

FKP

OKTOBER
2022



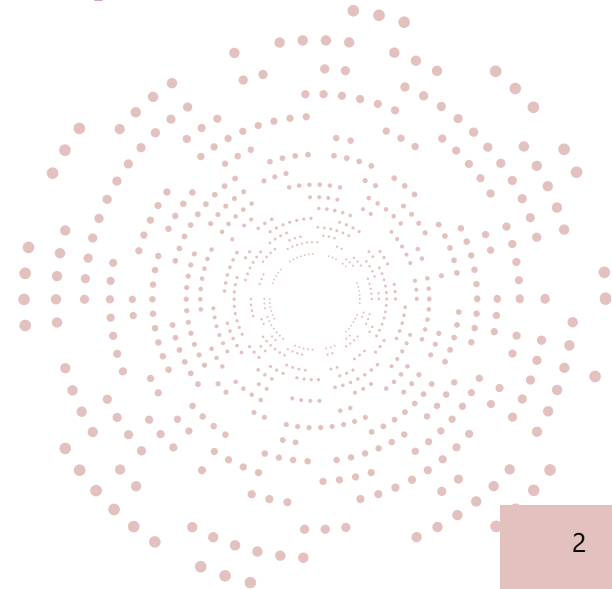
Dampak Respons Kebijakan COVID-19 pada UMKM Perempuan di Indonesia

Oleh: Rizki Fillaili, Niken Kusumawardhani, Wandira Larasati, Hening Wikan,
Farhan Anshary, Muhammad Soufi Cahya Gemilang, Rinanda Dwirintha Putri,
Uray Maharani Pertiwi



“Suami saya nggak suka dipimpin atau diatur-aturl perempuan, apalagi saya. Saya sebenarnya mau mengembangkan usaha jus ini, tapi kadang saya tahan karena harus jaga perasaan suami. Taruhannya (adalah) pernikahan kami.”

[Ibu F, penjual jus buah, 28 Oktober 2021]



Pelaku UMKM perempuan menghadapi berbagai tantangan selama pandemi.

Lebih dari 60% UMKM perempuan di Indonesia mengalami **40% penurunan pendapatan** di awal pandemi.

(UNDP dan LPEM UI, 2020)

UMK milik perempuan, terutama yang berstatus informal, **paling sedikit menerima manfaat program** pemerintah.

(UN Women, Gojek, PulseLab, 2020)

19% perempuan mengalami **peningkatan pekerjaan rumah tangga tak berbayar**, dibandingkan dengan 11% laki-laki.

(UN Women, 2020)

Literasi teknologi UMKM perempuan lebih banyak **ditopang kemampuannya belajar sendiri 87%** dan diajari teman/keluarga 35%.


(The Prakarsa, 2020)



Menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif untuk mengkaji bagaimana kebijakan penanganan COVID-19 dapat memenuhi kebutuhan UMKM perempuan.



Kuesioner daring: 535 responden

- 48% pelaku UMKM perempuan dan 52% pelaku UMKM laki-laki
- Melalui kanal media sosial dan situs web SMERU & bekerja sama
- dengan 



Wawancara Mendalam

- Pemerintah pusat
- Pemerintah daerah Kab. Pangkep dan Kab. Rembang
- Inkubator, akselerator, dan asosiasi pelaku usaha perempuan
- Pelaku UMKM perempuan dan laki-laki

FGD

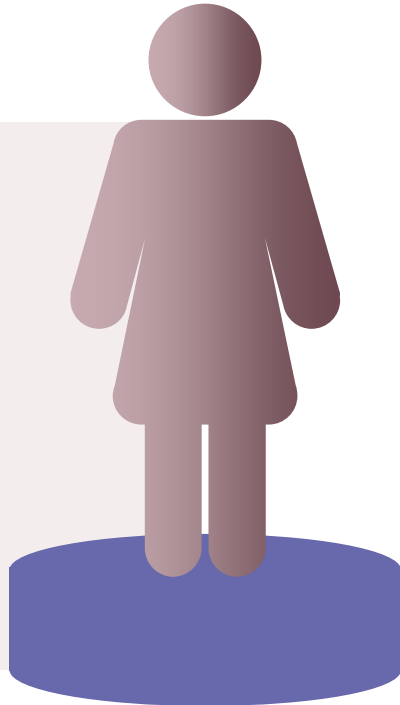
- Pemerintah pusat dan daerah
- Pelaku UMKM perempuan

Secara umum, UMKM perempuan dan UMKM laki-laki mengalami dampak pandemi yang serupa terkait dinamika produksi.

