirausahawan baru di sektor meubel dan kerajinan kulit tanpa takut menjadi pesaing dan tanpa mengharapkan imbalan sepeser pun. Hanya saja wirausahawan yang telah dibantu tersebut adalah laki-laki, Opa kesulitan mencari calon ‘adik asuh’ perempuan yang dapat dibina.

*Gambar 5.1 FGD Uji Validasi di Cirebon*



Contoh lain adalah Indrawati yang telah sukses menjalankan bisnis keripik pisang selama 15 tahun, telah menyatakan siap menjadi kakak asuh dan memberikan bimbingan kepada adik asuh secara cuma-cuma. Begitu juga hal yang dilakukan oleh Puji Astuti yang selama ini pun telah menjadi pendamping bagi para calon wirausahawan melalui program 100 ribu wirausahwan di Jawa Barat. Dorongan menjadi kakak asuh bagi Puji merupakan panggilan hati tanpa didasari niatan takut pesaing serta mengharapkan imbalan materi lainnya. Upaya yang dilakukan oleh Puji adalah murni niat untuk menolong sesama dan hanya mengharapkan pahala.

Pada prinsipnya model inovasi berbasis gender wirausaha perempuan sosial dapat diterapkan di Kabupaten Cirebon. Dikarenakan memang para pelaku usaha yang berhasil disana memiliki jiwa sosial yang tinggi dan keinginan membantu sesama yang tinggi pula. Disini perlu peran aktif dari Pemerintah Daerah setempat dalam hal ini Dinas P2KBP3A dan dinas terkait lainnya untuk dapat menjadi jembatan dan pembina para wirausaha sosial perempuan ini. Kendala yang sering dihadapi untuk menumbuhkembangkan wirausaha perempuan di Kabupaten Cirebon adalah semangat untuk melanjutkan usaha secara mandiri yang masih rendah. Artinya calon pewirausaha cenderung tidak punya kemauan kuat untuk bertahan memberdayakan dirinya untuk meningkatkan usahanya. Motivasi dan pendampingan serta dukungan dari keluarga menjadi faktor penting untuk pengembangan wirausaha perempuan di Kabupaten Cirebon.

*Tabel 5.1 Data Hasil Validasi Model Inovasi Berbasis Gender Kabupaten Cirebon*

STAKEHOLDER	MASUKAN
DPPKBP3A	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Program-program pemberdayaan perempuan memang sudah banyak dilakukan di Kabupaten Cirebon seperti PEKKA (Perempuan Kepala Keluarga) dengan kegiatan berupa pelatihan-pelatihan untuk perempuan, antara lain pelatihan membuat kerajinan dan makanan dengan menghadirkan narasumber yang sudah dibina oleh Dinas Perindag.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selain itu, ada program PRIMA (Perempuan Maju mandiri) yang memang fokusnya kegiatannya untuk perempuan namun para perempuan mengalami beberapa kendala seperti modal, pemasaran, keterbatasan alat, dan keterbatasan bahan baku.</li> <li>• Penerapan model inovasi ini sudah barang tentu akan lebih mendorong kelompok perempuan Kab Cirebon untuk berwirausaha.</li> </ul>
<b>Dinas Perindustrian</b>	Di kabupaten Cirebon Wirausaha sosial perempuan yang mampu membimbing orang lain pun belum banyak ditemui. Dengan model inovasi yang telah dikembangkan LAN dapat lebih mendorong perempuan wirausaha di Kabupaten Cirebon.
<b>Dinas UMKM dan Koperasi</b>	Program pemberdayaan perempuan seperti Model Inovasi Berbasis Gender dengan menekankan peran wirausaha sosial perempuan belum ada. Oleh karena itu, penerapannya perlu dukungan dan komitmen semua pihak.
<b>DPMPTSP</b>	Kami optimis bahwa model seperti wsp ini akan mampu diimplementasikan di Kabupaten Cirebon.
<b>Wirausaha Furnitur</b>	Terkait dengan implementasi Model Inovasi Berbasis Gender yang berfokus pada WSP, sebenarnya sudah menerapkannya namun terbatas pada gender laki-laki. Kami juga memberikan kesempatan kepada karyawannya untuk berkembang dan mandiri dengan memberi modal usaha dan peminjaman alat. Untuk memberdayakan perempuan di sekitarnya, dibutuhkan tenaga kreatif untuk mampu mengolah potensi sisa potongan kulit untuk dijadikan kerajinan tangan yang mempunyai nilai jual. Disamping itu, perlu sebuah cara untuk merubah mindset para perempuan untuk mau berkembang dan mandiri.
<b>Wirausaha Batik</b>	Perlu adanya pelatihan menjahit dan kegiatan yang dapat merubah mindset perempuan yang diselenggarakan dari Pemerintah agar menumbuhkan semangat bagi para perempuan sekitar untuk berusaha.
<b>Wirausaha Keripik Pisang</b>	Perlunya peran pemerintah untuk mengkoordinir pengembangan wirausaha perempuan.

