



**Kampus
Merdeka**
INDONESIA JAYA

**DIKTI
SIGAP**
MELAYANI

**DRTPM
BIMA**
MANTABI



COMMUNITY DEVELOPMENT & COMMUNITY ORGANIZATION DALAM PEMBERDAYAAN PEREMPUAN PELAKU UMKM

Program Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2024
Pemberdayaan Berbasis Masyarakat
Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi

Disusun Oleh :

Galuh Aditya, S.E., M.M

Dwi Astutik, S.E., M.M.

Lolanda Hamim Annisa, S.Kom., M.Kom,

Gabriela Yobesta S G

Tomothy Jerry K



YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK

COMMUNITY DEVELOPMENT DAN COMMUNITY ORGANIZATION

Dalam Pemberdayaan Perempuan Pelaku UMKM

Galuh Aditya, S.E., M.M

Dwi Astutik, S.E., M.M

Lolanda Hamim Annisa, S.Kom., M.Kom

Gabriela Yobesta S G

Tomothy Jerry K



YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK

PENERBIT :

YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK

Jl. Majapahit No. 605 Semarang

Telp. (024) 6723456. Fax. 024-6710144

Email : penerbit_ypat@stekom.ac.id

ISBN 978-623-8642-61-8 (PDF)



COMMUNITY DEVELOPMENT DAN COMMUNITY ORGANIZATION
Dalam Pemberdayaan Perempuan Pelaku UMKM

Penulis :

Galuh Aditya, S.E., M.M
Dwi Astutik, S.E., M.M
Lolanda Hamim Annisa, S.Kom., M.Kom
Gabriela Yobesta S G
Tomothy Jerry K

ISBN : 978-623-8642-61-8

Editor :

Dr. Ir. Agus Wibowo, M.Kom, M.Si, M.M.

Penyunting :

Dr. Joseph Teguh Santoso, M.Kom.

Desain Sampul dan Tata Letak :

Irdha Yuniyanto, S.Ds., M.Kom.

Penebit :

Yayasan Prima Agus Teknik Bekerja sama dengan
Universitas Sains & Teknologi Komputer (Universitas STEKOM)

Anggota IKAPI No: 279 / ALB / JTE / 2023

Redaksi :

Jl. Majapahit no 605 Semarang
Telp. (024) 6723456
Fax. 024-6710144
Email : penerbit_ypat@stekom.ac.id

Distributor Tunggal :

Universitas STEKOM

Jl. Majapahit no 605 Semarang
Telp. (024) 6723456
Fax. 024-6710144
Email : info@stekom.ac.id

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara
apapun tanpa ijin dari penulis

PRAKATA

Tercapaiannya pertumbuhan ekonomi nasional merupakan tolok ukur kesejahteraan masyarakat yang meningkat. Salah satunya nampak dari kesejahteraan finansial dari masing-masing rumah tangga. Hal ini dapat tercapai salah satunya dari dukungan kaum perempuan untuk bisa mandiri secara finansial. Permasalahannya, kaum ini mempunyai peran kodrati sebagai *triple burden of women*, sehingga dapat menghambat untuk bekerja secara formal. Kondisi ini dapat ditanggulangi dengan meningkatkan keahlian untuk berwiraswasta yang tergabung dalam UMKM. Disisi lain juga menghadapi banyak kendala mulai dari pemahaman mengenai manajemen hingga pemasaran. Peran pemerintah maupun para akademisi untuk melakukan pendampingan. Banyak metode yang dapat digunakan diantaranya yaitu *community development* dan *community organization*.

Berdasarkan hal tersebut, maka dibutuhkan referensi bagi para UMKM, akan tetapi belum banyak buku yang membahas tentang hal tersebut. Oleh karena itu, penulis wujudkan ke dalam buku ini. Buku ini disusun berdasarkan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan subjek para pelaku UMKM perempuan yang mengalami dua permasalahan utama. Yaitu masalah manajemen (baik individu maupun kelompok), dan permasalahan terkait pemasaran. Pendekatan yang

digunakan untuk mengatasinya yaitu melalui *community development* dan *community organization*. Keberhasilan kedua pendekatan tersebut, maka melalui buku ini diharapkan bisa membuka wacana, dan referensi para dosen dalam menjalankan tugas tri dharma Perguruan Tinggi.

Penulis menyampaikan terima kasih bagi segenap pihak yang telah membantu penyelesaian penyusunan buku ini. Terutama para pakar yang karyanya telah dikutip untuk semakin memperdalam konteks. Disadari pula bahwa buku ini banyak kekurangannya, oleh karenanya bagi pihak yang berkenan untuk menyempurnakan atau memberikan masukan, maka disampaikan terimakasih.

Purworejo, September 2024

Galuh Aditya

Dwi Astutik

Lolanda Hamim Annisa

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
PRAKATA	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
BAB II PENYADARAN PENGORGANISASIAN MASYARAKAT	
2.1. Pengorganisasian Berbasis Masyarakat	5
2.2. Pemberdayaan Masyarakat ..	6
2.3. Pasar Tenaga Kerja Indonesia	8
BAB III PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MELALUI SEKTOR UMKM	
3.1. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	11
3.2. Kondisi UMKM di Indonesia	12
3.3. Tantangan Pelaku UMKM di Indonesia	13
3.4. Peran Perempuan Dalam UMKM	21
BAB IV MANAJEMEN RISIKO BAGI UMKM	
4.1. Manajemen Risiko	24

4.2.	Identifikasi Manajemen Risiko Bagi UMKM	25
4.3.	Klasifikasi Manajemen Risiko Bagi UMKM	31
4.4.	Penentuan Potensi Risiko Bagi UMKM	35
4.5.	Contoh Kasus Manajemen Risiko Bagi UMKM	39
BAB IV	COMMUNITY DEVELOPMENT & COMMUNITY ORGANIZER	
4.1.	<i>Community Development</i>	47
4.2.	<i>Community Organizer</i>	55
BAB V	PENUTUP	62
DAFTAR PUSTAKA	64

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 3.1. Jumlah UMKM di Indonesia	13
Tabel 4.1. Peringkat dan Predikat Faktor Risiko	32
Tabel 4.2. Peringkat Komposit Potensi Risiko UMKM	34
Tabel 4.3. Sumber Data dan Kisi-Kisi Wawancara	36
Tabel 4.4. Tahap Analisis Risiko	36
Tabel 4.5. Kriteria <i>Likelihood</i> dan <i>Impact</i>	38
Tabel 4.6. Identifikasi Risiko dan Dampaknya Pada “Toko Bahagia”	39
Tabel 4.7. Penilaian <i>Likelihood</i> , dan <i>Impact</i> Pada “Toko Bahagia”	40
Tabel 4.8. Matriks Evaluasi Risiko Pada “Toko Bahagia”	42
Tabel 4.9. Klasifikasi Berdasarkan Tingkat Risiko Pada “Toko Bahagia”	43
Tabel 4.10. Perlakuan Risiko Pada “Toko Bahagia”	44

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 3.1. UMKM Yang Telah Masuk Dalam Ekosistem Digital ...	14
Gambar 3.2. Tampilan <i>Website</i> OSS-RBA	15
Gambar 3.3. Pelaku Usaha Yang Sudah Mendaftar di OSS-RBA	16
Gambar 4.1. Penentuan Potensi Risiko UMKM	32

BAB I

PENDAHULUAN

*M*odernisasi pembangunan di berbagai negara terutama di negara berkembang, selain menciptakan dampak positif namun sekaligus pengaruh negatif. Hal negatif yang terjadi diantaranya menciptakan perilaku ketidakadilan, kemiskinan dan beragam bentuk lainnya yang mengesampingkan hak dan martabat manusia, khususnya kaum perempuan. Nampak di Indonesia sendiri bahwa angkatan kerja perempuan hanya 50,6 (52%) juta jiwa dari populasi penduduk di usia produktif, sedangkan laki-laki lebih mendominasi yaitu 80,4 juta jiwa atau 83% (Aditya, dkk., 2024). Sekaligus mempunyai tingkat partisipasi yang rendah dibandingkan berbagai negara Asia dan Pasifik (Ramdlaningrum, dkk., 2020).

Kesenjangan yang tinggi tersebut dikarenakan peran khas yang dimiliki oleh para perempuan yang disebut dengan “*triple burden of women*”. Yaitu peran yang harus dilakukan secara bersamaan mengenai reproduksi, produksi, dan

sosial masyarakat (Susianawati, 2008). Selanjutnya juga dikarenakan adanya faktor kendala norma sosial dan budaya. Hal tersebut mengakibatkan perempuan sulit untuk bersaing di dunia kerja baik forma maupun informal. Misal, perempuan untuk berkegiatan di luar rumah termasuk terkait ekonomi, secara budaya harus meminta izin terlebih dahulu dari orang tua, pasangan, dan sebagainya. Perempuan secara kodrati menjalani peran sebagai penanggung jawab pekerjaan rutin terhadap perawatan di dalam keluarga, sehingga akan kehabisan waktu (Addati et al., 2018).

Disisi lain, banyak pembuktian ilmiah bahwa kaum perempuan mempunyai peran kuat di dalam meningkatkan pembangunan ekonomi di lingkup rumah tangga atau makro. Nurhayati et al. (2023) dalam kajiannya mengungkapkan bahwa saat ini peran perempuan di dalam meningkatkan kontribusi pendapatan keluarga sangat diperlukan. Hal ini bisa ditumbuhkan diantaranya melalui berbagai kegiatan pelatihan keterampilan UMKM (Juwairiyah dkk., 2023). Dinyatakan pula oleh Addati et al. (2018) bahwa para pemberdayaan peran perempuan melalui kemandirian finansial harus mengarah pada kewirausahaan, yang salah

satunya sebagai pelaku UMKM.

