



DINAMIKA GOVERNANCE JURNAL ILMU ADMINISTRASI NEGARA

DOI: <http://ejournal.upn-jatim.ac.id/index.php/jdg/article/view/3406>

TANTANGAN DAN PELUANG UMKM PEREMPUAN PASCA PANDEMI COVID-19

Budi Priyono¹, Fathimah Luthfi Latifah²

Politeknik STIA LAN Jakarta

priyono.stialanjak@gmail.com, fatimahluthfi16@gmail.com

ARTICLE INFORMATION

Article history:

Received date: 31 Agustus 2022

Revised date: 31 Agustus 2022

Accepted date: 23 Januari 2023

ABSTRACT

BPS data from 2020 states that as many as 47.32% MSME entrepreneurs are women. The ADB survey of 2,509 MSMEs nationally showed that MSME players who had to temporarily close due to the COVID-19 had decreased. In the second quarter of 2021, 1.8% MSME respondents stated that they were temporarily closed due to the pandemic. This percentage is smaller than the March-April 2020 period, which reached 54.4%. Based on this, researchers are interested in what are the challenges and opportunities for women's MSMEs after the COVID-19? What should women MSMEs do after the COVID-19? The purpose of this study was to find out the challenges and opportunities of women's MSMEs after the COVID-19. This research uses a descriptive qualitative method. To get all the information related to research problems, the researcher used document study techniques in collecting data. The survey, conducted by UNDP and LPEM stated 44% of MSMEs surveyed had joined e-commerce during the pandemic. Interestingly, there are more women MSME owners in the online market than male MSMEs, this shows that women are more sensitive to digital developments. Meanwhile, the main difficulty for women MSMEs during the COVID-19 is paying debts. The results of research by WEConnect International and members of the World Bank, IFC during 2020, found that as many as 34% of women entrepreneurs experienced increased anxiety which reduced productivity during the pandemic. In terms of time sharing, 27% of women entrepreneurs experience additional responsibilities for children or parents which makes time for business matters less.

Keyword: Women MSMEs; Challenges; Opportunities; Covid-19 Pandemic

ABSTRAKSI

Data BPS tahun 2020 menunjukkan bahwa sebanyak 47,32% pengusaha UMKM adalah perempuan. Survei Asian Development Bank yang dilakukan secara nasional terhadap 2.509 UMKM menyatakan bahwa pelaku UMKM harus ditutup sementara akibat pandemi Covid-19 telah berkurang. Pada kuartal II-2021, 1,8% responden UMKM tutup sementara akibat pandemi. Persentase tersebut lebih kecil dari periode Maret-April 2020 yaitu 54,4%. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik bagaimana tantangan dan peluang UMKM perempuan pasca pandemi COVID-19? Apa yang harus dilakukan oleh UMKM perempuan pasca pandemi COVID-19? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tantangan dan peluang UMKM perempuan pasca pandemi COVID-19. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik studi dokumen dilakukan dalam mengumpulkan data dan informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian. Data yang didapat lalu dikumpulkan, disusun, dan diinterpretasikan kemudian dilakukan analisis untuk mendapatkan kesimpulan. 44% UMKM yang disurvei oleh UNDP dan LPEM telah bergabung dengan e-commerce selama pandemi. Menariknya, UMKM perempuan lebih banyak memasuki pasar online dibandingkan UMKM milik laki-laki, hal ini menunjukkan jika perempuan lebih peka terhadap perkembangan digital. Sedangkan kesulitan utama UMKM perempuan pada pandemi COVID-19 adalah membayar hutang. Hasil riset tahun 2020 yang dilakukan oleh WEConnect International, anggota Bank Dunia dan IFC, ditemukan sebanyak 34% pengusaha perempuan mengalami peningkatan kegelisahan yang menurunkan produktivitas selama pandemi. Dalam hal pembagian waktu, 27% pengusaha perempuan mengalami tambahan tanggung jawab atas anak maupun orang tua yang membuat waktu untuk urusan bisnis berkurang. Kata Kunci : Bumdes, Pengolahan Sampah, Green Economy. Kata Kunci: UMKM Perempuan; Tantangan; Peluang; Pandemi Covid-19