<b>Wirausaha Kuliner dan abon</b>	Sebagai wirausaha berhasil dan sudah berpengalaman menjadi mentor bagi perempuan wirausaha pemula, bersedia ketika diamanahi untuk membimbing wirausaha pemula dalam pelaksanaan model ini.
<b>Wirausaha Pakaian Muslim</b>	Perlu adanya cara untuk merubah mindset perempuan yang ada disekitarnya agar mau berusaha dan berdaya.

## B. Kabupaten Cianjur

Hasil FGD di Kabupaten Cianjur yang diikuti oleh Dinas PPKBP3A, Dinas KUKM, Perindustrian dan Perizinan, dan wirausaha-wirausaha perempuan juga menemukan kondisi yang sama, yaitu bahwa model ini implementatif karena saat ini praktek serupa telah dilakukan walau tanpa koordinasi yang menyeluruh. Di Kabupaten Cianjur saat ini telah ada dibangun PLUT (Pusat Layanan Usaha Terpadu) UMKM di daerah Cipanas. Unit teknis ini berfungsi untuk memberikan pelatihan UMKM, kewirausahaan dan pelayanan perizinan.

*Gambar 5.2 FGD Uji Validasi di Cianjur*



Selain inisiasi yang dilakukan pemerintah, dari masyarakat telah ada inisiasi seperti misalnya adanya komunitas ABCGM (Akademisi, Bisnis, *Corporate*, *Government* dan Media) yang terbentuk mulai provinsi Jawa Barat dan beberapa Kabupaten/Kota diantaranya Cianjur dan Sukabumi yang berperan diantaranya memberikan pelatihan-pelatihan wirausaha termasuk pelatihan ekspor dan sudah ada pelaku usaha yang berhasil. Kabupaten Cianjur berharap model ini dapat diterapkan sebagai program kerja karena mengharapkan perempuan-perempuan di Kabupaten Cianjur dapat berwirausaha mengingat di Kabupaten Cianjur sangat banyak tersedia bahan baku lokal yang bisa diolah.

Wirausaha perempuan yang sudah berhasil menjalankan usaha menyatakan kesanggupan untuk menjadi kakak asuh dan bahkan saat ini telah menjalankan fungsi tersebut walaupun belum spesifik kepada wirausaha perempuan. Pewirausaha sukses ini siap untuk memberikan pembinaan sesuai kekhasan skill yang dimilikinya seperti misalnya: kesanggupan memberikan pelatihan pembuatan abon kemanapun keseluruhan Indonesia, kesanggupan untuk membantu dalam hal promosi pemasaran produk melalui radio, hingga kesanggupan untuk membantu menyediakan modal alat dan pelatihan menjahit dan produk fashion dan lain sebagainya.

Tabel 5.2 Data Hasil Validasi Model Inovasi Berbasis Gender Kabupaten Cianjur

STAKEHOLDER	MASUKAN
DPPKBP3A	Program-program pemberdayaan perempuan memang sudah banyak dilakukan di Kabupaten Cianjur melalui kegiatan berupa pelatihan-pelatihan untuk perempuan, pemberian advokasi terhadap masalah hukum (perceraian, kekerasan). Ada komunitas UPPKS yang memang binaan dari Dinas PPKBP3A Cianjur. Model ini bagus
Dinas Koperasi, Perindustrian	Dinas Koperasi mengelola koperasi wanita dengan 250 anggota. Usaha yang kami buat antara lain dendeng belut, dan untuk karang taruna ada usaha itik. Kendala yang kami hadapi adalah ketersediaan bahan baku. Kami

<b>dan Perdagangan</b>	kesulitan mendapatkan bibit itik. Dengan adanya model ini kami berharap mendapat jejaring yang bisa menghubungkan kami dengan bahan baku maupun pemasaran.
<b>Dinas Perizinan</b>	Model yang telah didesain tawarkan bagus dan mungkin bapak bisa melihat PLUT kami untuk menambah masukan terhadap model yang ditawarkan. Kita juga siap membantu memfasilitasi salah satunya pengurusan HAKI untuk pelaku UMKM. Untuk perijinan UMK cukup di kami tidak perlu ke dinas perijinan.
<b>IWAPI</b>	Kebetulan usaha saya dari Radio, saya membantu rekan-rekan IWAPI melalui pemasaran melalui radio. Teman-teman kami banyak yang seperti ibu Lani, yaitu memberi motivasi kepada pelaku UMKM pemula. Kami juga memfasilitasi produk UMKM dengan menyediakan stand sebagai galeri produk peserta IWAPI. Untuk model Inovasi WSP saya kira bisa diimplementasikan.
<b>UPPKS</b>	UPPKS mewakili dari UMKM pemula. Karena keterbatasan modal dan <i>skill</i> kami belum bisa berkembang. Dengan model tadi yaitu Kakak Asuh, kami bisa dihubungkan dengan tentang pemodal, bahan baku dan semua aspek yang diperlukan. Ketika saya berkunjung ke yang berhasil rata-rata mereka sudah ada tim yaitu ada yang bagian IT, bagian pemasaran dan lainnya. Karena itu dengan adanya program Kakak Asuh kita berharap banyak bisa membantu. Karena kendala yang kita hadapi adalah kita berjalan sendiri-sendiri.
<b>PEKKA</b>	PEKKA lebih menekankan kepada pemberdayaan perempuan dan perlindungan kepada perempuan. Karena rata-rata kami sebagai kepala keluarga. Dengan adanya Kakak Asuh saya sangat mendukung. Kami ada 32 kelompok perempuan dan memiliki potensi untuk dikembangkan.
<b>Pelaku Usaha</b>	Terkait dengan implementasi Model Inovasi Berbasis Gender yang berfokus pada WSP, Lani sebenarnya sudah menerapkannya. Mulai dari permodalan sampai pemasaran Lani merangkul penduduk sekitar untuk