Bank Indonesia (2018) melakukan survei dimana UMKM di Indonesia di dominasi oleh perempuan yaitu 57,83 juta atau 60% (Aditya, dkk., 2024). Abdurohim (2023) yang melakukan kajian mengenai pengaruh ekonomi dan social kaum perempuan di bidang UMKM. Disimpulkan bahwa sehubungan dengan UMKM bahwa perempuan memberikan efek positif terhadap ekonomi melalui aktivitas bisnis, sehingga pendapatan keluarga meningkat. Selain itu juga memberikan dampak sosial, yang mana perempuan menjadi mempunyai peran yang lebih kuat terkait dengan pengambilan keputusan di dalam keluarga maupun keterlibatannya dalam masyarakat.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka diperlukan dukungan pengembangan terhadap kaum perempuan. Diantaranya melalui pendekatan *community development* dan *community organization* (Aditya, dkk., 2024). *Community development* dimaksudkan untuk melakukan pendampingan kepada para pelaku usaha supaya memperoleh peluang-peluang baru yang bisa dimasuki, baik di bidang pemasaran, pengembangan produk, dan sebagainya.

Berdasarkan pendekatan *community organization*, maka *skill* akan dapat lebih berkembang di berbagai bidang manajemen (Peterbang & Ruswanta, 2018).

BAB II

PENYADARAN

PENGORGANISASIAN MASYARAKAT

2.1. Pengorganisasian Berbasis Masyarakat

*P*engorganisasian secara etimologi berasal dari kata *organize*. Artinya membangun struktur dengan pihak yang terkait dengan baik, yang menjadikan relasi antar pihak terkait merasa terikat dengan korelasi secara menyeluruh. Selanjutnya, pengorganisasian merupakan suatu fungsi manajemen dan bagian dari proses yang bersifat dinamis, disisi lain organisasi merupakan wadah yang statis (Hasibuan, 2001).

Pengorganisasian berbasis masyarakat berupaya bagian dari upaya untuk membentuk kekuatan masyarakat, supaya dapat secara keseluruhan memanfaatkan potensi yang dimilikinya (Ismail, 2022). Hal ini bisa nampak dari sebagai struktur mediasi, dikarenakan peran utamanya untuk membangun berbagai perubahan baik dari perspektif individu maupun sosial (Lewis, 1954).

Sehubungan dengan pengorganisasian berbasis masyarakat, ada tiga kegiatan utama. Yaitu : (1). menyadarkan masyarakat, (2). berusaha supaya masyarakat bisa melakukan identifikasi masalah yang dihadapi, (3). menggerakkan partisipasi swadaya masyarakat, supaya bisa memanfaatkan kemampuan dalam memecahkan masalah yang dihadapi. Pengorganisasian tersebut salah satunya dapat dilakukan melalui pemberdayaan masyarakat.

2.2. Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan atau *empowerment* menurut kamus *Oxford English*, dapat diterjemahkan dalam dua arti, yaitu : (1). Memberi *skill* untuk menjalankan suatu hal. (2). Memberi wewenang kepada seseorang. Pada negara-negara Barat, *empowerment* merujuk pada pemberian otorisasi atau kekuasaan dari pada daya. Hal ini didasari oleh keyakinan bahwa negara-negara barat memperoleh pemberdayaan sebagai hasil dari persaingan kekuasaan, dan hal ini umum terjadi. Pada konteks Indonesia, pemberdayaan dinyatakan sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan seseorang

atau meningkatkan kemampuan masyarakat secara menyeluruh.

Pemberdayaan juga dinyatakan untuk membebaskan seseorang dari pemikiran yang ketat. Sekaligus memberikan tanggung jawab atas pemikiran, keputusan, dan tindakannya. Pemberdayaan masyarakat dapat didefinisikan sebagai metode untuk memberikan bantuan kepada seseorang mendapat kekuatan untuk membuat keputusan dan mampu mengambil tindakan sendiri. Artinya, pemberdayaan masyarakat adalah metode yang ditujukan membantu masyarakat dalam sebuah wilayah untuk mendapat kekuatan untuk membuat keputusan dan kemampuan mengambil tindakan sendiri.

Selanjutnya, terkait dengan pemberdayaan masyarakat, ada tiga komponen utama, yaitu pengembangan, penguatan potensi atau kemampuan, dan kemandirian. Hal ini dengan demikian, pemberdayaan dapat terjadi pada masyarakat yang tidak memiliki kemampuan yang sudah memiliki kekuatan tetapi lemah, sehingga harus menggali potensi yang kemudian untuk dikembangkan.

Kegiatan pemberdayaan seharusnya bisa

membawa masyarakat menuju kepada sikap kemandirian, oleh karena itu dimaksudkan untuk menghindari ketergantungan kepada pihak lain. Menurut perspektif ini, tujuan pemberdayaan adalah mendorong masyarakat untuk menjadi mandiri dengan meningkatkan kekuatan dan kemampuan yang dimiliki, sebagai bagian dari pembangunan.

Sekaligus membantu masyarakat agar tidak mempunyai jalan pemikiran yang terbatas dan memberikan kebebasan dalam tanggung jawab atas inovasi dan keputusan yang dibuat. Hal ini dilakukan tidak terbatas hanya untuk membantu pihak yang tidak berdaya saja, akan tetapi juga dimaksudkan bagi yang mempunyai berbagai keterbatasan untuk mempunyai peluang dalam memaksimalkan potensinya.

2.3. Pasar Tenaga Kerja Indonesia

*M*enurut pendekatan ekonomi ganda mengungkapkan bahwa pada pasar tenaga kerja menurut sifat pekerjaan terdiri dari : (1). Pekerjaan primer formal. (2). Pekerjaan sekunder informal (Lewis, 1954). Kondisi Indonesia banyak kaum

perempuan yang lebih memilih untuk bergabung dengan sektor ekonomi informal. Yaitu sebuah istilah umum yang menggambarkan kegiatan ekonomi yang tidak dikenakan pajak atau diawasi oleh negara.

Diungkap oleh Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2019 tercatat 57% angkatan kerja Indonesia berasal dari ekonomi informal. Dinyatakan pula oleh Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia atau Kemen PPPA (2024) bahwa sebanyak 54.5 juta pekerja (66%) pekerja informal oleh perempuan. Hal ini terkait signifikan dengan faktor umur, status marital, tingkat pendidikan (Isti'Any & Pitoyo, 2016; Muryani & Hatiku, 2018; Cabegin & Gaddi, 2019; Munawaroh, 2021).

Sektor informal menawarkan lapangan kerja bagi perempuan berpendidikan rendah dan memberikan fleksibilitas yang seringkali tidak tersedia di sektor formal bagi banyak perempuan. Disisi lain, bekerja di sektor informal seringkali tidak menguntungkan. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu :

1. Para pemberi kerja tidak berkewajiban

membayar upah minimal.

2. Keamanan kurang terjaga karena tidak ada standar keselamatan kerja yang baik.
3. Terjadi eksploitatif, nampak jarang adanya kontrak kerja, sehingga tidak ada kesepakatan tentang jam kerja, upah, kondisi kerja dan kondisi dapat berubah tanpa pemberitahuan.

Gordon (1972) juga menyatakan bahwa di pasar tenaga kerja sekunder (informal) pada umumnya menerima upah rendah, lingkungan kerja yang tidak nyaman, dan tidak mempunyai jenjang karir yang jelas. Karakteristik tersebut, maka dihubungkan dengan tingkat kemiskinan yang berpotensi dari faktor kaum perempuan (Freije, 2002). Oleh karenanya harus dilakukan pemberdayaan secara mandiri kepada para perempuan yang ada di Indonesia (Neri, 2002).

BAB III

PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MELALUI SEKTOR UMKM

3.1. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Kelompok usaha ini masing-masing dinyatakan dalam Peraturan Pemerintah RI No. 7 tahun 2021 Pasal 1, sebagaimana dinyatakan berikut :

1. Usaha mikro

Adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan dengan kriteria, modal usaha maksimal Rp. 1.000.000.000,- dan penjualan maksimal Rp. 2.000.000.000,-.

2. Usaha kecil

Adalah usaha ekonomi produktif yang independen, dijalankan oleh orang perorangan atau badan usaha dan tidak berupa cabang perusahaan, menjadi bagian usaha menengah atau besar. Kriterianya dengan modal usaha maksimal Rp. >1.000.000.000,- s/d

5.000.000.000,- dan penjualan maksimal Rp. >2.000.000.000,- s/d 15.000.000.000,-.

3. Usaha menengah

Adalah usaha ekonomi produktif yang independen, dijalankan oleh orang perorangan atau badan usaha dan tidak berupa cabang perusahaan, menjadi bagian usaha kecil atau besar. Kriteria modal usaha maksimal Rp. 5.000.000.000,- s/d 10.000.000.000,- dan penjualan maksimal Rp. 15.000.000.000,- s/d 50.000.000.000,-.

3.2. Kondisi UMKM di Indonesia

UMKM berkontribusi kuat (99%) dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia dari seluruh unit usaha yang ada. Peran tersebut dimana 61% mempunyai kontribusi terhadap PDB, penyerapan tenaga kerja hingga 97% dari total angkatan kerja (KOMINFO RI, 2022). Berikut pertumbuhan UMKM periode tahun 2018-2023 (KADIN Indonesia, 2024) :

Tabel 3.1 : Jumlah UMKM di Indonesia

Tahun	Jumlah (Juta)	Pertumbuhan (%)
2018	64.19	
2019	65.47	1.99
2020	64.00	-2.25
2021	65.46	2.28
2022	65.00	-0.70
2023	66.00	1.54

Sumber : KADIN Indonesia (2024).

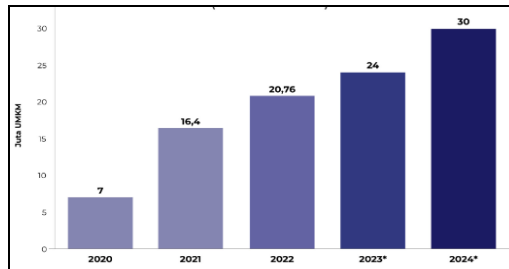
3.3. Tantangan Pelaku UMKM di Indonesia

Pada era sekarang, banyak kendala yang dihadapi oleh para pelaku UMKM untuk menjaga survival dan keberlanjutan usahanya di masa depan. Upaya untuk mengatasi hal ini tentu saja dibutuhkan keterlibatan dari seluruh *stakeholders*. Hal yang sangat mendesak berkaitan dengan inovasi dan teknologi; literasi digitalisasi; pembiayaan; branding dan pemasaran. Kendala tersebut, masing-masing diidentifikasi sebagai berikut (KADIN Indonesia, 2024) :

1. Inovasi dan teknologi

Inovasi harus secara terus menerus dilakukan, untuk menjaga bisnis berkelanjutan di sepanjang waktu (Druzhynina et al., 2020; Mardhiyah et al., 2020; Sun et al., 2021).