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 memberikan tantangan baru terhadap pelaku UMKM dan memberikan implikasi negatif terhadap perekonomian yang mengakibatkan menurunnya daya beli masyarakat. Keterbatasan pelaku UMKM terhadap ruang promosi dikarenakan adanya peraturan yang harus ditaati sebagai upaya pencegahan penyebaran pandemic Covid-19. Data Budi Priyono, Fathimah Luthfi Latifah : Tantangan dan Peluang UMKM Perempuan Pasca Pandemi COVID-19 BPS pada tahun 2020 menunjukkan sebaran IMK terbanyak berada di Pulau Jawa, yaitu sebesar 63,11%, sedangkan persentase terkecil berada di Maluku dan Papua yaitu sebesar 1,2%. Jumlah pengusaha perempuan Industri Kecil Menengah (IMK) sebesar 47,32% dari total 4,21 juta pengusaha yang ada di Indonesia atau total pengusaha perempuan sebanyak 1,99 juta.

Tulus Tambunan (2012), UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan di semua sektor ekonomi oleh orang perorangan maupun badan usaha . Perbedaan antara Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) umumnya didasarkan pada nilai aset awal (tidak termasuk tanah dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah pekerja tetap. Achmad Alfin (2022), di era pandemi COVID-19 ini pelaku usaha dituntut bertahan dalam menghadapi kondisi yang berbeda dari biasanya. Kondisi yang kurang fleksibel dan sangat terbatas dalam melakukan pergerakan. Tentunya perlu adanya strategi dalam menghadapi kondisi tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa para pelaku UMKM harus mampu beradaptasi agar dapat bertahan selama pandemi Covid-19 dengan melakukan perubahan manajemen dengan menggunakan teknologi.

Upaya pengendalian terhadap penyebaran Covid-19 oleh pemerintah terus dilakukan dimulai dengan adanya program vaksinasi untuk melindungi masyarakat dari Covid-19. Data menunjukkan pada akhir tahun 2021 vaksinasi mencakup 280 juta dosis gabungan, namun masyarakat dihimbau untuk terus mematuhi protokol kesehatan selama beraktivitas. Marthalina (2018), dibutuhkan kolaborasi antara perbankan, pihak swasta maupun lembaga lainnya dalam upaya mendukung pemberdayaan UMKM perempuan karena memiliki potensi yang cukup besar dan harus dioptimalkan oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah. Masa pandemi Covid-

19 pelaku UMKM perempuan melakukan banyak hal secara bersama, bahkan dituntut untuk terus berinovasi dan melakukan terobosan baru untuk mempertahankan usaha, bagi banyak perempuan yang tidak mampu untuk bertahan di kondisi seperti ini maka akan memperburuk perkembangan usahanya sehingga mereka merelakan usahanya gulung tikar untuk menjaga kesehatan keluarga dirumah.

Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM bahwa 37.000 UMKM terdampak Covid-19 dimana 56% mengalami penurunan pendapatan, 22% mengalami kendala pembayaran, 15% mengalami kendala dalam pendistribusian produk dan 4% mengalami kesulitan mendapatkan bahan baku. Sebagai upaya penyesuaian terhadap Covid-19 dan mempertahankan pendapatan usaha, sebanyak 85,6% UMKM merubah jenis produk, sistem penjualan serta 58,9% menghemat biaya operasional. Rahmi Rosita (2020), pandemi Covid-19 Budi Priyono, Fathimah Luthfi Latifah : Tantangan dan Peluang UMKM Perempuan Pasca Pandemi COVID-19 telah membuat banyak sektor terpuruk, termasuk sektor UMKM. Dampak Covid-19 telah merusak rantai pasokan, penurunan kapasitas produksi, penutupan pabrik, hingga larangan bepergian.

Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UMKM pada tahun 2020, menyatakan bahwa kontribusi UMKM terhadap PDB adalah sebesar 61,97% atau senilai dengan 8.573,89 triliun rupiah dari total 64,19 juta UMKM yang ada. Selain itu, dari 60,4% dari total investasi mampu dihimpun oleh UMKM serta mampu menyerap 97% dari total tenaga kerja. Pada Kuartal ke III 2021 pemerintah memberlakukan PPKM Darurat sehingga 72% UMKM mengalami penurunan pendapatan, namun di awal Kuartal ke IV tahun 2021 kinerja penjualan UMKM semakin baik sehingga 53,9% mengalami kenaikan pendapatan hanya sebesar 11,7% UMKM yang mengalami penurunan pendapatan. Lili Marlinah (2020), peluang bisnis UMKM itu tak terbatas (unlimited), meskipun sedang terjadi wabah Covid-19 para pelaku UMKM perlu memiliki banyak ide kreatif, keahlian dan keterampilan yang bisa dijual secara online dan offline. Sementara tantangan pada UMKM adalah persaingan yang menghasilkan beragam inovasi dan layanan untuk dapat terus bertahan di pasar lokal, dan juga bisa bersaing di pasar internasional.