mengembangkan usahanya. Lani juga membuka diri bagi masyarakat yang mau belajar cara beternak puyuh. Beliau juga memfasilitasi pembuatan kandang puyuh maupun mesin penetasan puyuh. Untuk model beliau sangat setuju dan menganggap model ini implementatif karena beliau sudah menjalankannya.

### C. Analisis Validasi

Bagi para wirausaha pemula, pembinaan kewirausahaan melalui pola kakak asuh diyakini dapat menjadi jalan keluar bagi kesulitan yang dirasakan wirausaha-wirausaha pemula khususnya terkait permodalan, bahan baku dan pemasaran. Selama ini wirausaha perempuan pemula ini merasakan jika menghadapi kesulitan mereka bingung mencari bantuan dan solusi.

Para wirausaha perempuan yang telah berhasil menjalankan usahanya pun masih tetap memerlukan penguatan-penguatan untuk memperluas usahanya. Penguatan yang paling utama dibutuhkan adalah 1) adanya tenaga kerja yang mau belajar dan memperkuat usaha, 2) tenaga kreatif yang dapat memberikan ide untuk memanfaatkan limbah produksi yang dapat diolah menjadi barang bernilai ekonomi, 3) memperluas jejaring usaha dalam rangka keamanan ketersediaan bahan baku. Sangat penting untuk selalu memberikan inputan untuk merubah *mindset* perempuan yang lahir dari hambatan budaya dan lingkungan.

Validasi model selain dilakukan di dua lokus sebagaimana dijelaskan diatas, model ini pun divalidasi melalui diskusi terbatas dengan dewan pengurus pusat IWAPI (Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia) dan mendapat respon sangat positif. IWAPI selama 45 tahun berjuang untuk meningkatkan pemberdayaan perempuan melalui program Panglima, menyatakan bahwa model ini dapat diterapkan menjadi program kerja dan IWAPI bersedia mendukung penuh dalam pelaksanaannya. Program kerja IWAPI melalui PANGLIMA menitikberatkan fokus agar perempuan pengusaha memiliki pemantapan pengetahuan dan keterampilan, memiliki akses keuangan sumberdaya, memiliki peluang memperluas jaringan usaha, memiliki akses untuk membuka dan memanfaatkan peluang usaha, serta memiliki akses untuk memantapkan sikap dan perilaku. Hal ini sangat sejalan dengan aspek-aspek



yang diidentifikasi dan menjadi fokus model. Sehingga dengan demikian melalui model pola kakak asuh ini tujuan bersama akan dapat dicapai.

#### **D. Diseminasi Model Melalui Seminar Nasional**

Partisipasi perempuan dalam pembangunan ekonomi tidak hanya untuk meningkatkan kesejahteraan rumah tangga dan menurunkan tingkat kemiskinan tetapi juga merupakan pondasi yang kokoh di sektor lain. Oleh karena itu, perempuan yang berkecimpung dalam kegiatan ekonomi memiliki kontribusi yang unik baik bagi pembangunan ekonomi dan sosial. Dengan berkontribusi pada keuangan rumah tangga dan pembangunan masyarakat, perempuan mampu menghasilkan lebih dari sekedar biaya hidup, tetapi juga mendapatkan posisi terhormat di masyarakat. Selain juga dengan memantapkan perekonomian keluarga, perempuan juga akan mampu mengendalikan isu-isu seperti keluarga berencana dan mencegah pernikahan anak usia dini. Dengan banyak potensi yang dimiliki perempuan tersebut jika mereka diberdayakan secara ekonomi dan intelektualitas, maka hal ini akan sangat efektif bagi pembangunan masyarakat dan bangsa.