Sehubungan dengan tantangan inovasi dan teknologi, maka pemerintah bersama dengan KADIN berupaya keras untuk meningkatkan kinerja pada pelaku UMKM di seluruh wilayah Indonesia dengan strategi pengimplementasian digitalisasi. Berikut ekosistem digital yang telah dimasuki oleh UMKM (KADIN Indonesia, 2024) :



Sumber : KADIN Indonesia (2024).

Gambar 3.1 : UMKM Yang Telah Masuk Dalam Ekosistem Digital

Tantangan utama pengembangan *go digital* bagi para UMKM adalah kesiapan dari para pelaku UMKM itu sendiri, karena faktor usia yang didominasi usia >40 tahun lambat untuk mengikuti perubahan (Adnan, 2024). Target bahwa hingga akhir tahun 2024 jumlah UMKM yang telah memasuki ekosistem digitalisasi meningkat hingga 30 juta unit

(KADIN Indonesia, 2024). Ekonomi digital di Indonesia, targetkan akan mencapai Rp. 4.531 triliun di tahun 2030 (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2022).

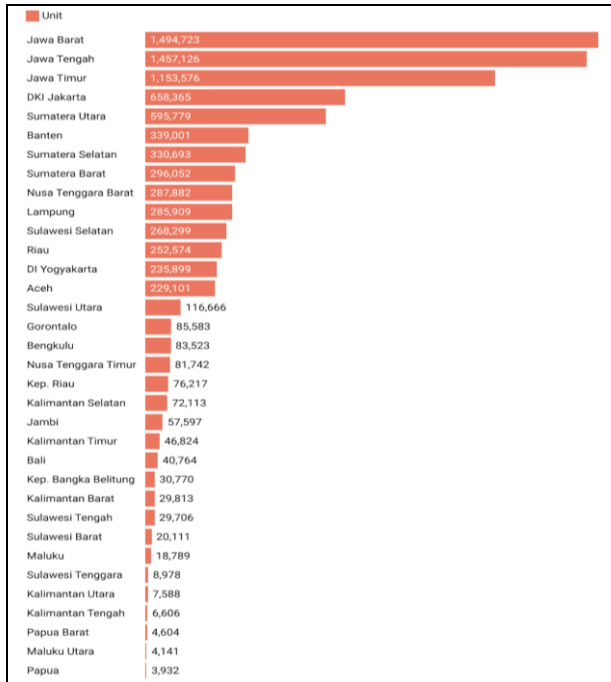
Sehubungan dengan hal tersebut, pemerintah tahun 2021, telah meluncurkan platform *Online Single Submission-Risk Based Approach* melalui *web side* www.oss.go.id. untuk melakukan pendaftaran perizinan usaha bagi para pelaku usaha di Indonesia. Berikut tampilan utama sebagai berikut (Kementerian Investasi, 2024) :



Sumber : Kementerian Investasi (2024).

Gambar 3.2 : Tampilan Website OSS-RBA

Berikut pelaku usaha yang sudah melakukan pendaftaran hingga tahun 2022 :



Sumber : Kementerian Investasi (2024).

Gambar 3.3 : Pelaku Usaha Yang Sudah Mendaftar di OSS-RBA

2. Literasi digital

Literasi digital menurut UNESCO adalah keterampilan mengenai akses, pengelolaan, pemahaman, mengintegrasikan, berkomunikasi, pengevaluasian, dan penciptaan informasi secara aman, dan tepat dengan menggunakan teknologi digital untuk

ketenagakerjaan, pekerjaan, dan kewirausahaan (Law et al., 2018). Salah satu faktor penting dalam memasuki era digitalisasi seperti saat ini bagi para pelaku UMKM yaitu tingkat kemampuan tentang pengetahuan digital.

Literasi digital yang baik maka para pelaku UMKM menjadi lebih siaga di dalam melakukan adaptasi adanya teknologi baru, guna untuk (Handayani, 2023) :

- a. Memperluas pangsa pasar
- b. Melakukan monitoring operasional usaha
- c. Peningkatan pendapatan penjualan
- d. Melakukan efisiensi dengan berkurangnya biaya operasional
- e. Mengembangkan berbagai inovasi
- f. Menggali banyak potensi
- g. Melakukan peningkatan kualitas produk.

Manfaat yang dapat diperoleh para pelaku UMKM dengan meningkatkan literasi digital sangat beragam, diantaranya karena adanya pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia yang memberikan berbagai fasilitas seperti gratis biaya pengiriman menjadi daya tarik sebagian besar masyarakat (50,5%

responden). Selanjutnya, karena tersedianya ruang bagi para konsumen untuk memberikan ulasan atas pengalaman berbelanja dan adanya diskon dan kupon (48,3% responden), metode pembayaran yang beragam pilihan dan mudah digunakan (41,7% responden).

Pertimbangan terhadap *like* dan komentar yang diberikan oleh para konsumen (31,1% responden), metode pembayaran yang aman yaitu melalui *cash on delivery* (24,7% responden), dan faktor kredensial ramah lingkungan (24% responden) (Hootsuite, 2022). Sebaliknya, tingkat pemahaman yang rendah mengenai manfaat teknologi dapat berdampak pada kurangnya tingkat pemanfaatan digital oleh para UMKM (Lubis & Junaidi, 2016).

Menurut Vuorikari et al. (2016), terdapat 5 (lima) kompetensi yang harus dimiliki sehubungan dengan literasi digital yang ada dalam *The DigComp 2.0 framework*, yaitu : *information and data literacy, communication and collaboration, digital content creation, safety, problem solving*. Wheeler (2012) juga menyatakan beberapa

faktor penting yaitu : *social networking, transliteracy, maintaining privacy, managing identity, creating content, organising and sharing content, reusing/repurposing content, filtering and selecting content, self broadcasting.*

3. Pembiayaan

Menurut data BPS, sektor UMKM berkontribusi terhadap PDP (60%), namun apabila dari perspektif perbankan bahwa penyaluran kredit UMKM hanya 20% dari total kredit yang disalurkan. Hal ini diantaranya karena bank mengalami kendala informasi mengenai kelayakan debitur untuk dibiayai. Data ini dengan demikian menunjukkan bahwa sebagian para pelaku UMKM usahanya didanai dari *equity*. Kenyataan ini karena sebagian pelaku UMKM didominasi masih dalam skala mikro dengan tingkat produktivitas rendah dan tidak memiliki jaminan, sehingga perbankan kurang berminat untuk menyalurkan dana (Adityaswara, 2021).

Hambatan yang menjadikan tingkat akses pembiayaan UMKM masih rendah, dengan demikian dapat dilihat dari perspektif UMKM dan lembaga keuangan, sebagaimana dinyatakan berikut ini (Santoso, 2021) :

a. Perspektif UMKM

- 1) Pengelolaan administratif belum professional.
- 2) Keuangan usaha tercampur dengan rumah tangga.
- 3) Dokumen legalitas (perizinan usaha dan lainnya) belum terpenuhi.
- 4) Pengetahuan yang belum memadai atas layanan jasa keuangan (pembiayaan.

b. Perspektif lembaga keuangan

- 1) Pengetahuan staf tentang karakteristik dan kebutuhan UMKM masih rendah.
- 2) Database UMKM potensial masih terbatas.

4. Branding dan Pemasaran

Branding merupakan metode untuk menyalurkan pesan atas suatu produk kepada

para konsumen, sehingga harus mempunyai pemahaman yang baik tentang kebutuhan dan keinginan konsumen. Elemen pentingnya adalah membuat *brand identity*, yang mencakup nama dan penampilan visual sebuah merek, sehingga mempunyai ciri tertentu dan bisa dipatenkan.

Brand identity yang baik bisa meningkatkan *value added*, sehingga dapat menentukan harga, pangsa pasar, dan keuntungan yang diberikan oleh suatu usaha bagi para konsumen (Ainun, dkk., 2023). Permasalahannya mengenai hal ini sebagai berikut :

- a. Merek identik dengan biaya yang mahal.
- b. Membangun merek itu rumit.
- c. UMKM tidak perlu membangun merek atau bukan prioritas.

3.4. Peran Perempuan Dalam UMKM

*P*erempuan secara nyata mempunyai peran yang sangat strategi di dalam aktivitas perekonomian sekaligus dapat mencetak lapangan kerja (Abdurohimi, 2023). Sekaligus mempunyai

keterampilan yang sangat baik terkait inovasi serta pencarian jaringan (Simanjuntak et al., 2023). Sehubungan dengan UMKM, mampu menguatkan perekonomian baik lokal ataupun regional, sekaligus operasional menjadi lebih efisien. Hal ini dikarenakan bahwa perempuan mempunyai sifat dasar lebih cermat dalam pengambilan keputusan, sehingga pengelolaan keuangan lebih baik (Fauzia & Hasanah, 2023).

Peningkatan keterlibatan perempuan dalam UMKM berdampak nyata pada perubahan sosial berkelanjutan (Fadliyanti et al., 2023). Hal ini dikarenakan adanya perbedaan peran perempuan di dalam lingkup keluarganya, meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara umum, memberikan kesadaran akan tingkat pendidikan dan kesehatan keluarga meningkat, terbangunnya jaringan dan komunitas yang lebih luas (Abdurohim, 2023).

Tingginya akses bagi kaum perempuan terlibat kegiatan ekonomi, maka dapat tercipta lingkungan yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi berkelanjutan (Widhyharto, 2015). Disisi lain, bahwa masih terdapat banyak kendala yang dihadapi oleh para pelaku UMKM perempuan.

Tantangan yang sangat signifikan terkait dengan persaingan, tata kelola usaha, dan akses pasar yang lebih luas. Sehubungan dengan ini, maka diperlukan adanya pemahaman yang baik mengenai manajemen risiko untuk menjaga keberlanjutan usaha di sektor UMKM, sebagaimana dibahas dalam BAB IV.