Berdasarkan hal tersebut diatas, UMKM perempuan memiliki potensi yang sangat besar dan dapat membantu perekonomian pasca pandemi Covid-19. Oleh karena itu diperlukan kerjasama dari berbagai pihak untuk mengembangkan UMKM perempuan baik dalam masalah permodalan maupun pemasaran. Adapun yang menjadi fokus penelitian ini adalah mengenai tantangan dan peluang UMKM perempuan dalam upaya peningkatan perekonomian pasca pandemi COVID-19.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif Sugiyono (2016) yaitu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Teknik studi dokumen dalam mengumpulkan data dilakukan peneliti untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian. Dokumen didapat peneliti melalui buku maupun informasi dari media online atau internet. Data yang didapat Budi Priyono, Fathimah Luthfi Latifah : Tantangan dan Peluang UMKM Perempuan Pasca Pandemi COVID-19 kemudian dianalisis, diseleksi kemudian disusun kembali untuk mendapatkan gambaran mengenai tantangan dan peluang UMKM perempuan pasca pandemi Covid-19.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tantangan UMKM Perempuan Pasca Pandemi COVID-19

Ketimpangan gender menjadi semakin melebar akibat adanya Covid-19 sehingga peran perempuan semakin sangat rentan. Dari sisi perekonomian, banyak pengusaha perempuan yang mengalami penurunan pendapatan akibat adanya pembatasan sosial berskala besar. Riset yang dilakukan pada tahun 2020 oleh WEConnect International, anggota Bank Dunia dan International Finance Corporation (IFC), menemukan bahwa adanya peningkatan kegelisahan sehingga menurunkan produktivitas bagi pengusaha

perempuan selama masa pandemi sebanyak 34%. Selain itu, 27% pengusaha perempuan masalah pembagian waktu karena adanya tambahan tanggung jawab atas keluarga yaitu anak maupun orang tua sehingga waktu untuk mengurus bisnis semakin berkurang. Susy dan Benedicta (2021) situasi bencana Covid19 berdampak adanya penyesuaian peran ekonomi perempuan pengusaha di masyarakat, diantaranya: melakukan pekerjaan dari rumah, kehilangan pekerjaan, serta kehilangan pelanggan. Untuk bisa bertahan, perlu dilakukan penyesuaian pola pengeluaran rumah tangga yang lebih ekonomis, selain mengembangkan usaha baru barang/jasa rumah tangga untuk tambahan penghasilan.

Fenny dan Lenny (2019), salah satu faktor yang diperlukan dalam mengembangkan usaha adalah permodalan. Pada umumnya UMKM merupakan usaha perorangan atau perusahaan yang sifatnya tertutup, mereka mengandalkan modal sendiri yang jumlahnya sangat terbatas. Sedangkan untuk meminjam modal dari bank atau lembaga keuangan lainnya diperlukan persyaratan secara administratif tidak dapat dipenuhi sehingga sulit untuk memperoleh pinjaman. Lebih dari 90% UMKM milik perempuan yang berada diluar wilayah Jakarta masih menggunakan tabungan pribadi untuk menjalankan usahanya. Keterbatasan akses terhadap permodalan, pengetahuan dan pasar serta dukungan dari keluarga, masyarakat dan pemerintah kerap dialami oleh para pelaku UMKM perempuan. Masih menjadi sebuah kendala dalam proses peminjaman modal terhadap perempuan karena tingkat kepercayaan perbankan yang masih rendah terutama untuk menyalurkan modal. Hal tersebut terjadi karena perbankan nasional masih beranggapan bahwa UMKM perempuan belum memenuhi kriteria 5C (character, capacity, capital, collateral dan condition) yang harus dipenuhi sebagai upaya Budi Priyono, Fathimah Luthfi Latifah : Tantangan dan Peluang UMKM Perempuan Pasca Pandemi COVID-19 mitigasi risiko kredit. Padahal dengan meningkatnya partisipasi perempuan dalam perekonomian berdampak pada meningkatnya pula PDB secara signifikan.

