

PENGUATAN JARINGAN USAHA MELALUI WADAH ORGANISASI PEREMPUAN (STUDI KASUS PADA USAHA MILIK WARGA AISYIYAH DI KOTA MALANG)

Rahayu Relawati¹

ABSTRAK

The research aimed to: 1) Identify kind of bussiness, sales and market reached by bussinesses managed by women; 2) Analyze the indicators related with omset and market covered; and 3) Making group of bussiness based on relation in term of backward and forward linkage. The research was conducted in Kota Malang, exactly at the area of Aisyiyah Organization.

The research result were as follow :1) Bussiness managed by women herself were generally a trading business with the prime products of food and clothes, their market covered were in local market of Kota Malang. The product sales were less than Rp 2,000,000.00 per month. 2) The bussiness indicator related with sales and market covered were bussiness orientation and professional management; capital and human resources who have professionalism; and then the ability to respon market opportunity for marketable products. 3) Groups of bussiness can be categorized based on bussiness owned by women herself or cooperation with her husband, kind of bussiness, kind of product and level of micro and small bussiness. The backward and forward linkage of their bussiness have not been found yet, however networking empowerment can be begun at the bussiness of clothes.

1. PENDAHULUAN

Perempuan mempunyai peran yang makin meningkat sebagai pelaku usaha, terutama pada usaha rumah tangga dan usaha kecil. Keberadaan mereka sangat penting dalam menggerakkan roda ekonomi namun sering tidak tersentuh dalam pembinaan dan kebijakan yang mendukung penguatan perannya. Antar pengusaha perempuan tersebut dapat saling bekerjasama terutama jika usaha mereka dalam satu rantai hulu-hilir sehingga mempunyai forward atau backward linkage. Jika usaha sama persis juga masih dapat bekerjasama sehingga tercapai sinergi untuk pasar yang lebih besar/luas.

Perempuan pengelola usaha banyak juga dijumpai pada warga Aisyiyah, suatu komponen Organisasi Muhammadiyah yang beranggotakan perempuan. Melalui wadah organisasi perempuan ini pengelola usaha dapat membentuk jaringan usaha. Sementara itu warga Aisyiyah sendiri

merupakan potensi pasar yang besar. Jika jaringan usaha terbentuk untuk kepentingan pasar dalam persyarikatan dan keluar persyarikatan diharapkan akan terjadi kemajuan ekonomi bersama-sama. Oleh karena itu penting diselenggarakan identifikasi potensi usaha yang dikelola perempuan dan bagaimana pemanfaatan wadah organisasi sebagai penguatan jaringan usaha. Sebagai langkah awal diambil studi kasus pada usaha yang dikelola perempuan dalam organisasi Aisyiyah.

Naskah publikasi ini merupakan hasil dari penelitian tahap pertama dari dua tahap penelitian dengan tujuan akhir yang ingin dicapai adalah dirumuskannya konsep penguatan jaringan usaha melalui wadah organisasi perempuan. Tujuan Penelitian tahap pertama adalah: 1) Untuk mengidentifikasi jenis, omset dan jangkauan pemasaran dari usaha yang dikelola perempuan; 2) Menganalisis indikator-indikator yang berhubungan dengan omset usaha dan jangkauan pemasaran; dan 3) Untuk mengelompokkan potensi