BAB IV MANAJEMEN RISIKO BAGI UMKM

4.1. Manajemen Risiko

*M*anajemen risiko merupakan bagian yang sangat penting terutama dalam mengamankan modal bisnis, dan properti lainnya. Ditekankan dalam strategi bisnis bahwa manajemen risiko bukan berarti melarang pengambilan risiko secara keseluruhan, namun untuk memahami tingkat risiko, serta melibatkan risiko secara tepat dalam pembangunan, dan pertumbuhan. Pada saat diterapkan ke dalam operasi, manajemen risiko berisi serangkaian tindakan berkelanjutan berikut ini (Duong, 2009) :

1. Kesadaran
2. Identifikasi
3. Evaluasi
4. Pengembangan metode manajemen risiko
5. Pengambilan keputusan pembuatan metode
6. Pelaksanaan
7. Pengelolaan paska yang sesuai.

Kesalahan dalam mengidentifikasi tingkat risiko yang dapat dikelola, maka menyebabkan terjadi ketidaksesuaian metode, pada akhirnya menimbulkan kerugian dalam operasi. Manajemen risiko menekankan pada kemampuan bisnis untuk mengantisipasi perubahan, bukan menghindari risiko. Menghindari risiko berarti menunggu peristiwa itu terjadi, kemudian bereaksi terhadapnya daripada bersiap menghadapi perubahan.

Pada kenyataannya, banyak organisasi memilih untuk menghindari risiko, seperti lakukan strategi manajemen risiko yang paling sederhana. Disatu sisi, strategi ini memungkinkan perlindungan penuh terhadap masalah kerugian tertentu, namun disisi lain dapat menghilangkan keuntungan dan kemungkinan dapat menimbulkan risiko lain (Duong, 2009).

4.2. Identifikasi Manajemen Risiko Bagi UMKM

*M*anajemen risiko dalam usaha kecil tidak boleh menjadi program individual tetapi berintegrasi dengan proses manajemen lainnya : perencanaan strategi bisnis, manajemen sumber

daya manusia, manajemen keuangan, manajemen pemasaran, dan manajemen rantai pasokan. Berhubung skala bisnis UMKM, maka pemilik organisasi pada akhirnya akan mengambil tanggung jawab atas keputusan risiko. Se jauh mana upaya yang diperlukan untuk menghadapi berbagai risiko pengelolaannya sangat bergantung pada kompleksitas kegiatan operasional dan skala bisnisnya (Duong, 2009).

Pendekatan yang dapat dipilih oleh UMKM untuk memproses manajemen risiko dan mengurangi eksposur kerugian, melalui 4 (empat) langkah. Yaitu : mulai dari melakukan identifikasi risiko, analisis risiko, dan mitigasi risiko, yang mana masing-masing dinyatakan sebagai berikut (Duong, 2009) :

1. Identifikasi risiko

Hal ini dimasukkan untuk mengetahui kemungkinan berbagai risiko yang bisa dihadapi oleh para pelaku usaha. Strategi yang bias dilakukan yaitu dengan cara pelacakan terhadap penyebab yang dapat memunculkan potensi risiko hingga kemungkinan terjadinya suatu peristiwa.

2. Analisis risiko

Hal ini dilakukan untuk mendalami ciri-ciri atas risiko menjadi semakin baik, sehingga dapat mempermudah menjalankan pengendalian terhadap risiko. Ukuran risiko dapat digunakan sebagai pendekatan dengan menggambarkan :

a. Probabilitas risiko

Probabilitas risiko melihat kemungkinan terjadinya risiko atau suatu kejadian terburuk terjadi. Contohnya, risiko kebakaran di tempat usaha dinilai mempunyai tingkat probabilitas 60%, maka dari itu risiko ini harus mendapatkan perhatian ekstra.

b. Tingkat konsekuensi risiko

Risiko juga diukur dengan melihat tingkat konsekuensi atas risiko risiko itu atau tingkat keparahan tersebut atau besarnya kerugian yang kemungkinan bias terjadi akibat dari risiko yang terjadi. Misal, tingkat probabilitas yang tinggi, apabila terjadi risiko kebakaran, maka kerugian

yang harus ditanggung juga besar. Maka dari itu, risiko kebakaran tersebut ada diposisi pada kuadran probabilitas yang tinggi dengan demikian tingkat keparahan juga tinggi.

3. Mitigasi risiko

Mitigasi risiko adalah proses menjaga data, temuan dan rekomendasi dari proses penilaian risiko, yang terdiri dari proses penyusunan prioritas risiko, pemilihan kontrol yang sesuai, dan pengimplementasian kontrol.

4.3. Klasifikasi Manajemen Risiko Bagi UMKM

Risiko yang sering terjadi bagi para pelaku UMKM di Indonesia, terdiri dari beberapa aspek berikut (Alfiana, 2018) :

1. Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)

Aspek ini kemungkinan bisa menimbulkan risiko, yaitu karena faktor geografi SDM tersebut. Yaitu apakah berasal dari satu kota dengan UMKM tersebut berkedudukan, atau justru dari beda kota, bahkan berasal dari keduanya. Faktor ini harus menjadi bahan

pertimbangan, karena berhubungan dengan tingkat gaji yang harus dikeluarkan, sekaligus *turnover* dari SDM itu sendiri (yang dapat mengganggu operasional usaha).

2. Aspek produksi

Aspek produksi dapat mengandung risiko berikut :

a. Perolehan bahan baku

Hal ini harus dipertimbangkan apakah bahan baku mudah diperoleh dari supplier yang berdomisili dalam satu kota dengan UMKM berada. Sebaliknya, apakah harus mengambil dari luar kota, atau bahkan kombinasi dari kedua sumber tersebut. Hal ini karena akan terkait erat dengan biaya bahan baku yang harus ditanggung oleh para pelaku UMKM.

b. Proses produksi

Sehubungan dengan proses produksi, apakah sudah dilakukan dengan melibatkan teknologi yang tepat guna atau masih manual, bahkan justru menggunakan kombinasi dari keduanya. Pertimbangan ini

karena terkait erat dengan jumlah biaya, serta alokasi waktu selama proses produksi, supaya diperoleh hasil yang efektif dan efisien.

3. Aspek pemasaran

Aspek pemasaran juga dipandang mempunyai risiko tinggi di dalam operasional UMKM. Hal ini tentu terkait erat dengan sistem pemasaran yang dilakukan apakah sudah mengikuti perkembangan (*online*) atau bahkan masih metode *offline*, bahkan dimungkinkan pula mengkombinasikan kedua metode tersebut. Aspek ini harus menjadi pertimbangan kuat, karena menyangkut kesiapan dari para pelaku UMKM dalam memasuki digitalisasi, supaya dapat menciptakan *segmenting* yang lebih tinggi.

4. Aspek permodalan

Aspek permodalan ini juga mengandung risiko tinggi, karena terkait dengan kemampuan para pelaku UMKM dalam mendanai usahanya. Selanjutnya juga terkait erat dengan sumber modal (internal, eksternal, atau kombinasi).

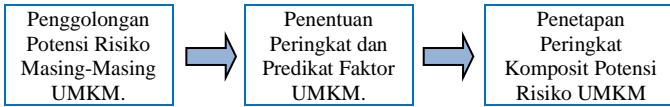
Fokus perhatian terutama jika daam menjalankan usahanya didanai dari eksternal (hutang). Hal ini dikarenakan, secara umum para pelaku UMKM belum mempunyai kepastian terkait dengan tingkat kemampuan di dalam memenuhi kewajiban.

5. Aspek hukum

Aspek hukum ini dapat menimbulkan risiko dikarenakan pengetahuan dari para pelaku UMKM mengenai legalitas usaha dan produk masih sangat rendah. Disisi lain, legalitas tersebut sangat dibutuhkan dalam menjalankan UMKM terutama jika ingin meningkatkan segemen pasarnya. Misal mengenai pengembangan dan perluasan usaha.

4.4. Penentuan Potensi Risiko Bagi UMKM

*P*enentuan potensi risiko UMKM secara garis besar dilakukan melalui 3 (tiga) tahap utama, yaitu (Alfiana, 2018) :



Sumber : Alfiana (2018).

Gambar 4.1 : Penentuan Potensi Risiko UMKM

Selanjutnya, berdasarkan Gambar 4.1 masing-masing tahap dijelaskan sebagai berikut (Alfiana, 2018) :

1. Penggolongan potensi risiko

Tahap penggolongan potensi risiko dilakukan kepada masing-masing UMKM yang terdiri kategori rendah, sedang atau tinggi.

2. Penentuan peringkat dan predikat faktor risiko UMKM

Hal ini dilakukan berdasarkan potensi risiko yang dimiliki masing-masing aspek yang menjadi variabel penelitian, yang terdiri dari :

Tabel 4.1 : Peringkat dan Predikat Faktor Risiko

Aspek	Total Skor	Tingkat Risiko	Sumber
SDM	1	Rendah	Dalam kota
	2	Sedang	Dalam kota dan luar kota
	3	Tinggi	Luar kota

Aspek	Total Skor	Tingkat Risiko	Sumber
Produksi	1	Rendah	Perolehan bahan baku dalam kota dan proses produksi manual.
	2	Sedang	Perolehan bahan baku dalam kota dan luar kota serta proses produksi manual dan teknikal.
	3	Tinggi	Perolehan bahan baku luar kota dan proses produksi teknikal.
Pemodalán	1	Rendah	Modal internal
	2	Sedang	Modal internal dan eksternal dari lembaga non keuangan.
	3	Tinggi	Modal eksternal dari lembaga keuangan.
Pemasaran	1	Rendah	<i>Offline</i>
	2	Sedang	Gabungan <i>offline</i> dan <i>online</i>
	3	Tinggi	<i>Online.</i>
Hukum	1	Rendah	Mempunyai legalitas dan produk yang sah.
	2	Sedang	Mempunyai NPWP dan merek produk yang belum didaftarkan, namun

Aspek	Total Skor	Tingkat Risiko	Sumber
			tidak mempunyai legalitas usaha, dan produk yang sah.
	3	Tinggi	Tidak mempunyai NPWP, legalitas usaha, dan produk yang sah.

Sumber : Alfiana (2018).