Seminar nasional ini bermaksud untuk mendiseminasi ide kerja bersama atas dasar *Co-Creating Mechanism* dengan semangat gotong royong dan kepedulian sosial khususnya dari perempuan wirausaha yang sudah berhasil menjalankan usahanya kepada perempuan-perempuan di sekitar lingkungannya agar dapat juga menjadi perempuan yang berdaya ekonomi. Caranya melalui program pendampingan serupa pola kakak asuh yang ikhlas dan tulus yang memberikan bimbingan dari berbagai indikator penting dalam pengembangan usaha. Dengan demikian, perempuan wirausaha yang telah berhasil tersebut telah secara nyata menjalankan praktek *womansociopreneurship* yaitu perempuan wirausaha yang dapat memberikan dampak terhadap lingkungan sosialnya. Selanjutnya pada jangka panjang, perempuan-perempuan wirausaha pemula yang menerima asuhan dan bimbingan pada akhirnya akan bisa mereplikasi ide dan cara kerja program ini sehingga pada akhirnya *multiflier effect* yang ditimbulkan akan bermuara pada kesejahteraan masyarakat.

Peserta Seminar Nasional Model Inovasi Berbasis Gender “Menumbuhkembangkan Perempuan Wirausaha Sosial” berasal dari berbagai instansi pemerintah, baik dari Kementerian, Lembaga maupun Pemerintah Daerah. Peserta yang diundang dalam seminar ini berasal dari instansi maupun lembaga yang mempunyai *concern* terhadap isu-isu gender terutama dalam pengembangan Perempuan Wirausaha Sosial. Peserta Pemerintah Daerah berasal dari daerah sekitar Jabodetabek dan Banten yang mempunyai tugas dan fungsi dalam pemberdayaan perempuan. Sedangkan dari peserta dari internal Lingkungan LAN terdiri Para JPT Madya dan Pratama, Pejabat Administrator dan Pengawas, dan JFT, selain itu juga ada yang berasal dari STIA LAN Jakarta.

Narasumber yang hadir dan berbagi pengalaman dengan berasal dari berbagai kalangan, yakni Ibu Eva Sundari Anggota Komisi XI DPR RI, Bapak M. Ihsan Asisten Deputi Kesetaraan Gender Bidang Ekonomi Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, dan Ibu Rina Prihatiningsih Ketua Komite Tetap Sekjen DPP IWAPI, dan Deputi Bidang Inovasi Administrasi Negara LAN RI Bapak Tri Widodo Wahyu Utomo.

Adapun hasil Seminar Nasional sebagai berikut:

*Tabel 5.3 Masukan Narasumber Pada Seminar Nasional*

Stakeholders	Masukan
<b>Kepala LAN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Model inovasi yang kami tawarkan ini memberi kesempatan kepada pemerintah untuk dapat mendorong semaksimal mungkin peran serta masyarakat dengan cara mempertemukan pengusaha perempuan yang berhasil dengan perempuan calon pewirausaha baru melalui pola kakak asuh.</li> <li>▪ Dalam prakteknya pola-pola semacam ini sudah banyak dilakukan baik oleh pemerintah, asosiasi dan perguruan tinggi. Namun, sayangnya banyak program tersebut yang tidak terkoordinasi dengan baik dan tidak berkesinambungan.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Atas dasar inilah model ini disusun dengan tujuan untuk memperkuat sinergitas pemerintah dan masyarakat dalam hal meningkatkan kesertaan gender dan penguatan ekonomi perempuan.</li> <li>▪ Hal ini pada akhirnya diharapkan dapat mendorong kemandirian dan meningkatkan peran perempuan dalam perekonomian Indonesia karena perempuan adalah salah satu potensi dalam pembangunan nasional yang belum dioptimalkan.</li> </ul>
<p><b>Eva Sundari</b> Anggota Komisi XI DPR RI</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pengembangan perempuan wirausaha secara individu dapat dilakukan. Namun jangan melupakan sistem kelompok.</li> <li>▪ Salah satu upaya meningkatkan peran kelompok adalah dengan prinsip koperasi.</li> <li>▪ Karena sistem didalam koperasi menggabungkan aspek bisnis dan aspek sosial.</li> <li>▪ Untuk meningkatkan kapasitas masyarakat, tidak hanya pendidikan ekonomi. Pendidikan politik sama pentingnya agar dapat menempatkan standing position yang lebih baik.</li> <li>▪ Pemberdayaan berbasis kawasan menjadi lebih relevan dalam upaya pengentasan kemiskinan. Dikarenakan perubahan otomatis akan dilaksanakan secara masal, tidak hanya oleh individu.</li> </ul>
<p><b>M. Ihsan</b> Asisten Deputi Kesetaraan Gender Bidang Kementerian PPA</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sinergitas instansi pemerintah yang masih kurang</li> <li>▪ KPPPA mempunyai prioritas program 3 ends salah satunya untuk mengakhiri kesenjangan akses ekonomi bagi perempuan dengan memberikan pelatihan, permodalan, pembiayaan alternatif bagi perempuan pelaku usaha mikro.</li> <li>▪ Inovasi yang signifikan yang dapat merubah perilaku, memperbaiki hubungan suami dan istri. MIBG akan memperbaiki hubungan laki-laki dan perempuan.</li> </ul>
<p><b>Rina Prihatiningsih</b> Ketua Komite Tetap Sekjen DPP IWAPI</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Di IWAPI banyak pengusaha yang menjadi kakak asuh bagi pengusaha lain. IWAPI membentuk sister-sister yang kuat untuk membimbing anggota binaan dan kawula muda agar bisnis tersebut terus berlanjut.</li> </ul>