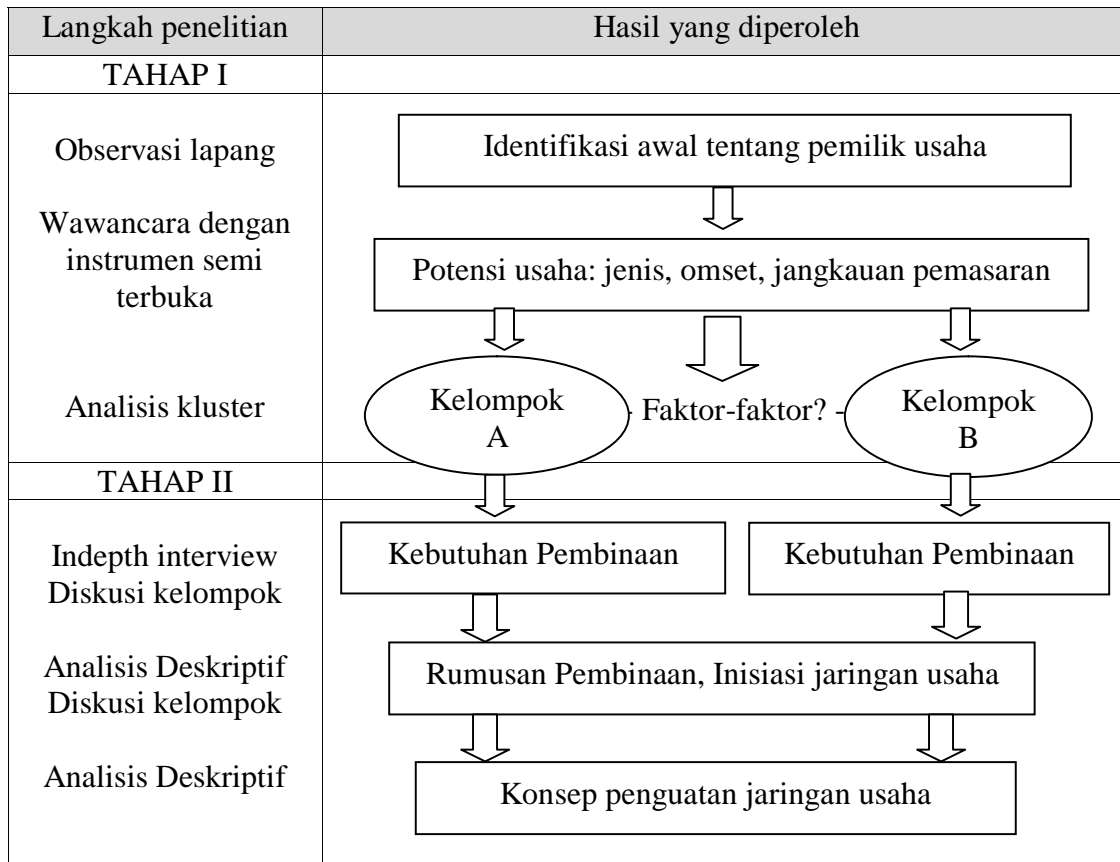
¹ Rahayu Relawati. Jurusan Agrobisnis. Fakultas Pertanian. Universitas Muhammadiyah Malang
Alamat Koresponden : Perum Bumi Asri N-26 Mulyo Agung Dau Malang
Telepon. 0341-460865, Hp. 08123317595
Email. rrelawati@umm.ac.id

usaha yang dikelola perempuan berdasarkan usaha yang saling berkaitan secara backward linkage dan forward linkage.

2. METODE PENELITIAN

Tempat penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) yaitu di Kota Malang, tepatnya dalam

wilayah Pimpinan Daerah Aisyiyah Kota Malang. Unit analisis dibatasi pada perempuan pengelola usaha yang menjadi anggota Aisyiyah. Keanggotaan ini diindikasikan dari partisipasi pada kegiatan Aisyiyah di tingkat daerah, cabang dan ranting (bukan berdasarkan pada kartu keanggotaan).



Gambar 1. Desain Penelitian

Jenis data adalah data primer yang diperoleh dari responden anggota Aisyiyah yang mempunyai usaha. Sensus dilakukan terhadap seluruh anggota Aisyiyah Kota Malang yang memiliki usaha, selengkap mungkin data dapat diperoleh. Karena belum tersedia data pemilik usaha, informasi keberadaan mereka digali dari pengurus Aisyiyah di tingkat cabang dan ranting. Teknik pengumpulan data primer meliputi: Penggunaan angket formal semi terbuka, *indepth interview* dan observasi lapang untuk mendapatkan gambaran usaha yang dilakukan.

Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis kluster. Analisis deskriptif

digunakan untuk memberikan gambaran detail tentang usaha yang dikelola perempuan anggota organisasi Aisyiyah. Deskripsi dibantu dengan data kuantitatif yang disajikan dalam tabel silang (*cross tab*) dilengkapi perhitungan frekwensi, persentase dan jika perlu grafik. Analisis kluster digunakan untuk mengklasifikasikan pelaku usaha ke dalam beberapa kelompok yang *mutually exclusive* dan lengkap. Pengelompokan dalam satu kelompok didasarkan atas persamaan yang berbeda dengan kelompok lainnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

◆ Deskripsi Perempuan Pengusaha

Dari survai dan observasi lapang diperoleh sejumlah 37 orang warga Aisyiyah Kota Malang yang mempunyai wira usaha. Jumlah ini masih sangat mungkin berkembang karena data belum secara keseluruhan dapat dikumpulkan dalam penelitian ini. Dari jumlah tersebut merupakan sampel yang dianggap mewakili karakteristik perempuan pengusaha warga Aisyiyah Kota Malang.

Jika diidentifikasi lebih lanjut maka dari jumlah 37 wirausaha tersebut, 27 diantaranya adalah wirausaha perempuan yang mengelola usahanya secara mandiri. Sisanya sebanyak 10 orang adalah pemilik usaha yang dikelola bersama antara suami dan istri. Jadi disini perempuan tidak dikatakan secara

mandiri mengelola usaha, walaupun keterlibatan dalam usaha juga cukup penting.

Untuk mengidentifikasi lebih jauh karakteristik perempuan pengusaha dan sejauh mana keberhasilan mereka, masing-masing kelompok wirausaha perempuan tersebut dideskripsikan dari aspek: nama usaha (jika ada), bidang usaha, jenis produk atau jasa yang diusahakan, dan jangkauan pasar. Data selengkapnya dapat dilihat pada kedua tabel berikut yang dipisahkan antara usaha dikelola perempuan secara mandiri dan usaha yang dikelola perempuan bersama suami.

Usaha yang dikelola perempuan secara mandiri kebanyakan adalah usaha rumah tangga yang belum mempunyai nama usaha maupun nama produk. Hanya 8 usaha diantara 37 responden yang sudah mempunyai nama. Diantara usaha tersebut juga kebanyakan belum didaftarkan secara formal sehingga mempunyai ijin ussha dan merek dagang.

Tabel 1. Karakteristik Usaha yang Dikelola Perempuan Secara Mandiri

No	Nama Usaha	Bidang Usaha	Jenis Produk / Jasa	Jangkauan Pemasaran
1.	Wartel Rahma Sari	Jasa	Telekomunikasi	RW setempat
2.	Modes	Jasa	Kursus dan penjahit pakaian	Kelurahan
3.	Komputer "Yona"	Jasa	Rental computer	Kelurahan
4.	Depot Tiga Putra	Dagang	Makanan	Kota Malang
5.	-	Jasa	Menjahit pakaian	Kota & Kab. Malang
6.	-	Dagang	Kue	Kecamatan
7.	-	Dagang	Makanan	Kecamatan
8.	Penjahit Pakaian	Jasa	Menjahit pakaian	Kecamatan
9.	-	Dagang	Sayur-sayuran	Kota Malang
10.	Abadi Fashion	Dagang	Busana	Kota Malang
11.	Produksi Snack & Catering	Jasa Catering	Makanan	Kelurahan
12.	UD. Koesnadi	Dagang	Leveransir Bahan Bangunan	Kota Malang
13.	Penjahit	Jasa	Pakaian	Kelurahan
14.	Industri Rumah	Prod. & dagang	Otak-otak	Kecamatan
15.	Industri Rumah	Produksi & dagang	Susu / Sari Kedelai	Kota Malang
16.	-	Dagang	Rujak & Gorengan	Kelurahan
17.	Agen Susu Kemasan Cup	Dagang	Susu Kemasan Cup	Kecamatan
18.	Wira Usaha	Dagang & Industri rumah	Butik pakaian & Makanan: Telor Asin	Kota Malang
19.	-	Dagang	Makanan (kopi, the)	RW setempat
20.	Perancang dan Kredit Barang	Dagang	Kebutuhan Rumah Tangga	Kelurahan
21.	Kantin	Dagang	Makanan	Kantor setempat
22.	-	Dagang	Kebutuhan RT	Batu, Singosari
23.	-	Dagang	Kebutuhan RT	Kelurahan
24.	Arinta	Dagang	Pakaian & tas kain Makanan: tiwul instant	Kota Malang
25.	Pracangan	Dagang	Kebutuhan RT	Kelurahan
26.	Susu Kedelai Miki	Industri Rumah	Susu Kedelai	Kota Malang
27.	Enha Catering	Jasa catering	Makanan	Kota Malang

Bidang usaha terbanyak yang dikelola perempuan secara mandiri adalah usaha dagang meskipun ada juga yang usaha jasa. Produk utama yang diusahakan atau diproduksi adalah makanan

masak, pakaian dan aneka kebutuhan rumah tangga, meskipun ada juga yang mengusahakan jasa seperti warung telekomunikasi. Jangkauan pemasarannya yang terbanyak adalah di wilayah Kota Malang.