Siti dan Harini (2018), perbedaan antara pengusaha perempuan dan pengusaha laki-laki ditentukan oleh budaya dan aspek yang menyentuh seperti penilaian sosial atau masyarakat umum terhadap perempuan karir, beban rangkap sebagai

ibu rumah tangga dan pelaku bisnis dan keterbatasan mobilitas, dimana mengakibatkan perempuan seringkali terhambat oleh struktur sosial dalam penciptaan dan pengelolaan bisnis atau koperasi dan UMKM. Hal tersebut membuat UMKM perempuan semakin terpojok akibat pandemi Covid-19, perempuan harus mampu membagi waktu antara usaha dan keluarga ditengah penurunan usaha dampak dari adanya pembatasan sosial berskala besar. Tidak hanya waktu, meningkatnya pekerjaan rumah tangga dan perawatan anggota keluarga yang sakit pada masa pandemi Covid-19, serta pekerjaan mengajar dan membimbing anak di masa pembelajaran jarak jauh yang sering kali dibebankan kepada perempuan. Hal ini memberikan tantangan bagi UMKM perempuan dalam mengambil kesempatan ekonomi dan pekerjaan baru

Pada tahun 2016, IFC & USAid Report menyatakan jika perempuan di Indonesia sudah dapat mengakses teknologi informasi dengan baik, hanya saja belum maksimal dalam penggunaannya. Sebanyak 47% perempuan tidak menggunakan teknologi untuk proses usahanya dan sedikit pengguna yang memanfaatkan teknologi untuk usaha. Sementara 32% perempuan dinyatakan tidak mampu menemukan atau mencari apa yang mereka inginkan di internet sehingga diperlukan bantuan dari orang lain yang disebabkan karena pengetahuan terbatas. Hartina (2022), hal yang menjadi tantangan UMKM ke depan adalah tingkatkan mutu: kemampuan mempertahankan kualitas dan kontinuitas produk, perluas pasar: kemampuan menghadapi era digitalisasi untuk menghadapi pasar luas, dan manajemen usaha bagi para pelaku UMKM. Tiga hal tersebut merupakan tantangan yang harus dilalui oleh UMKM perempuan pasca pandemi Covid-19, dimana mereka harus mampu mempertahankan kualitas produk dan melakukan inovasi di tengah menjamurnya produk-produk serupa yang hampir sama dan bisa saja produk yang sudah ada kalah bersaing di pasaran. Selain itu, UMKM perempuan pun harus mampu menggunakan teknologi agar mereka dapat memasarkan produk karena dengan teknologi akan banyak pasar yang dapat kita jangkau.

Tantangan terakhir bagi para UMKM perempuan adalah manajemen, dimana mereka harus bisa memisahkan antara keluarga dan juga usaha, hal tersebut tentunya tidak dapat dilakukan sendiri oleh perempuan, oleh karena itu dukungan keluarga sangat dibutuhkan agar Budi Priyono,

Fathimah Luthfi Latifah : Tantangan dan Peluang UMKM Perempuan Pasca Pandemi COVID-19 perempuan dapat menjalankan fungsinya sebagai pelaku UMKM maupun ibu rumah tangga. Hal ini juga berkaitan dengan pengelolaan keuangan yang seringkali keuangan usaha disatukan atau digunakan untuk kebutuhan rumah tangga Maka UMKM perempuan memerlukan pencatatan laporan keuangan yang baik . Diah dan Nuri (2022), perubahan yang sangat signifikan di mana pelaku usaha UMKM harus mampu bersaing dan bertahan di tengah pandemi, para pelaku usaha UMKM dituntut untuk bertahan dan mengubah mindset penjualannya menjadi penjualan digital agar bisa bertahan.