**Tri Widodo  
Wahyu  
Utomo, Deputi  
Bidang  
Inovasi  
Administrasi  
Negara LAN RI**

- Inovasi itu mengandung unsur kebaruan. MIBG untuk menumbuhkembangkan PWS ditambahkan unsur sosial dan unsur sosial itu termasuk unsur kebaruan. MIBG termasuk dalam inovasi hubungan dengan menciptakan pola hubungan baru.



## BAB VI KESIMPULAN

**P**rogram pemberdayaan ekonomi perempuan bukanlah hal yang baru. Pemerintah telah banyak menginisiasi program sejenis. Dengan perkembangan zaman seperti saat ini, bukanlah hal yang tepat jika semua aspek terkait kesejahteraan masyarakat menjadi beban pemerintah lagi. Sudah saatnya semua masyarakat ikut terlibat dan menggalang kerjasama semaksimal mungkin untuk bersama mewujudkan kesejahteraan masyarakat yang lebih baik.

Walaupun saat ini dalam prakteknya sudah banyak dilakukan kegiatan-kegiatan sejenis pembinaan terhadap pengusaha perempuan baik yang diinisiasi pemerintah maupun kelompok profesi, namun demikian hal ini belumlah cukup karena umumnya pelatihan hanya bersifat temporer dan berjalan sendiri-sendiri.

Model ini menawarkan suatu mekanisme kerja yang kental dengan nuansa koordinasi dan bekerjasama, utamanya dari masyarakat untuk masyarakat dengan pihak pemerintah sebagai pengarah saja. Pola pembinaan yang diterapkan pun utuh, mulai dari awal menggali potensi usaha hingga aspek ke pengembangan usaha dan replikasinya, sehingga pada akhirnya akan tercipta wirausaha-wirausaha perempuan sosial yang dapat menopang kestabilan perekonomian nasional.

Asosiasi dan lembaga swadaya masyarakat yang aktif terlibat dalam upaya pemberdayaan ekonomi perempuan memberikan respon sangat positif terhadap model ini. Lembaga-lembaga ini siap bekerjasama mendukung pengimplementasian model. Model menumbuhkembangkan perempuan wirausaha perempuan ini akan selaras dengan tujuan pembangunan pemberdayaan perempuan nasional yaitu mengakhiri kesenjangan ekonomi bagi perempuan. Melalui model ini perempuan akan membantu perempuan lainnya dalam upaya meningkatkan kapasitas penguatan ekonomi perempuan untuk keluarga, masyarakat dan bangsa Indonesia yang lebih sejahtera.

## A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan analisis bab-bab sebelumnya, maka dari kegiatan pemodelan inovasi berbasis gender ini dapat menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Program pemberdayaan ekonomi perempuan dalam prakteknya sudah banyak dilakukan melalui kegiatan-kegiatan sejenis pembinaan terhadap pewirausaha perempuan baik yang diinisiasi pemerintah maupun kelompok profesi. Namun demikian hal ini belumlah cukup karena umumnya pelatihan hanya bersifat temporer dan berjalan sendiri-sendiri. Oleh karena itu, model yang telah dikembangkan lebih menekankan adanya sinergitas, kolaborasi dan partisipasi masyarakat sehingga diharapkan terwujud keberlangsungan dan keberlanjutan usaha.
2. Aspek-aspek utama model yang telah dikembangkan dalam rangka menumbuhkembangkan perempuan wirausaha sosial mencakup:
  - a. **Pewirausaha perempuan yang telah berhasil** sebagai kakak asuh bagi calon-calon pewirausaha baru. Dalam program kakak asuh ini banyak hal terkait penguatan peran perempuan yang bisa dilakukan, antara lain: (a) Mengubah *mindset* untuk lebih percaya diri dan berani mengambil resiko; (b) Mengubah *mindset* perempuan untuk mau memberdayakan diri dan kelompoknya; (c) Melibatkan perempuan dalam setiap proses produksi; (d) Meningkatkan kapasitas keterampilan perempuan; (e) Meningkatkan status kepemilikan usaha; dan (f) meningkatkan pemberdayaan perempuan minimal diatas 30 persen dalam semua sektor produksi usahanya.
  - b. **Pemodalan** menjadi hal yang penting dalam mendukung penciptaan dan pengembangan usaha bagi pewirausaha perempuan. Dalam program kakak asuh ini, untuk aspek permodalan, ditawarkan pola hibah, kemitraan atau investasi dari kakak asuh kepada adik asuhnya. Hibah artinya kakak asuh menghadiahkan sejumlah modal untuk memulai dan mengembangkan usahanya. Kemitraan atau investasi



adalah kakak asuh menyisihkan sejumlah modal sebagai penguatan usaha adik asuhnya dan ada mekanisme kerjasama yang jelas antara hak dan kewajiban diantara keduanya.