Tabel 2. Karakteristik Usaha yang Dikelola Perempuan Bersama Suami

No.	Nama Usaha	Bidang Usaha	Jenis Produk Jasa	Jangkauan Pemasaran
1.	Konveksi T Shirt	Manufaktur	Pakaian	Jatim & Luar Propinsi
2.	Toko Haji	Dagang	Perlengkapan Haji	Kota & Kab. Malang
3.	-	Dagang	Sayur-sayuran	Kota Malang
4.	Grosir ikan	Dagang	Ikan	Kota Malang
5.	-	Dagang	Kebutuhan RT ?	Kecamatan KK
6.	Toko Kelontong	Dagang	Alat-alat Rumah Tangga	Kota/Kab. Malang
7.	-	Dagang	Sangkar Burung	Kota Malang
8.	-	Dagang	Cangkul dll	Kecamatan / Kab.Malang
9.	-	Dagang	Tembakau & Alat-alat Dapur	Kota Malang
10.	Jual beli kendaraan	Dagang	Kendaraan	Kota Malang

Usaha yang dikelola perempuan bersama suami juga kebanyakan adalah usaha dagang yang belum mempunyai nama usaha maupun nama produk. Produk yang diusahakan lebih beragam, sampai ada yang memasarkan tembakau, cangkul dan sarang burung, yang notabene tidak diusahakan perempuan secara mandiri. Keragaman usaha yang dikelola bersama antara suami istri menunjukkan bahwa usaha mereka sudah berorientasi pada aktivitas ekonomi yang lebih luas tidak hanya yang terkait dengan pekerjaan domestic seputar makanan dan pakaian. Jangkauan pemasarannya yang terbanyak juga di wilayah Kota

Malang, namun ada yang menjangkau pasar Propinsi Jawa Timur dan keluar propinsi yaitu Jakarta, Kalimantan dan Batam. Jangkauan pasar yang cukup luas ini dilakukan pada satu usaha masih di bidang pakaian tetapi dalam bentuk T Shirt seperti untuk pakaian olah raga, seragam sekolah dan lain-lain.

◆ Potensi Usaha yang Dikelola Perempuan

Pembahasan tentang potensi usaha yang dikelola perempuan perlu dilengkapi dengan sebaran bidang usahanya seperti terdapat pada Tabel 3.

Tabel 3. Sebaran Bidang Usaha Pengusaha Perempuan

Bidang Usaha	Usaha dikelola Perempuan		Usaha dikelola P bersama suami	
	Jumlah	%	Jumlah	%
Jasa	8	21,6	-	-
Dagang	17	48,6	9	24,3
Produksi & Pemasaran	2	5,4	1	-
Jumlah	27		10	

Usaha yang dikelola perempuan paling banyak pada bidang usaha dagang. Bidang usaha ini paling mudah dimasuki baik dari modal kecil hingga besar. Apalagi pengusaha perempuan kebanyakan dari usaha yang sangat kecil dengan modal terbatas. Usahanya juga mulai dari sekedar menjual pakaian hingga

peralatan rumah tangga. Pada usaha jasa kebanyakan adalah usaha menjahit pakaian, namun ada juga warung telekomunikasi.

Pada usaha yang dikelola bersama antara perempuan dengan suami terjadi fenomena yang hampir sama yaitu yang terbanyak usaha dagang.

Hanya saja jenis produk dagangannya lebih beragam tidak di hanya seputar makanan dan pakaian, pakaian dan makanan namun ada juga kebutuhan yang lain seperti peralatan pertanian, alat-alat rumah tangga, bahkan ada juga sarang burung.