Peluang UMKM Perempuan Pasca Pandemi COVID-19

Survei yang dilakukan oleh United Nation Development Programme (UNDP) dan Lembaga Penelitian Ekonomi dan Masyarakat (LPEM) Universitas Indonesia menyatakan 44% UMKM yang disurvei telah bergabung dengan e-commerce selama pandemi. Hal yang menarik adalah UMKM perempuan justru lebih banyak memasuki pasar online dibandingkan dengan UMKM laki-laki. Hasil lainnya juga menguak adanya perbedaan cara pengelolaan keuangan antara perempuan dengan laki-laki. Kesulitan utama yang dihadapi oleh mayoritas UMKM perempuan selama pandemi Covid-19 adalah membayar hutang. Sementara bagi UMKM laki-laki cenderung sulit untuk membayar biaya sewa. Tidak hanya itu, lebih dari 37% UMKM perempuan mengalami penurunan pendapatan antara 40-60% akibat pandemi Covid-19.

Pemanfaatan teknologi selama masa pandemi Covid-19 telah dilakukan oleh UMKM perempuan, hal ini menunjukkan bahwa UMKM perempuan telah melakukan upaya dan strategi untuk keberlangsungan usahanya melalui teknologi. Salah satu hal yang telah dilakukan oleh para pelaku UMKM perempuan adalah pemanfaatan e-commerce. Bergabung dengan ecommerce akan mempermudah para pelaku UMKM perempuan untuk menjual produk secara online, selain itu juga dapat melakukan inovasi pemasaran hingga pembayaran. Hal ini akan menjadi kelebihan tersendiri bagi para pelaku UMKM perempuan dalam mengakses pasar nasional bahkan internasional.

Komunikasi dialihkan secara online selama masa pandemi Covid-19 membuat UMKM

perempuan berpeluang lebih besar untuk memasarkan produknya secara lebih luas karena perempuan dianggap lebih mudah bergaul dan mampu melakukan pendekatan yang baik terhadap konsumen dan memiliki networking yang luas. UMKM perempuan juga memiliki potensi yang bagus untuk tetap berjualan dirumah dan membagi waktu untuk keluarga , karena pola perilaku belanja konsumen telah berubah menjadi online. Maka industri digital ini sebagai *inclusive growth* yang memberikan kemudahan untuk semua orang mengakses melalui berbagai macam platform seperti *go-food*, *shopee-food*, *grab-food* untuk sektor makanan dengan fasilitas jasa pengiriman langsung sampai ke konsumen dan platform *e-commerce* untuk menjual berbagai macam produk kerajinan, fashion, kecantikan di Shopee, Tokopedia, Lazada yang mampu langsung menjangkau konsumen dengan segala tingkatan. Sistem penjualan online ini akan memberikan kemudahan, efisiensi waktu, tenaga dan biaya.

Eka dan Arif (2019), peran perempuan dalam sektor ekonomi sangat tinggi dengan sifat yang dimiliki perempuan yaitu tekun, teliti, ulet, sabar, jujur, tangguh, tanggung jawab, kemauan keras, semangat dan disiplin sehingga dapat meningkatkan kinerja UMKM. Beberapa kebijakan telah dikeluarkan oleh pemerintah pada masa Covid-19 untuk membantu para pelaku UMKM seperti pemberian stimulus. Nurlinda dan Junus Sinuraya (2020), untuk memperkuat UMKM diperlukan dukungan dari dalam dan luar sehingga dapat semakin menguatkan UMKM dalam menyokong perekonomian mengingat keunggulan yang dimilikinya seperti kemampuan fokus yang spesifik, penggunaan biaya rendah, fleksibilitas nasional hingga kecepatan dalam berinovasi. UMKM perempuan dapat memanfaatkan Program Adopsi Teknologi Digital 4.0 bagi UMKM yang diluncurkan oleh Kominfo, program tersebut akan dilaksanakan selama 6 bulan, dimana peserta UMKM akan didampingi serta mendapatkan beberapa benefit seperti paket data, akses terhadap aplikasi agregator dan aplikasi serta materi pembelajaran online atau learning management dan pendampingan gratis dari berbagai platform digital. Melalui program tersebut, fasilitas pendampingan akan dilakukan secara berkelanjutan yang nantinya diharapkan UMKM dapat mengakses pasar lebih luas, peningkatan pendapatan, mampu berdaya saing

dan memiliki inovasi serta akan lebih efektif dan efisien dalam menjalankan bisnisnya