- c. Aspek **Produksi** memegang peranan sangat penting dalam suatu pengelolaan usaha. Oleh karena itu, apapun produk yang dihasilkan, karena ini adalah barang atau jasa yang kemudian akan ditawarkan menjadi barang dan jasa yang mempunyai nilai ekonomi, maka proses produksi harus mendapat perhatian khusus. Produksi barang dan jasa yang baik adalah yang sesuai dengan prosedur yang mensyaratkannya. Seperti misalnya produksi barang berupa makanan, berarti harus memenuhi standar kebersihan, kesehatan, dan kualitas bahan baku.

Dalam model kakak asuh ini, terdapat beberapa hal yang dapat dilakukan dalam lingkup produksi yaitu: (a) Pelaksanaan *quality control* yang konsisten; (b) Penggunaan alat atau mesin yang memadai dan ramah lingkungan; (c) Meningkatkan kualitas hasil produksi; (d) Memproduksi barang dan jasa yang sesuai dengan perkembangan zaman; (e) Menambah tenaga kerja; dan (f) Mencari lokasi tempat produksi yang memadai.

- d. **Pemasaran** merupakan muara dari proses produksi. Oleh karena itu memerlukan metode dan strategi yang tepat. Aspek pemasaran disini dimaknai secara luas, termasuk didalamnya bentuk kemasan, branding atau nama produk, metode atau cara memasarkan apakah offline, online atau gabungan keduanya, kemudian strategi promosi dan lain sebagainya. Kakak Asuh dalam aspek ini sangat diharapkan dapat memberikan bantuan berupa ide atau strategi pemasaran yang baik dan efektif, antara lain: (a) Menambah jumlah distributor, agen atau reseller; (b) Mengembangkan sistem pemasaran online menggunakan media sosial; (c) Mengoptimalkan saluran distribusi; (d) Meningkatkan penjualan langsung; (e) Menyesuaikan harga jual; (f) Pembuatan merk; dan (g) Memperluas jaringan pasar dalam dan luar negeri.

- e. **Pengembangan usaha** sangat penting ketika produksi dan pemasaran sudah berjalan lancar. Hal ini penting karena jika suatu usaha tidak berupaya untuk mengembangkan atau menyesuaikan produknya dengan perkembangan zaman dan permintaan pasar, maka dapat dipastikan usaha tersebut tidak akan bertahan lama. Beberapa hal yang dapat dilakukan antara lain: (a) Diversifikasi produk dan test pasar; (b) Mengembangkan jejaring dengan penyedia bahan baku; (c) Meningkatkan kapasitas produksi.
  - f. **Pelatihan SDM** juga menjadi salah satu kunci sukses dalam pengembangan dan penguatan Perempuan Wirausaha Sosial. Dengan demikian wirausaha akan selalu *up to date* dan dapat memenuhi kebutuhan pasar. Banyak cara yang bisa dilakukan untuk memperkuat kompetensi SDM dunia usaha. Pelatihan kompetensi termasuk didalamnya penguatan mental dan pola pikir, bukan hanya keterampilan teknis saja.
3. Pendampingan oleh kakak asuh terhadap 6 aspek sebagaimana tersebut di atas menjadi sesuatu yang mutlak harus dilakukan terhadap calon-calon perempuan wirausaha sosial untuk menjamin keberhasilannya. Sedangkan bagi para perempuan wirausaha sosial yang usahanya telah berjalan akan tetapi membutuhkan penguatan-penguatan lebih lanjut, maka pendampingan oleh kakak asuh hanya fokus pada aspek-aspek yang diperlukan penguatan lebih lanjut.

## B. Rekomendasi

Model ini dapat diterapkan dengan baik sebagai upaya penguatan sinergi kerjasama antara pemerintah dan elemen masyarakat. Asosiasi perempuan pengusaha seperti misalnya IWAPI yang memiliki cabang di 33 daerah telah dengan positif merespon inisiatif yang diusulkan model ini. Diharapkan pemerintah baik pusat maupun daerah dapat menerapkan model ini untuk meningkatkan keberhasilan program pemberdayaan ekonomi masyarakat. Penerapan pola kakak

asuh yang selama ini dilaksanakan secara parsial membutuhkan koordinasi dan kelembagaan yang lebih baik sehingga akan lebih berdampak.