3. Penetapan peringkat komposit potensi risiko UMKM

Langkah ini ditetapkan berdasarkan potensi risiko dari aspek SDM, produksi, permodalan, pemasaran dan hukum, dengan tingkatan sebagai berikut (Alfiana, 2018) :

Tabel 4.2 : Peringkat Komposit Potensi Risiko UMKM

Total Skor	Tingkat Risiko	Aspek
1	Rendah	SDM, produksi, permodalan, pemasaran, dan hukum.
2	Sedang	
3	Tinggi	

Sumber : Alfiana (2018).

4.5. Contoh Kasus Manajemen Risiko Bagi UMKM

4.5.1. Identitas UMKM “Toko Bahagia”

Nama UMKM : Toko Bahagia
Sektor Usaha : Ritel
Barang Dagangan : Produk-produk kelontong
Lama Usaha : (delapan) tahun.

4.5.2. Tujuan Analisis Risiko Pada UMKM “Toko Bahagia”

Tujuan dilakukan analisis risiko pada “Toko Bahagia” sebagaimana dinyatakan berikut ini :

1. Mengidentifikasi kemungkinan terjadinya risiko.
2. Melakukan analisis terhadap kemungkinan munculnya risiko.
3. Mengevaluasi strategi yang tepat untuk mengatasi.
4. Memberikan wacana kepada pemilik toko sebagai acuan dalam pengambilan keputusan yang tepat, sehingga dapat mengeliminir ketidakpastian.

4.5.3. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dilakukan dengan *indepth interview* dengan 2 (dua) kelompok informan yaitu pemilik took. Hasil wawancara sebagaimana dinyatakan ke dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.3 : Sumber Data dan Kisi-Kisi Wawancara

Informan	Kisi-Kisi Wawancara
Pemilik / pengelola	<ul style="list-style-type: none">- Volatilitas pasar.- Persaingan industri.- Kebutuhan sumber daya manusia.- Finansial.

4.5.4. Teknik Analisis

Teknik analisis dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan beberapa tahapan sebagai berikut :

Tabel 4.4 : Tahap Analisis Risiko

Tahap	Tindakan	Langkah-Langkah
1	Identifikasi risiko	Untuk mendapatkan, dan mengidentifikasi risiko potensial yang telah terdeteksi melalui proses wawancara dengan pemilik toko, dan konsumen.
2	*)Analisis risiko	a. Mengidentifikasi strategi dan pengendalian untuk meminimalisir risiko serta optimalisasi peluang.

Tahap	Tindakan	Langkah-Langkah
		<ul style="list-style-type: none"> b. Melakukan evaluasi dampak dari risiko, yang mempunyai efek positif maupun negatif. c. Menentukan tingkat risiko dengan mengelaborasi antara faktor dampak dengan probabilitas terjadinya risiko.
3	Evaluasi risiko	<ul style="list-style-type: none"> a. Risiko tinggi (warna merah) Artinya, segera dibutuhkan tindakan penanganan risiko, meskipun membutuhkan biaya tinggi, karena memberikan dampak pada keberlangsungan perusahaan. b. Risiko sedang (warna kuning) Artinya, dibutuhkan perlakuan terhadap risiko supaya dapat diminimalisir. c. Risiko rendah (warna hijau) Kadangkala tidak dibutuhkan perlakuan risiko, cukup dengan analisis <i>cost benefit</i>.
4	Perlakuan risiko	Melakukan pemilihan, dan implementasi langkah yang harus ditempuh untuk meminimalisir risiko, merupakan bagian dari langkah ini.

Berdasarkan Tabel 4.4 *point 2 (dua)*^{*} atau tahap analisis risiko dimaksudkan untuk memperoleh potensi risiko yang mungkin bisa

terjadi. Penilaian dilakukan dengan menggunakan skala 1-5. Skor yang tinggi, maka semakin tinggi pula frekuensi kemungkinan (*likelihood*) terjadinya risiko, sehingga semakin besar pula dampak (*impact*) yang mungkin akan terjadi. Penentuan *likelihood*, dan *impact* ini nampak pada tabel berikut :

Tabel 4.5 : Kriteria *Likelihood* dan *Impact*

Skor	Kategori	Keterangan	Frekuensi Kejadian
Frekuensi Kemungkinan (<i>Likelihood</i>) Terjadinya Risiko :			
1	<i>Rare</i>	Hampir tidak terjadi.	>2 tahun.
2	<i>Unlikely</i>	Jarang terjadi.	1-2 tahun.
3	<i>Possible</i>	Kadang terjadi.	7-12 bulan.
4	<i>Likely</i>	Sering terjadi.	4-6 bulan.
5	<i>Certain</i>	Hampir pasti terjadi.	1-3 bulan.
Dampak (<i>Impact</i>) Atas Risiko :			
1	<i>Insignificant</i>	Tidak menghambat jalannya proses bisnis.	
2	<i>Minor</i>	Sedikit menghambat jalannya proses bisnis.	
3	<i>Moderate</i>	Menghambat jalannya proses bisnis.	
4	<i>Major</i>	Menghambat kelancaran bagian khusus dari proses bisnis.	
5	<i>Catastrophic</i>	Mengganggu, dan menghambat seluruh alur proses bisnis.	

4.5.5. Analisis Risiko Pada UMKM “Toko Bahagia”

4.5.5.1. Tahap Identifikasi Risiko dan Dampak Yang Ditimbulkan

Berdasarkan hasil wawancara tertutup, berikut dapat diidentifikasi kemungkinan risiko yang terjadi di “Toko Bahagia” dan dampak yang ditimbulkan :

Tabel 4.6 : Identifikasi Risiko dan Dampaknya Pada “Toko Bahagia”

KD	Kemungkinan Risiko	Dampak
R-01	Keterbatasan modal untuk menambah stok barang dagangan.	Produk yang di perdagangkan menjadi kurang bervariasi, dan stik terbatas.
R-02	Barang dagangan yang sudah dalam masa kadaluwarsa.	Terjadi kerugian secara finansial.
R-03	Terjadi kerusakan pada sistem.	Operasional usaha menjadi terganggu.
R-04	Kerusakan barang dagangan.	Terjadi kerugian secara finansial, dan kepuasan konsumen berkurang.
R-05	Fuktuasi harga produk.	Terjadi ketidakpastian akan omset penjualan dan sekaligus keuntungan.
R-06	Pencurian barang.	Terjadi kerugian secara finansial.

4.5.5.2. Tahap Analisis Risiko

Analisis atas risiko pada “Toko Bahagia” yang sudah diidentifikasi (**Tabel 4.6**) kemudian dilakukan penilaian terhadap *likelihood*, dan *impact* dengan kategori sebagaimana pada **Tabel 4.7**, diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.7 : Penilaian *Likelihood*, dan *Impact* Pada “Toko Bahagia”

KD	Kemungkinan Risiko	Skor		Keterangan
		<i>Likelihood</i>	<i>Impact</i>	
R-01	Keterbatasan modal untuk menambah stok barang dagangan.	3	1	Risiko kadang terjadi, namun tidak sampai menghambat jalannya proses bisnis.
R-02	Barang dagangan yang sudah dalam masa kadaluwarsa.	2	2	Risiko jarang terjadi, namun sedikit menghambat jalannya proses bisnis.

KD	Kemungkinan Risiko	Skor		Keterangan
		Likelihood	Impact	
R-03	Terjadi kerusakan pada sistem.	2	3	Risiko jarang terjadi, namun bisa menghambat jalannya proses bisnis.
R-04	Kerusakan barang dagangan.	4	1	Risiko sering terjadi, namun tidak menghambat jalannya proses bisnis.
R-05	Fukuasi harga produk.	3	4	Risiko kadang terjadi, namun bisa menghambat kelancaran bagian khusus dari proses bisnis.
R-06	Pencurian barang.	3	1	Risiko kadang terjadi, namun tidak sampai menghambat jalannya proses bisnis.

4.5.5.3. Tahap Evaluasi Risiko

Evaluasi risiko ini dimaksudkan untuk melakukan evaluasi tingkat prioritas risiko (tinggi atau rendah). Tahap ini dilakukan dengan melakukan perbandingan antara standar *likelihood*, dan *Impact* (**Tabel 4.7**) dengan hasil analisis risiko (**Tabel 4.8**). Hasil evaluasi risiko pada “Toko Bahagia” dituangkan ke dalam matriks risiko sebagaimana nampak berikut ini :

Tabel 4.8 : Matriks Evaluasi Risiko Pada “Toko Bahagia”

Evaluasi Risiko		Impact				
		1	2	3	4	5
<i>likelihood</i>	5 <i>Certain</i>					
	4 <i>Likely</i>	R-04				
	3 <i>Possible</i>	R-01 R-06			R-05	
	2 <i>Unlikely</i>		R-02	R-03		
	1 <i>Rare</i>					
Keterangan :						
	= Tingkat risiko rendah.	1= insignificant.	4= Major.			
	= Tingkat risiko sedang.	2= Minor.	5=			
	= Tingkat risiko tinggi.	3= Moderate.	Catastrophic.			

Berdasarkan Tabel 4.8, selanjutnya di kategorikan ke dalam 6 (enam) risiko sesuai dengan tingkatan risikonya, sebagaimana nampak pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.9 : Klasifikasi Berdasarkan Tingkat Risiko Pada “Toko Bahagia”

KD	Kemungkinan Risiko	Skor		Tingkat Risiko
		Likelihood	Impact	
R-01	Keterbatasan modal untuk menambah stok barang dagangan.	3	1	Rendah
R-02	Barang dagangan yang sudah dalam masa kadaluwarsa.	2	2	Rendah
R-03	Terjadi kerusakan pada sistem.	2	3	Sedang
R-04	Kerusakan barang dagangan.	4	1	Sedang
R-05	Fuktuasi harga produk.	3	4	Sedang
R-06	Pencurian barang.	3	1	Rendah

4.5.5.4. Tahap Perlakuan Risiko

Langkah perlakuan risiko ini ditujukan untuk menentukan tindakan yang diusulkan untuk meminimalisir/menangani risiko yang ada, sebagaimana nampak pada tabel berikut :

**Tabel 4.10 : Perlakuan Risiko
Pada “Toko Bahagia”**

KD	Kemungkinan Risiko	Tingkat Risiko	Perlakuan Terhadap Risiko
R-01	Keterbatasan modal untuk menambah stok barang dagangan.	Rendah	Melakukan pengelolaan persediaan dengan baik, sehingga stok tidak terlalu banyak dan sekaligus cukup untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
R-02	Barang dagangan yang sudah dalam masa kadaluwarsa.	Rendah	<ul style="list-style-type: none"> a. Melakukan pengecekan secara rutin terhadap masa kadaluwarsa barang dagangan. b. Membuat program diskon untuk produk-produk yang sudah mendekati masa kadaluwarsa.
R-03	Terjadi kerusakan pada sistem.	Sedang	Melakukan evaluasi dan monitoring secara rutin terhadap sistem yang digunakan.