KESIMPULAN

Covid-19 memberikan tantangan baru terhadap sektor ekonomi, khususnya pelaku UMKM sebagai salah satu penopang roda perekonomian. Pelaku UMKM perlu melakukan inovasi dan terobosan baru untuk dapat bertahan di kondisi pandemi. UMKM perempuan terhambat oleh pengelolaan usaha akibat tugas dan tanggung jawab sebagai ibu rumah tangga dan keterbatasan mobilitas akibat peraturan pemerintah sebagai upaya pencegahan Covid-19 yang membuat UMKM perempuan sulit untuk bertahan di masa pandemi. Tingkatan mutu juga harus dilakukan UMKM perempuan untuk mampu mempertahankan kualitas dan kontinuitas produk serta harus mampu menganalisa kebutuhan konsumen untuk terus bersaing. Kurang nya kemampuan UMKM perempuan dalam menggunakan teknologi untuk menjangkau pasar yang lebih luas juga sebagai sebuah tantangan dalam menghadapi era digitalisasi. Sebuah strategi untuk bertahan adalah menggunakan teknologi, UMKM perempuan diharapkan mengikuti perkembangan dengan mampu menggunakan teknologi dan memanfaatkan *e-commerce* sebagai sebuah peluang untuk menjangkau konsumen dari segala tingkatan. Karena penjualan secara digital akan memudahkan UMKM perempuan dalam segi pembayaran, melakukan inovasi pemasaran dan kemudahan menjual produk sebagai bentuk efisiensi waktu, tenaga dan biaya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Direktur Politeknik STIA LAN Jakarta atas dukungan moril dan materil sehingga kami dapat menyelesaikan jurnal ini. Tidak lupa pula kami mengucapkan terima kasih untuk semua pihak yang telah terlibat dalam penulisan jurnal ini

REFERENCES

- Achmad Alfin (2020). “Analisis Strategi Umkm Dalam Menghadapi Krisis Di Era Pandemi Covid-19” Jurnal Inovasi Penelitian, Vol.1 No.8 Januari 2021 hal. 1543-1552
- Marthalina (2018). “Pemberdayaan Perempuan Dalam Mendukung Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Indonesia” Jurnal Pembangunan Pemberdayaan

- Pemerintahan Vol. 3, No. 1, Juni 2018: 59 – 76
- Tulus Tambunan (2012). Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting, Jakarta: LP3ES.
- Lili Marlinah (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional. Jurnal Ekonomi, Volume 22 Nomor 2, Juni 2020. Hal 118-124
- Rahmi Rosita (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. Jurnal Lentera Bisnis. Volume 9 No 2, November 2020. Hal 109-120
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet
- Marthalina. (2018, Juni). Pemberdayaan Perempuan Dalam Mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, 3(1), 59-76.
- Siti Nur Azizah dan Harini Abrilia Setyawati (2018). “Wanita Dan Peranannya Dalam Memajukan Umkm Batik Di Kebumen”. Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers ”Pengembangan Sumber Daya Perdesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan VIII” No. ISBN: 978-602-1643-617. Hal 197-204.
- Fenny Monica A. Hasugian danLenny Panggabean (2019). “Peran Perempuan dalam Mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam rangka menuju Masyarakat Ekonomi ASEAN di Kota Tangerang Selatan” Jurnal Inada Vol. 2 No. 2, Desember 2019, Hal 111-135
- Hartina (2022). “Peluang dan Tantangan Pertumbuhan UKM/UMKM di Era dan Pasca Pandemi Covid-19 di Provinsi NTB”. Jurnal Bestari Vol. 2 No. 2, Maret 2022, Hal 24- 37
- Diah Safri Yulinda dan Nuri Aslami (2022). Manajemen Perubahan Pada UMKM Pasca Pandemi Covid-19 Dengan Memanfaatkan Teknologi Informasi. ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Vol.1, No.8, Hal 2571-2574
- Eka Dewi Sumarmawati dan Arif Nugroho Rachman (2019). Peran Perempuan Dalam Pengembangan Ekonomi Daerah Pada UMKM (Studi Kasus Pada Pemilik UMKM Di Wilayah Solo Raya). Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT) Volume 10 Nomor 1. Hal 72-85
- Nurlinda dan Junus Sinuraya (2020). Potensi UMKM Dalam Menyangga Perekonomian Kerakyatan di Masa Pandemi Covid-19: Sebuah Kajian Literatur. Prosiding Seminar Akademik Tahunan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan 2020. Hal. 160-175

Website

<https://bps.go.id>

<https://kemenkopukm.go.id>