Pemerintah pusat dalam hal ini Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak sebagai *leading* unit pembangunan pemberdayaan perempuan dapat mengadopsi model ini untuk kemudian dijadikan program kegiatan melalui *piloting project* di beberapa daerah untuk kemudian bisa diterapkan secara lebih luas di berbagai daerah. Hal ini tentu akan sangat baik dan sejalan dengan program pemberdayaan ekonomi yang selama ini telah dilaksanakan namun sayang belum mengoptimalkan kemandirian masyarakat. Selain itu, melalui kajian ini, tim merekomendasikan adanya penguatan koordinasi kebijakan tentang pembangunan pemberdayaan perempuan dan dimasukkan dalam rencana pembangunan jangka panjang nasional 2020-2024. Koordinasi yang harmonis antara semua elemen yang terkait baik pemerintah maupun masyarakat dalam rangka pemberdayaan ekonomi perempuan diyakini akan menghasilkan *outcome* kesejahteraan perempuan, keluarga, dan bangsa.

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka rekomendasi yang dapat diberikan dalam penyusunan pemodelan inovasi berbasis gender untuk menumbuhkembangkan perempuan wirausaha sosial adalah:

1. Perlunya perubahan orientasi kebijakan dan program yang selama ini dilakukan baik oleh Kementerian/Lembaga/Pemerintah Daerah yang cenderung tidak sinergi dalam bentuk pemberian umpan (ikan) ternyata tidak berdampak pada pengembangan dan keberlanjutan. Berdasarkan hal tersebut, maka kebijakan dan program tersebut harus dirubah dalam bentuk pemberian kail. Dengan begitu diharapkan timbul semangat untuk maju, motivasi, sinergi, kolaborasi dan partisipasi kelompok perempuan, pengusaha dan pemerintah.
2. Lebih mendorong perempuan wirausaha yang sudah cukup berhasil untuk menjadi kakak asuh bagi perempuan wirausaha pemula serta penguatan bagi wirausaha-wirausaha yang membutuhkan

pengembangan lebih lanjut melalui koordinasi, kolaborasi dan sinergitas antar stakeholders.

3. Untuk menjamin keberhasilan dalam penerapan model ini, maka langkah-langkah implementasi model, yang meliputi: (a) internalisasi nilai-nilai PWS; (b) membentuk Tim Efektif PWS; (c) implementasi Kakak Asuh PWS; dan (d) Monitoring dan Evaluasi.
4. Perlunya disusun *policy brief* atau *policy paper* yang lebih simple untuk mendorong instansi berwenang memanfaatkan model tersebut menjadi kebijakan nasional dalam menumbuhkembangkan perempuan wirausaha sosial.



## DAFTAR PUSTAKA

- \_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. *DEFINISI METODE DESKRIPTIF*. Diakses pada tanggal 4 Oktober 2018 melalui <https://idtesis.com/metode-deskriptif/>
- \_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. *Goal 5: Achieve gender equality and empower all women and girls*. Diakses pada tanggal 17 Mei 2018 melalui <https://www.un.org/sustainabledevelopment/gender-equality/>
- \_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. *Ragam Pelatihan Wirausaha Yang Potensial Untuk di Ikuti*. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2018 melalui <https://infopeluangusaha.org/ragam-pelatihan-wirausaha-yang-potensial-untuk-di-ikuti/>
- \_\_\_\_\_. \_\_\_\_\_. *Sociopreneurship: Responsible Businesses of the New Age*. Diakses pada tanggal 18 Oktober 2018 melalui <https://www.suliver.org/sociopreneurship-responsible-businesses-of-the-new-age/>
- \_\_\_\_\_. 2015. *Sociopreneurship – Pengertian dan Dampaknya Pada Kesejahteraan Bangsa Dimasa Depan*. Diakses pada tanggal 18 Oktober 2018 melalui [blog.tempat-usaha.com/berita/sociopreneurship.html](http://blog.tempat-usaha.com/berita/sociopreneurship.html)
- \_\_\_\_\_. 2018. *Kesetaraan Gender, Indonesia Masuk 10 Besar di Asia*. Diakses pada tanggal 27 September 2018 melalui <https://katadata.co.id/infografik/2018/09/12/kesetaraan-gender-indonesia-masuk-10-besar-di-asia>
- \_\_\_\_\_. 2018. *Sri Mulyani: Perempuan Adalah Masa Depan Asia*. Diakses pada tanggal 9 Oktober 2018 melalui [www.beritasatu.com/ekonomi/509966-sri-mulyani-perempuan-adalah-masa-depan-asia.html](http://www.beritasatu.com/ekonomi/509966-sri-mulyani-perempuan-adalah-masa-depan-asia.html)
- Achmad, Mahmud. 2008. *Tehnik Simulasi dan Permodelan*. Yogyakarta. Universitas Gajah Mada
- Anita, Syahfitri. 2006. *Gerakan Perempuan: Tinjauan Sejarah (Sebagai Pengantar Diskusi Lingkar Studi Perempuan)*. Jakarta
- Badan Pusat Statistik. 2015. *Survei Angkatan Kerja Nasional*. Badan Pusat Statistik