KD	Kemungkinan Risiko	Tingkat Risiko	Perlakuan Terhadap Risiko
R-04	Kerusakan barang dagangan.	Sedang	<ul style="list-style-type: none"> a. Melakukan display yang diklasifikasikan sesuai jenis barang dagangan. b. Melakukan pemeriksaan terhadap kerapian tata letak barang dagangan dengan rutin.
R-05	Fuktuasi harga produk.	Sedang	<ul style="list-style-type: none"> a. Memantau perubahan harga di pasar. b. Sigap di dalam menyesuaikan harga sesuai dengan kondisi pasar terkini.
R-06	Pencurian barang.	Rendah	<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan alat bantu CCTV. b. Memantau rekaman CCTV secara rutin. c. Melakukan pelayanan dengan sigap.

Selanjutnya, setelah mengetahui atau melakukan analisis terhadap kemungkinan terjadinya risiko UMKM tersebut, selanjutnya

dibutuhkan program pelatihan dan pendampingan memberikan efek positif untuk meningkatkan kemampuan di bidang manajerial dan kewirausahaan (Pujari & Kamble, 2022). Upaya untuk menanggapi tantangan tersebut diantaranya dibutuhkan pendampingan khusus. Salah satu pendekatan yang bisa digunakan adalah *community developepment & community organizer* (sebagaimana di bahas dalam BAB V).

BAB V

COMMUNITY DEVELOPMENT & COMMUNITY ORGANIZER

5.1. *Community Development*

5.1.1. Definisi *Community Development*

*P*emberdayaan/pengembangan masyarakat (*community development*) yang muncul didasarkan oleh konsep *empowerment*. Berawal dari sosialis yang bernama Robert Owen pada abad 18-an, (tahun 1771-1851). Dasar pemikiran awal yaitu mengenai suatu perencanaan sebuah komunitas, yang kemudian harus dibangun menjadi sempurna. Selanjutnya diadopsi oleh tokoh lain (Lanark, Oneida, Mohandas K. Gandhi, Swaraj, Vinoba Bhave, Jawaharlal Nehru, dan lainnya). Pendekatan ini pada tahun 1990-an, sudah mulai muncul berbagai kritik maka berubah pada fokus masalah dan formasi kapitalis sosial, yang perkembangan ini hingga sekarang.

Community development didefinisikan sebagai suatu upaya untuk memberikan otonomi, wewenang, kepercayaan, dan daya kepada masyarakat agar dapat lebih kreatif serta inovatif

dalam menyelesaikan tugas sosial-ekonomi menjadi semakin baik. Pendekatan ini dengan demikian suatu mekanisme yang fokus dalam memberdayakan masyarakat agar dapat mandiri secara sosial dan ekonomi.

5.1.2. Maksud dan Tujuan *Community Development*

Community development adalah sebuah bagian dari konsep pembangunan ekonomi yang mengakumulasi nilai-nilai sosial di masyarakat. Sekaligus mewakili beberapa nilai fundamental (*people centred, participatory, empowering, dan sustainable*). Kunci utamanya yaitu harus mampu menciptakan masyarakat supaya mempunyai daya guna yang lebih baik, sejahtera dan *growth mindset*. Tujuan utama dari pendekatan *community development*, yaitu :

1. Membangun sinergi

Pendekatan *community development* dapat digunakan untuk membangun sinergi bersama dengan pemerintah. Hal ini tujuannya untuk

melakukan eskalasi berbagai kondisi (sosial, ekonomi, dan budaya) di daerah tertinggal. Menggunakan pendekatan ini maka mekanisme menjadi efektif dalam menumbuhkan kesejahteraan masyarakat dengan cepat, komprehensif, dan partisipatif.

2. Membuka ruang berkontribusi

Community development dapat membuka peluang bagi masyarakat untuk ikut memberikan kontribusi dalam pemberdayaan dan pengembangan kondisi sosial-ekonomi masyarakat itu sendiri.

3. Mereduksi masalah

Menggunakan *community development* juga dapat dijadikan salah satu metode ilmiah untuk mengurangi permasalahan sosial, budaya, dan ekonomi yang di suatu daerah.

5.1.3. *Aspek Community Development*

Aspek-aspek yang mendasari konsep dari *community development* :

1. *Enabling*

Konsep ini memberi penekanan mengenai cara para *stakeholder* untuk membangun kondisi yang produktif, dan konstruktif supaya masyarakat bisa berkembang. Hambatannya jika masyarakat mempunyai pola pikir yang masih tradisional dan konservatif, sehingga harus diubah menjadi inklusif. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memotivasi dan memberikan edukasi bahwa seluruh lapisan masyarakat bisa bertumbuh dengan potensinya masing-masing.

2. *Empowering*

Aspek ini memberikan fokus pada penguatan nilai potensial yang ada di diri masyarakat melalui berbagai program yang telah dikonseptkan oleh *stakeholder*. Program tersebut didasarkan hasil riset secara menyeluruh dari berbagai permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat. Misal, program pendidikan, ekonomi dan keuangan. Substansi keberhasilan dari aspek *empowering* yaitu dengan melakukan formulasi program-program *community development* yang

akomodatif dan komprehensif di berbagai lapisan masyarakat.

3. *Protecting*

Aspek *protecting* mempunyai fokus melakukan perlindungan kepada masyarakat yang dalam kondisi termarginalisasi. Misalnya, masyarakat yang mengalami intervensi dalam pengambilan kebijakan sentral dari berbagai pihak. Terkait dengan hal ini, maka *stakeholder* harus melakukan pendampingan berkelanjutan.

Selanjutnya, dalam konteks pengembangan masyarakat melalui perencanaan program dengan tahapan berikut :

1. Tahap problem posing

Pada tahap ini dilakukan pengelompokan masalah, selanjutnya dilakukan bermusyawarah untuk memperoleh jalan keluar.

2. Tahap analisis masalah

Tahap ini melakukan pengumpulan informasi, kemudian mengklasifikasikan dan dipecahkan.

3. Tahap penentuan tujuan (*aims*) dan sasaran (*objectives*)

Tahap ini merujuk pada visi, tujuan jangka panjang dan pernyataan mengenai petunjuk umum. Selanjutnya, sasaran terkait dengan kepercayaan terhadap kegiatan yang akan dilakukan kemudian menyusun proses dan tugas-tugas secara khusus. Sasaran yang ditetapkan terdiri atas kegiatan-kegiatan yang dapat diidentifikasi, dianalisis dan diungkapkan secara jelas kepada warga.

4. Tahap perencanaan tindakan

Pada tahap ini melakukan berbagai perencanaan untuk tujuan. Aspek yang harus diperhatikan adalah tenaga kerja, peralatan, jaringan sosial, dana, tempat, informasi, waktu tersedia, faktor-faktor penghambat dan pendukung, problematika stakeholder, tugas-tugas riil yang akan dijalankan, dan sebagainya.

5. Tahap pelaksanaan

Tahap ini aktivis sosial melakukan pengimplementasian kegiatan dan

pengembangan masyarakat sebagaimana yang telah direncanakan.

6. Tahap evaluasi

Tahap ini dilaksanakan secara terus menerus baik secara formal maupun semi formal. Langkah ini dimaksudkan untuk melakukan penilaian atas capaian dan tingkat keberhasilan dari pelaksanaan program.

Pada implementasi *community development* harus mengacu pada beberapa prinsip di dalam pembangunan komunitas berikut :

1. Partisipasi dan keterlibatan

Prinsip ini memberikan penekanan mengenai arti pentingnya untuk menghubungkan komunitas secara aktif mulai dari pengidentifikasian masalah sampai pada menyusun rencana hingga memperoleh jalan keluar. Hal ini harus memperhatikan pula mengenai kebutuhan dan serta aspirasi masyarakat.

2. Pemberdayaan

Pendekatan ini dimaksudkan untuk meningkatkan keterampilan, akses pada berbagai sumber daya, dan pengembangan kepercayaan diri, melalui peran aktif dari kelompok.

3. Kerjasama dan kolaborasi

Prinsip ini memberikan penekanan mengenai arti pentingnya kerjasama antara stakeholder. Kolaborasi yang efektif dimungkinkan terjadinya penggabungan sumber daya, pengalaman, dan pengetahuan untuk mencapai hasil terbaik.

4. Pendekatan berbasis aset

Pendekatan ini fokus pada pengakuan terhadap aset dan sumber daya yang ada dalam komunitas, baik itu dalam bentuk keterampilan, pengetahuan lokal, jaringan sosial, maupun infrastruktur fisik. Pemanfaatan aset akan bisa menguatkan kapasitas komunitas dalam menyelesaikan berbagai tantangan dan mencapai tujuan pembangunan.

5. Berkelanjutan dan adaptif

Implementasi pengembangan komunitas harus dimaksudkan untuk capaian hasil jangka panjang dan berkelanjutan. Pendekatan yang adaptif ditujukan untuk melakukan akomodasi atas perubahan dalam kebutuhan dan kondisi komunitas seiring waktu.

5.2. *Community Organizer*

5.2.1. Pengertian *Community Organizer*

Community organizer merupakan bagian upaya yang dilakukan masyarakat secara individual untuk mengorganisir para masyarakat lainnya, supaya bersedia menjalankan tindakan bersama untuk menyelesaikan masalah yang terjadi di lingkungannya. Dipandang pula bahwa *community organizer* merupakan kelompok terencana yang bermaksud membantu komunitas masyarakat memberdayakan struktur sosial dan sumber daya yang dimiliki.