40,47% harga produk mengalami penurunan

40,86% biaya produksi cenderung tetap dan meningkat

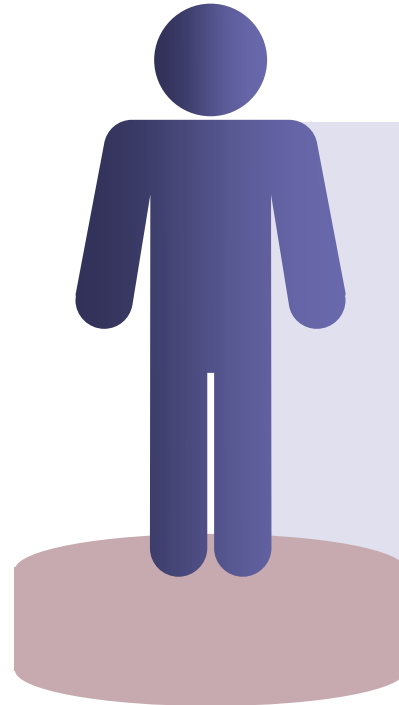
64,59% jumlah penjualan menurun



43,88% harga produk mengalami penurunan

40,29% biaya produksi cenderung tetap

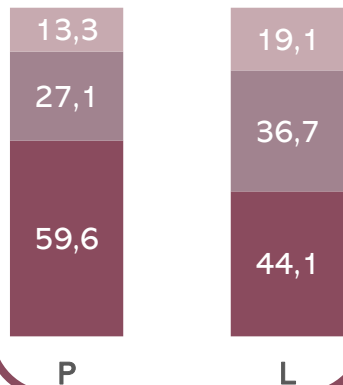
64,39% jumlah penjualan menurun



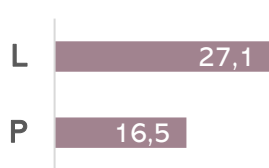
Lebih banyak UMKM perempuan berjualan via media sosial, namun strategi digitalisasi yang diadopsi lebih terbatas.

1. Berjualan melalui media sosial

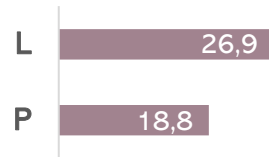
- Tidak menggunakan
- Memulai
- Penguatan