Pada responden ada juga bidang usaha produksi dan pemasaran. Bidang ini belum disebutkan usaha manufaktur meskipun ada proses pembuatan

produk, karena masih terlalu kecil untuk disebut perusahaan manufaktur. Produksi yang dilakukan oleh pengusaha perempuan secara mandiri adalah pembuatan susu kedelai. Usaha produksi ini masih termasuk kategori industri rumah tangga. Produksi yang dilakukan pengusaha perempuan bersama suami adalah pakaian T Shirt bersablon. Usaha produksi ini masih masuk kategori industri kecil.

Tabel 4. Sebaran Jenis Produk / Jasa Pengusaha Perempuan

Jenis Produk / Jasa	Usaha P	Usaha P & L	Jumlah	%
Makanan masak	9	-	9	24,3
Pakaian	7	1	8	21,6
Kebutuhan Rumah Tangga	4	2	6	16,2
Komputer	1	-	1	2,7
Susu & Sari Kedelai	3	-	3	8,1
Sayur segar	1	1	2	5,4
Ikan	-	1	1	2,7
Bahan Bangunan	1	-	1	2,7
Telekomunikasi	1	-	1	2,7
Perlengkapan haji	-	1	1	2,7
Cangkul dll	-	1	1	2,7
Tembakau dan alat dapur	-	1	1	2,7
Sangkar burung	-	1	1	2,7
Kendaraan	-	1	1	2,7
Jumlah	27	10	37	100

Jenis produk yang diusahakan paling banyak adalah makanan masak (pembuatan kue, warung dan lain-lain), diikuti pakaian dan peralatan rumah tangga. Ketiga jenis produk ini terutama diusahakan perempuan secara mandiri. Fenomena ini menunjukkan bahwa perempuan pengusaha pemula banyak akses pada usaha yang dekat dengan peran gendernya

selama ini yang dekat dengan persoalan domestik yaitu di seputar makanan dan pakaian.

Ada beberapa perempuan pengusaha yang memasuki usaha yang lebih 'keras' dengan memasarkan produk seperti bahan bangunan, rental komputer dan warung telekomunikasi. Namun jumlah mereka yang mengelolanya secara mandiri sangat terbatas, kecuali mengelolanya bersama suami.

Tabel 5. Jangkauan Pemasaran dari Pengusaha Perempuan

Jangkauan Pemasaran	Usaha dikelola Perempuan		Usaha dikelola P bersama suami	
	Jumlah	%	Jumlah	%
Kantor setempat	1	2,7	-	-
RW setempat	2	5,4	-	-
Kelurahan	8	21,6	-	-
Kecamatan	5	13,5	1	2,7
Kota Malang	9	24,3	5	13,5
Kota & Kab. Malang	2	5,4	3	8,1
Jawa Timur dan Prop. Lain	-	-	1	2,7
	27		10	

Jangkauan pemasaran dari pengusaha perempuan paling banyak hanya di seputar Kota Malang, disusul tingkat kelurahan dan kecamatan dimana pengusaha berdomisili. Gambaran ini menunjukkan bahwa mereka masih merupakan pengusaha pemula yang daerah pemasarannya lokal di Kota Malang. Dari level usaha maka jangkauan pemasaran ini menunjukkan usaha kecil dan bahkan mikro.

Responden pengusaha yang pengelolaannya bersama antara suami dan istri dalam bidang konveksi T Shirt bersablon. Pada usaha ini pemasaran produknya sudah menjangkau propinsi Jawa Timur dan beberapa propinsi lainnya seperti ke Jakarta,

Kalimantan dan Batam. Akan tetapi pengusaha ini hanya satu dari 37 responden.

Omset usaha terlihat bahwa sebagian besar responden adalah pemilik usaha pemula yang masih sangat kecil dengan omset per bulan berkisar kurang dari Rp 1.000.000,00 hingga maksimal Rp 4.000.000,00. Kalau dibandingkan antara usaha yang dikelola perempuan secara mandiri dengan usaha yang dikelola bersama antara perempuan dengan suaminya terlihat bahwa usaha perempuan cenderung pada omset usaha yang masih rendah sedangkan usaha bersama suami istri pada tingkat omset yang makin tinggi.