Istilah *community organization* juga dinyatakan sebagai suatu pemberdayaan masyarakat, pembangunan kapasitas, dan pengembangan kemitraan. Keberadaannya dapat

memungkinkan masyarakat untuk meningkatkan keahlian dan sumber daya yang bisa berdampak mempengaruhi kesejahteraan.

5.2.2. Maksud dan Tujuan *Community Organizer*

Community organization dibentuk untuk mencapai tujuan komunitas yang diputuskan bersama sesuai dengan nilai-nilai lokal. Istilah *community organization* umumnya digunakan untuk kelompok atau pihak yang membantu masyarakat menangani masalah sosial setempat. Tujuannya membantu masyarakat menangani permasalahan sosial, dan membuat kegiatan yang ditentukan oleh berbagai faktor yang ada disuatu daerah.

5.2.3. Aspek *Community Organizer*

Aktivitas *community organizer* ini dilakukan secara sadar, dan tidak ada dominasi kepentingan pribadi. Sehubungan dengan ini, maka pelaku *community organizer* harus mempunyai keahlian khusus, karena ruang lingkup permasalahannya sangat luas. Misal, faktor alam,

budaya, regulasi pemerintah, perilaku aparat maupun swasta.

Upaya yang dapat dilakukan supaya kegiatan *community organizer* dapat berjalan dengan lancar, maka harus melalui beberapa tahapan berikut :

1. Analisis

Pada tahap ini, melakukan kajian atas kebutuhan, aset sumber daya, kapasitas, dan profil masyarakat setempat. Hal ini dilaksanakan dengan melakukan pemetaan komunitas dilengkapi dokumentasi, rumusan masalah, dan tahap pengambilan keputusan secara bijaksana.

2. Perancangan kegiatan

Pada tahap ini, akan disertakan perwakilan dari warga, yang ikut dalam proses pengambilan keputusan. Tahap ini juga dilakukan pembentukan struktur organisasi secara permanen.

3. Pelaksanaan kegiatan

Community organization pada langkah ini menjadikan teori ke tahap tindakan, serta

melaksanakan misi menjadi suatu program. Bersama dengan warga dilaksanakan berbagai aktivitas untuk mendapatkan tujuan bersama.

4. Evaluasi program

Pelaksanaan melakukan evaluasi atas keberhasilan kendala-kendala yang masih terjadi selama pelaksanaan kegiatan. Kesimpulan dari tahap ini dijadikan pegangan untuk menetapkan arah program.

5. Penyebaran strategi

Pada tahap ini, penyebaran informasi strategis dilakukan mengenai hasil kampanye dan finalisasi rencana kegiatan kepada masyarakat sekitar. Secepat masyarakat akan memperoleh pesan ringkas yang memberikan gambaran atas capaian dan dijadikan acuan keberlanjutan secara mandiri.

Tugas yang harus dijalankan oleh pengorganisir masyarakat terdiri dari perencanaan, pengelolaan, pengambilan keputusan serta pelaksanaan program. Jenis tugas tersebut juga dapat terkait erat dengan tujuan organisasi,

pengembangan kepemimpinan, pendidikan anggota dan masyarakat luas, pengembangan kelembagaan organisasi.

Peran yang dimiliki oleh *community organization* disesuaikan dengan perkembangan kelompok. Tahap awal, berperan lebih banyak memberi tahu (*telling*) atas apa yang harus dilakukan. Berjalannya perkembangan, lebih ke arah menjual ide (*selling*), dan dilanjutkan tahap yang bersifat partisipasi (*participating*), yang akhirnya memberikan kebebasan (*releasing*). Diungkap pula ada beberapa peran yang harus dilakukan oleh *organizer*, yaitu :

1. Perpektif kerangka ideologis

Yaitu menguak kesadaran palsu dan kesadaran terhegemoni untuk mengarah pada kesadaran kritis.

2. Kerangka strategis taktis

Peran ini mengupayakan implementasi model institusional yang beragam untuk menjalankan perubahan institusional.

3. Kerangka kepemimpinan

Yaitu mendorong tipe kepemimpinan yang memberikan penekanan mengenai proses partisipatoris dan anggota komunitas.

4. Kerangka struktur

Pada peran ini masih harus mengarah pada pengorganisasian secara fleksibel dengan tetap mempertimbangkan ciri-ciri organisasi secara umum.

Selanjutnya, dalam melakukan implementasi *community organizer* harus memperhatikan beberapa sikap dasar berikut :

1. Keterbukaan

Yaitu kemauan untuk terus belajar, kesediaan untuk membagi pengalaman dan pemikiran, kesiapan memperoleh kritik dan saran.

2. Disiplin

Misal, kemampuan menyelesaikan pekerjaan dengan efektif dan efisien, dan disiplin.

3. Ingin tahu

Motivasi mempelajari perihal baru, sekaligus menjadi prakarsa di dalam kelompok.

4. Peka terhadap tuntutan yang mendesak (*sense of urgency*)

Sikap minat dan tekad untuk menyelesaikan tugas dengan tepat waktu, dan mempunyai kemampuan mempertimbangkan banyak hal.

5. Inisiatif

Melaksanakan tugas tanpa harus ditekan terlebih dahulu, dan selalu membuat perencanaan dalam menjalankan tugas.

BAB VI PENUTUP

Perempuan mempunyai peran sangat penting untuk meningkatkan pembangunan ekonomi baik skala rumah tangga maupun makro. Sehubungan dengan ini, maka pemberdayaan peran perempuan sangat dibutuhkan untuk mencapai kemandirian finansial, salah satunya melalui kewirausahaan yang tercakup dalam UMKM. Kondisi ini harus dikembangkan secara berkelanjutan, melalui pengenalan manajemen risiko dan program pendampingan.

Banyak metode yang dapat digunakan, diantaranya dukungan pengembangan terhadap kaum perempuan. Diantaranya melalui pendekatan *community development* dan *community organization*. Pendekatan *community development* dimaksudkan untuk menciptakan masyarakat supaya mempunyai daya guna yang lebih baik, sejahtera dan *growth mindset*. Pendampingan melalui *community organization* bertujuan untuk membantu masyarakat menangani berbagai masalah sosial. Implementasi kedua pendekatan tersebut jika dilakukan dengan baik, maka *skill* dan

pengetahuan para pelaku UMKM meningkat, sehingga menjadi lebih mudah mengatasi masalah.

DAFTAR PUSTAKA

- Addati, L., Cattaneo, U., Esquivel, V., & Valarino, I. (2018). *Care work and care jobs for the future of decent work*. International Labor Organization. ISBN: 978-92-2-131643-5. https://www.researchgate.net/publication/326271177_Care_work_and_care_jobs_for_the_future_of_decent_work.
- Adnan, A.F. (2024). AKUMINDO mendorong pengembangan UMKM lewat literasi digital. <https://www.antaranews.com/berita/3939306/akumindo-dorong-pengembangan-umkm-lewat-literasi-digital>.
- Abdurohim, D. (2023). *Women's Empowerment In Msmes: Analysis Of Social And Economic Impacts*. International Journal of Management and Business Economics (IJMEBE). Volume 2, Number 1. Pp : 49-53. <http://repository.unpas.ac.id/67500/1/Publish.pdf>.
- Aditya, G.; Astutik, D.; Annisa, L.H.; Shekinah G.Y.; Kristiyanto, T.J. (2024). Assistance in Strengthening the Community of Women in MSMEs Using a Community Approach Development and Community Organization at the Banyu Mili MSMEs Forum, Purworejo Regency. *Community Empowerment*. Vol. 9. Issue 12.
- Adityaswara, M. (2021). *UMKM dan Kendala Pembiayaan*.

<https://feb.ui.ac.id/2021/11/16/mirza-adityaswara-umkm-dan-kendala-pembiayaan/>.

Ainun, N.; Maming, R.; & Wahida, A. (2023). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada Umkm. *Jesya*. Vol. 6, No. 1, Hlm. 674–81. [Doi: 10.36778/jesya.v6i1.967](https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.967).

Alifiana, M.A. (2018). Potensi Risiko UMKM.

Modul.

[https://eprints.umk.ac.id/12018/1/Modul_PotensiRisikoUMKM MiaAjengAlifiana .pdf](https://eprints.umk.ac.id/12018/1/Modul_PotensiRisikoUMKM_MiaAjengAlifiana.pdf).

Badan Pusat Statistik. (2019).

Cabegin, E. C. A., & Gaddi, R. S. (2019). Determinants of female labor force participation in the Philippines. Pasig City: NEDA Philippines.

Duong, L. (2009). Effective Risk Management Strategies For Small-Medium Enterprises And Micro Companies A Case Study For Viope Solutions Ltd. Thesis. International Business. <https://core.ac.uk/download/pdf/38093683.pdf>

Druzhynina, V., Likhonosova, G., Lutsenko, G., & Kushal, I. (2020). Innovative technology in terms of socio-economic value diffusion: Accounting and analytical support. *European Journal of Sustainable Development*, 9(3), 476–489. Scopus.

<https://doi.org/10.14207/ejsd.2020.v9n3p476>.

Fauzia, H., & Hasanah, A. (2023). External Capital Analysis on Sustainability of MSMEs Led by Women. *JEJAK*, 15(2), 427–438.

<https://doi.org/10.15294/jejak.v15i2.36811>

- Freije, S. (2002). *Informal Employment In Latin America And The Caribbean: Causes, Consequences And Policy Recommendations*.
- Gordon, D.M. (1972). *Theories of Poverty and Underemployment: Orthodox, Radical, and Dual Labor Market Perspectives*. Lexington Books.
<https://books.google.co.th/books?id=6qbsAAAIAAJ>.
- Hasibuan, M.S.P. (2001). *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*. Jakarta. PT. Bumi Aksara.
- Handayani, A.D. (2023). Digitalisasi Umkm: Peningkatan Kapasitas Melalui Program Literasi Digital. *Jurnal Signal*. Vol. 11, No. 1, Hlm. 01-140.
<https://jurnal.ugj.ac.id/index.php/Signal/article/view/8213/3324>.
- Hootsuite. (2022). *Indonesian Digital Report 2022*. In *Datareportal.Com* (p. 113).
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>.
- Ismail, A. (2022). Memperkuat Pengorganisasian Masyarakat Desa. *Jurnal Sains, Sosial Dan Humaniora (JSSH) Universitas Muhammadiyah Maluku Utara*. 2(1). 43–51.
<https://doi.org/10.52046/jssh.v2i2.1135>.
- Isti'Any, N. N., & Pitoyo, A. J. (2016). *Pekerja Perempuan dalam Sektor Informal di Daerah Istimewa Yogyakarta Analisis Faktor*

Pengaruh Berdasarkan Susenas Kor 2014. Jurnal Bumi Indonesia, 5(4).