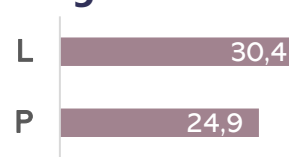
2. Berjualan via situs web



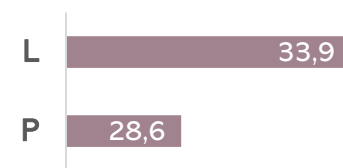
3. Iklan daring



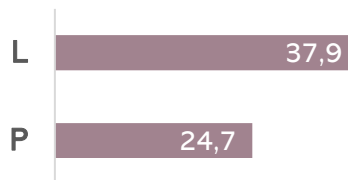
4. Pelatihan terkait digitalisasi



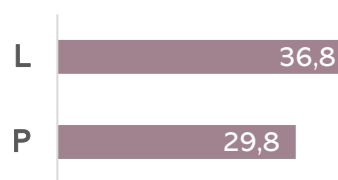
5. Sistem kerja remote



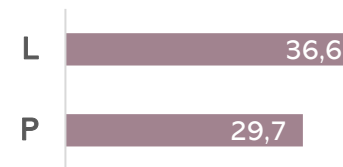
6. Mengelola tagihan via aplikasi



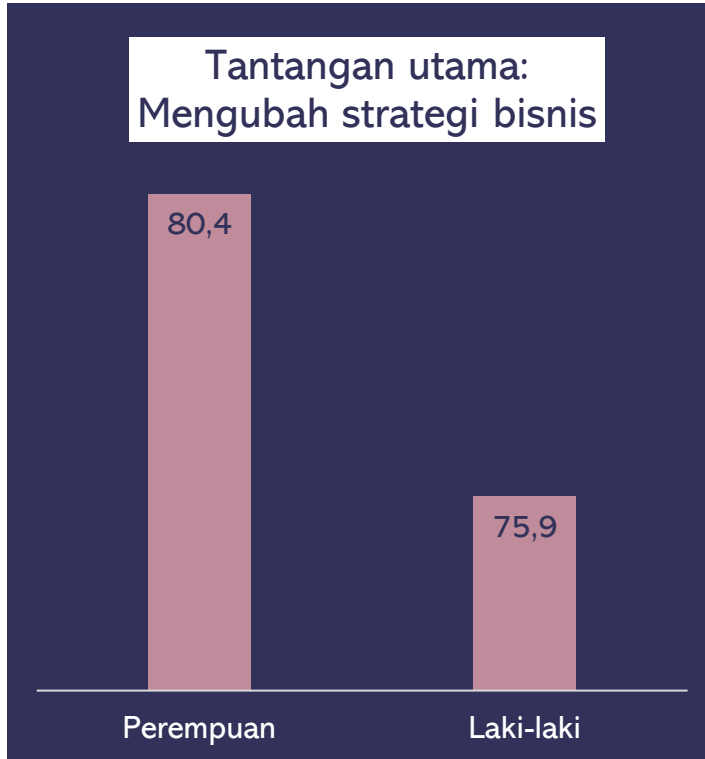
7. Mengikuti komunitas daring



8. Berjualan menggunakan aplikasi



Perubahan strategi bisnis menjadi tantangan utama bagi UMKM perempuan.



Sepanjang Agustus–September 2021,



45,5% UMKM perempuan telah mengubah produk dan menawarkan produk alternatif



60,8% UMKM laki-laki telah mengubah produk dan menawarkan produk alternatif

Mengapa UMKM perempuan sulit melakukan perubahan strategi bisnis?



(Kabeer et al., 2021; Stevano et al., 2021; UN Women, 2019)



Ketimpangan beban kerja pengasuhan selama pandemi

"Kerjanya ya (hampir) 24 jam sehari tiap hari. Masak, jualan, nemenin anak-anak yang sekolah *online* itu malah saya jadi kayak kerja 24 jam. Nggak ada istirahatnya."

[Ibu E, penjual keripik, 7 Desember 2021]