- Badan Pusat Statistik. 2015. *Suvei Sosial Ekonomi Nasional*. Badan Pusat Statistik
- Creswell, Jhon W. 2010. *Research Design, Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan mixed*. Yogyakarta, Pustaka Pelajar
- Dibi. 2016. *Sociopreneurship Bisa Menghasilkan Profit*. Diakses pada tanggal 18 Oktober 2018 melalui <https://swa.co.id/swa/business-strategy/sociopreneurship-bisa-menghasilkan-profit>
- Iffah. 2018. *Memanfaatkan Internet Sebagai Media untuk Menembus Pasar Luar Negeri*. Diakses pada tanggal 24 Oktober 2018 melalui <http://goukm.id/memanfaatkan-internet-menembus-pasar-luar-negeri/>
- Iffah. 2018. *Strategi Pemasaran Efektif di Sosial Media dengan Budget Minimal*. Diakses pada tanggal 24 Oktober 2018 melalui <http://goukm.id/strategi-pemasaran-efektif-di-sosial-media/>
- Kalyani, B. Kumar, D. 2011. *Motivational Factors, Entrepreneurship and Education: Study with Reference to Women in SMEs. Far East of Psychology and Business, Vol. 3, No.3 seperti dikutip Nina Aimasari 1, Astri Ghina 2, dalam Analisis Faktor-Faktor Yang Memotivasi Wanita Untuk Menjadi Wirausaha (Studi Pengusaha Wanita Umkm Di Kota Bandung Tahun 2015), ISSN: 2355-9357 e-Proceeding of Management: Vol.2, No.3 Desember 2015 | Page 2795*
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. 2016. *Potret Ketimpangan Gender dalam Ekonomi*. Jakarta. CV. Merdeka Sama 2017.
- LAN. 2014. *Handbook Inovasi Administrasi Negara*. Jakarta,
- LPPI dan Bank Indonesia. 2015. *PROFIL BISNIS USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM)*. Jakarta.
- Merina, N. 2016. *Pengertian UKM & UMKM? Bagaimana Usaha Kecil Menengah di Indonesia*. Diakses pada tanggal 5 Oktober 2018 melalui <http://goukm.id/apa-itu-ukm-umkm-startup/>
- Nugroho, Riant. 2008. *Gender dan Strategi Pengarusutamaannya di Indonesia*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar



- Nasrullah. 2016. *15 Perempuan Wirausahasiswa: Menginspirasi Indonesia*. Jakarta. Oxfam
- Republik Indonesia. 2000. *Instruksi Presiden No. 9 Tahun 2000 tentang Pengarusutamaan Gender Dalam Pembangunan Nasional*. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Republik Indonesia. 2003. *Undang-Undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional*. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Republik Indonesia. 2010. *Peraturan Presiden No. 5 Tahun 2010 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2010-2014*. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Republik Indonesia. 2014. *Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah*. Lembaran Negara RI Tahun 2014, No. 244. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Republik Indonesia. 2014. *Undang-Undang No. 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara*. Lembaran Negara RI Tahun 2014, No. 6. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Republik Indonesia. 2017. *Peraturan Pemerintah No. 38 Tahun 2017 tentang Inovasi Daerah*. Lembaran Negara RI Tahun 2017, No. 5587. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Sagita, F. 2015. *Memahami 'Sociopreneur' Lebih Dalam (Bagian I)*. Diakses pada tanggal 5 Oktober 2018 melalui [www.berandainovasi.com/memahami-sociopreneur-lebih-dalam-bagian-i/](http://www.berandainovasi.com/memahami-sociopreneur-lebih-dalam-bagian-i/)
- Sari, S. Priatna, W. Burhanuddin. 2015 *PENGARUH AKTIVITAS WANITA WIRAUSAHA TERHADAP PERTUMBUHAN USAHA OLAHAN KENTANG DI KABUPATEN KERINCI, JAMBI*, Jurnal Agribisnis Indonesia (Vol 3 No 1, Juni 2015); halaman 39-54
- Utomo, H. 2012. *PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PENDEKATAN SOCIOPRENEURSHIP*. Yogyakarta
- Widowati, Indah. 2012. *PERAN PEREMPUAN DALAM MENGEMBANGKAN ENTERPRENEUR/WIRAUSAHA Kasus di KUB Maju Makmur Kec. Kejajar Kab. Wonosobo*. Yogyakarta



## Model Inovasi Berbasis Gender

Pusat Inovasi Pelayanan Publik

ISBN 978-602-50884-3-8