Juwairiyah, I.; Muhammad Andrianto & Rahma Syafitri. (2022). *Peran Perempuan dalam Membangun UMKM di Kota Tanjungpinang*. Jurnal Hukum, Humaniora, Masyarakat dan Budaya. Vol 2, No. 2. Pp : 150-153. DOI : <https://doi.org/10.33830/humayafhisip.v2i2.3838>.

KADIN Indonesia. (2024). Data dan Statistik UMKM. <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>.

Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia. (2024). Kemen PPPA dan MicroSave Consulting (MSC) Luncurkan Hasil Studi Pekerja Informal Perempuan dalam Ekonomi Digital. Siaran Pers Nomor: B-154/SETMEN/HM.02.04/5/2024. <https://www.kemenpppa.go.id/page/view/NTIyOA==>

Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2022). MenKopUKM Transformasi Digital Dorong Daya Tahan UMKM Lebih Kuat. Humas Kementerian Koperasi Dan UKM. <https://kemenkopukm.go.id/read/menkopukm-transformasi-digitaldorong-daya-tahan-umkm-lebihkuat>.

Law, N., Woo, D., de la Torre, J., & Wong, G. (2018). A Global Framework of Reference on Digital Literacy. UNESCO Institute for Statistics, 51, 146.

- Lewis, W. A. (1954). Economic Development With Unlimited Supplies Of Labour.
- Lubis, T. A., & Junaidi, J. (2016). Pemanfaatan Teknologi Informasi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Jambi. *Jurnal Perspektif Pembiayaan Dan Pembangunan Daerah*. Vol. 3, No. 3, Hal. 163– 174. <https://doi.org/10.22437/ppd.v3i3.3535>.
- Mardhiyah, D., Hartini, S., & Kristanto, D. (2020). An integrated model of the adoption of information technology in travel service. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(11), 283–299. Scopus.
- Muryani, M., & Hatiku, G. P. (2018). Women’s Labor Force Participation Analysis on Formal and Informal Business Sectors. *Iciebp 2017*, 814–817.
- Munawaroh, M. (2021). Determinan Perempuan Bekerja di Kalimantan Barat pada Sektor Informal selama Pandemi: Determinants of Working Women in West Kalimantan on the Informal Sector during Pandemic. *Jurnal Forum Analisis Statistik (FORMASI)*, 1(2), 81–89.
- Neri, M. C. (2002). Decent Work And The Informal Sector In Brazil.
- Nurhayati; Jakaria & Aina Zahra Parinduri. (2023). Training on Enhancing Women's Role in Supporting Household Economy. International Journal Community Service*

Implementation Vol. 1 No. 2. Page 21-28.
DOI: <https://doi.org/10.55227/ijcsi.v1i2.162>.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Pujari, N., & Kamble, G. S. (2022). Women entrepreneurship development through MSMEs. *International Journal of Health Sciences*, 4823–4830.
<https://doi.org/10.53730/ijhs.v6nS2.6165>.

Ramdlaningrum, H.; Nor Ismah; Dia Mawesti; Cut Nurul Aidha; Fiona Armintasari, Dwi Rahayu Ningrum. (2020). *Pemberdayaan Ekonomi bagi UMKM yang Dipimpin Perempuan di Pedesaan Indonesia*. LSM Indonesia. Jaarta. Perkumpulan PRAKARSA.

Santoso, B. (2021). Laporan Kajian Kesenjangan Sisi Permintaan (Demand) dan Penawaran (Supply) terhadap Pembiayaan Usaha Mikro dan Kecil (UMK). Kolaborasi Masyarakat dan Pelayanan untuk Kesejahteraan (KOMPAK) Bekerjasama Dengan Pemerintah Australia-Indonesia. ISBN : 978-623-6080-23-8.
https://sikompak.bappenas.go.id/pustaka/view/600/id/2022_Laporan%20Kajian%20Kesenjangan%20Sisi%20Permintaan%20dan%20Penawaran%20terhadap%20Pembiayaan%20Usaha%20Mikro%20dan%20Kecil.pdf.

Simanjuntak, M., Pratiwi, I., Mandagi, D. W., Fitrianna, N., Lorensius, M., Hutabarat, M.,

Wardoyo, S., Handiman, U., Syafrida, H., Sahir, S. H., Hidayatulloh, A., Abraham, H., Lelengboto, L., Aksa, A., Ridow, J., Penerbit, Y., Menulis, & Metekohy, A. (2023). *Feminist Entrepreneurship*.

Sun, K., Cao, X., & Xing, Z. (2021). Can the diffusion modes of green technology affect the enterprise's technology diffusion network towards sustainable development of hospitality and tourism industry in china? *Sustainability (Switzerland)*, 13(16). Scopus. <https://doi.org/10.3390/su13169266>.

Susianawati, R. (2008). *Peran UKM Perempuan Sebagai Pelaku Usaha Kecil Dalam Pembangunan Ekonomi Indonesia Berdasarkan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 Dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2005*. Tesis. Fakultas Hukum Universitas Indonesia.

Peterbang, E. & Ruswanta Basuki. (2018). *Community Organizer: Modul Pendidikan dan Pelatihan*. Kalimantan: Puskodit BKCU Kalimantan.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil Menengah.

Vuorikari, R., Punie, Y., Carretero, S., & Van Den Brande, L. (2016). DigComp 2.0: The Digital Competence Framework for Citizens. In *Jrc-Ipts* (Issue June). <https://doi.org/10.2791/11517>.

Wei, L.C. (2018). *Why Women-Owned Businesses*

in Indonesia Stay Small. y Centennial Asia
Advisors and Independent Research &
Advisory Indonesia. Pp. -16.
[http://irai.co.id/wp-
content/uploads/2018/09/Indonesia-Women-
SMEs-Report-FINAL-31-Aug-18.pdf](http://irai.co.id/wp-content/uploads/2018/09/Indonesia-Women-SMEs-Report-FINAL-31-Aug-18.pdf).

Wheeler, S. (2012). Digital Literacies for
Engagement in Emerging Online Cultures.
ELC Research Paper Series, 5, 14–25.
<http://elcrps.uoc.edu>.

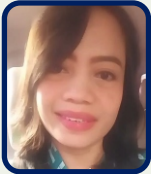
Widhyharto, D. S. (2015). Perempuan sebagai
Agen Perubahan Sosial-Ekonomi Masyarakat
Pesisir Sekitar PLTH (Pembangkit Listrik
Tenaga Hybrid) Pantai Baru, Kabupaten
Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta.
*Indonesian Journal of Community
Engagement*, 1(1), 156–171.

COMMUNITY DEVELOPMENT DAN COMMUNITY ORGANIZATION

Dalam Pemberdayaan Perempuan Pelaku UMKM



Galuh Aditya, S.E., M.M dosen tetap Universitas Sains dan Teknologi Komputer (STEKOM) Semarang di Prodi S1 Bisnis. Lahir di Purworejo, tanggal 14 april 1990. Menempuh pendidikan S1 di STIE Rajawali dan S2 di STIEPARI Semarang. Sebagai penulis aktif dalam penulisan buku, jurnal ilmiah yang termasuk dalam kegiatan Tri Dharma dengan konsentrasi di bidang Sumber Daya Manusia



Dwi Astutik, S.E., M.M., Dosen Tetap Universitas Sains dan Teknologi Komputer (STEKOM) Semarang di Prodi S1 Bisnis. Lahir di Grobogan, tanggal 03 April 1982. Pada tahun 2002 Menempuh pendidikan S1 di UNTAG Semarang lulus tahun 2006 pada Prodi Manajemen. Tahun 2012 studi S2 di Universitas STIKUBANK Semarang lulus tahun 2014 dengan konsentrasi Manajemen Keuangan. Buku ini sebagai implementasi dari kompetisi hibah kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat .



Lolanda Hamim Annisa, S.Kom., M.Kom, adalah dosen tetap pada Universitas Putra Bangsa dengan jabatan Asisten Ahli. Saat ini penulis aktif dalam penulisan buku, membuat jurnal ilmiah yang termasuk dalam kegiatan Tri Dharma. Pendidikan sarjana Sistem Informasi diselesaikan tahun 2015 di Universitas Brawijaya Malang, dan Magister Sistem Informasi di Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya pada tahun 2020. Tahun 2020-2022 tergabung menjadi dosen Bisnis Digital. Dan 2022-sekarang menjadi Ketua Program Studi Sains Data Universitas Putra Bangsa Kebumen



Gabriela Yabestania Mahasiswa Universitas Sains Dan Teknologi (STEKOM) Ungaran, Program Studi S1 Manajemen. Lahir di Semarang, 8 Juni 2004. Menempuh pendidikan SD di Kalimantan Tengah, Melanjutkan SMP di Kalimantan Tengah dan SMA di Semarang, lulus tahun 2022. S1 di Universitas Sains Dan Teknologi (Stekom) hingga saat ini Semester 5.



Timothy Jerry Kristiyanto Mahasiswa Universitas Sains Dan Teknologi (STEKOM) Semarang, Program Studi S1 Teknik Infomatika. Lahir di Ambarwa, 9 Juli 2004. Menempuh pendidikan SD di ungaran Melanjutkan SMP dan SMA di Semarang, lulus tahun 2022. S1 di Universitas Sains Dan Teknologi (Stekom) hingga saat ini Semester 5.



PENERBIT :
YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK
Jl. Majapahit No. 605 Semarang
Telp. (024) 6723456. Fax. 024-6710144
Email : penerbit_ypat@stekom.ac.id

ISBN 978-623-8642-61-8 (PDF)



9 786238 642618