Pengambilan keputusan dalam usaha dipengaruhi peran gender tradisional

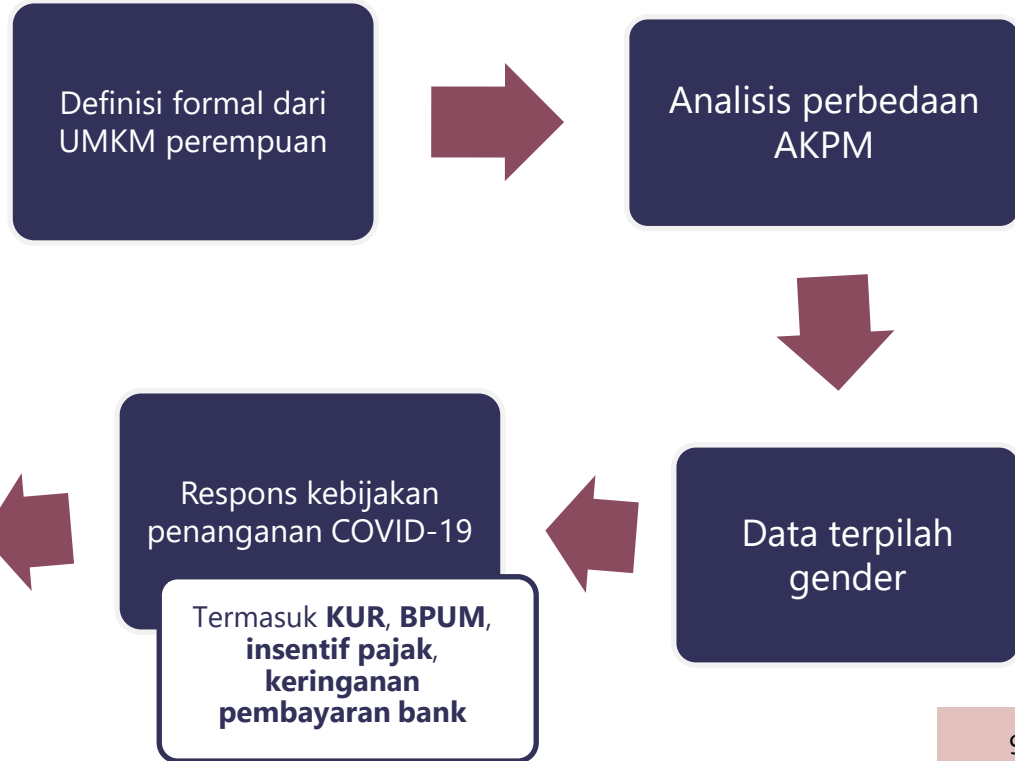


Keluarga pasti mendukung karena pelaku usaha adalah pencari nafkah utama.



Dukungan keluarga diusahakan karena mengikuti pemimpin rumah tangga.

1. Respons kebijakan penanganan pandemi belum responsif gender karena belum ada data terpilah gender terkait UMKM.



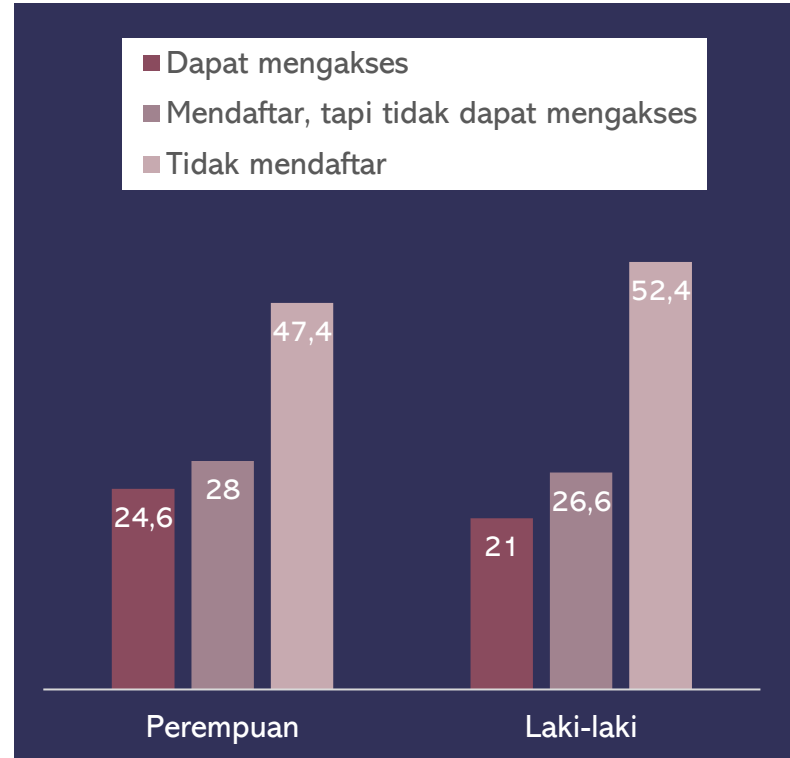
2. Meski dianggap paling dibutuhkan dan bermanfaat, akses terhadap bantuan keuangan seperti BPUM masih minim.



52,9% UMKM perempuan dan **51,3%** UMKM laki-laki menganggap bantuan keuangan sebagai dukungan yang paling dibutuhkan



83,9% UMKM perempuan dan **77,5%** UMKM laki-laki menganggap BPUM sebagai dukungan yang paling bermanfaat



Lebih banyak UMKM tidak mengakses dukungan pemerintah karena permasalahan terkait penyampaian program (*program delivery*).



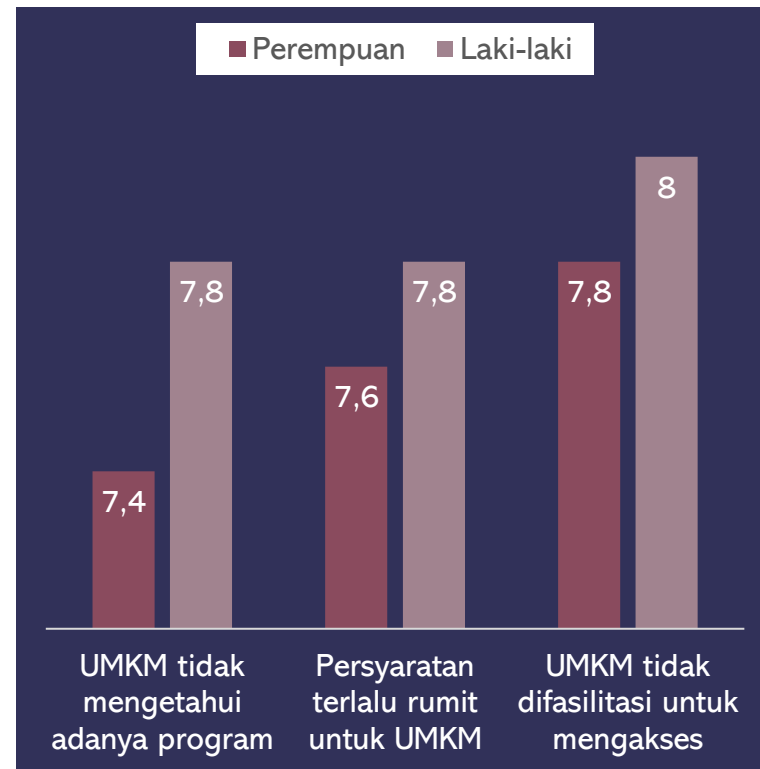
"Ndak saya dikasih tahu kalau ada bantuan (BPUM) itu, kalau tahu saya pasti mendaftar. Karena kami kan, eh butuh sekali itu modal kan."

[Ibu R, penjual pakaian keliling, 25 Oktober 2021]



"Order turun sampai 50%, Mbak. Nggak ada pemasukan, April sampai Juni (2020). Mau sih kalau ada bantuannya pemerintah tapi sama pemerintah itu ribet, di kantor nggak ada (petugas). Toko (ini) siapa yang jaga?"

[Bapak K, pemilik usaha fotokopi, 15 Oktober 2021]



Bagaimana kebijakan penanganan COVID-19 dapat memenuhi kebutuhan UMKM, khususnya UMKM perempuan?

Kerangka regulasi yang mendukung

Instruksi Presiden No. 9/2000 tentang Pengarusutamaan Gender

Target RPJMN tahun 2024 (**Perpres No. 18/2020**):

- 65% kontribusi UMKM terhadap PDB
- 10,5% proporsi industri mikro dan kecil yang menjalin kemitraan



Perubahan strategi bisnis

Menyusun data terpilah gender terkait UMKM

Merumuskan definisi formal dari UMKM yang dimiliki/dikelola oleh perempuan



Akses dukungan pemerintah

Memanfaatkan berbagai saluran dalam penyampaian program

Termasuk bekerja sama dengan asosiasi dan aktor pendukung UMKM lainnya

FKP

OKTOBER
2022



Terima Kasih



smeru.or.id



smeru@smeru.or.id



[@SMERUInstitute](#)



The SMERU Research Institute



[@smeru.institute](#)