Tabel 6. Omset Usaha per Bulan

Indikator Keberhasilan Usaha	Usaha dikelola Perempuan		Usaha dikelola P bersama suami	
	Jumlah	%	Jumlah	%
< 1.000.000	8	21,6	2	5,4
1.001.000 – 2.000.000	6	16,2	1	2,7
2.001.000 – 3.000.000	5	13,5	1	2,7
3.001.000 – 4.000.000	2	5,4	-	.-
4.001.000 – 5.000.000	3	8,1	1	2,7
5.001.000 – 10.000.000	3	8,1	1	2,7
28.000.000	-	-	1	2,7
45.000.000	-	-	1	2,7
90.000.000	-	-	1	2,7
120.000.000	-	-	1	2,7
	27		10	

Rendahnya omset usaha yang dikelola perempuan secara mandiri dapat dijelaskan karena kebanyakan usaha mereka merupakan usaha sampingan. Orientasi pemiliknya dalam berusaha masih sekedar menambah penghasilan disamping penghasilan utama yang sudah dihasilkan suami. Sebenarnya orientasi ini masih menunjukkan bahwa perempuan belum secara maksimal menunjukkan kemampuan dan potensi dirinya untuk dapat berperan secara maksimal dalam aktivitas ekonomi. Kendala tugas domestik masih menjadi alasan utama mengapa perempuan belum mengembangkan usahanya secara maksimal.

Kemungkinan lain dari fakta rendahnya omset usaha yang dikelola perempuan adalah kurang

terbukanya responden untuk mengungkap data sesungguhnya. Rasa enggan untuk diketahui asset dan omset usaha masih banyak menghinggapi responden. Hal ini ditunjukkan dengan tidak mau mengisi form yang berkaitan dengan uang secara detil. Namun demikian dapat pula disebabkan karena ketidaktahuan menaksir asset yang dimiliki.

Data dapat dilihat bahwa ada empat usaha bersama suami istri yang menjadi responden dengan omset usaha yang cukup besar bahkan ada yang mencapai Rp 120.000.000,00 per bulan. Namun omset usaha besar ini merupakan sebagian kecil responden (10,8%). Penyajian data juga tidak dalam bentuk interval untuk lebih memberikan gambaran dengan jelas.

Tabel 7. Keuntungan Usaha per Bulan

Indikator Keberhasilan Usaha	Usaha dikelola Perempuan		Usaha dikelola P bersama suami	
	Jumlah	%	Jumlah	%
< 500.000	13	35,1	2	8,1
501.000 – 1.000.000	9	24,3	2	5,4
1.001.000 – 1.500.000	2	5,4	1	2,7
1.501.000 – 2.000.000	2	5,4	1	2,7
3.000.000	1	2,7	-	-
4.000.000	-	-	1	2,7
7.500.000	-	-	1	2,7
9.000.000	-	-	1	2,7
24.000.000	-	-	1	2,7
	27		10	

Keuntungan usaha terlihat bahwa sebagian besar responden adalah pemilik usaha pemula yang masih sangat kecil dengan keuntungan per bulan berkisar kurang dari Rp 500.000,00 hingga maksimal Rp 1.000.000,00. Kalau dibandingkan antara usaha yang dikelola perempuan secara mandiri dengan usaha yang dikelola bersama antara perempuan dengan suaminya terlihat bahwa usaha perempuan cenderung pada keuntungan usaha yang masih rendah sedangkan usaha bersama suami istri pada tingkat keuntungan yang makin tinggi.

Sama halnya dengan penjelasan pada omset usaha, usaha yang dikelola perempuan secara mandiri mempunyai keuntungan yang rendah karena kebanyakan usaha mereka merupakan usaha sampingan. Pada pengungkapan data keuntungan terlihat bahwa responden lebih kurang terbuka dibandingkan mengungkapkan omset usaha. Nampaknya responden cenderung memberikan data keuntungan lebih rendah dari pencapaian sesungguhnya. Misalnya pada usaha yang memperoleh keuntungan tinggi sampai Rp 7.500.000,00 per bulan diberikan catatan “kalau lancar” di sebelah angka yang dituliskan.

Rasa enggan untuk diketahui keuntungan usahanya selain karena tidak ingin menunjukkan penghasilan juga ada kekhawatiran terkait pajak meskipun sudah dijelaskan instrumen yang diberikan tidak terkait pajak. Penyebab lain dapat pula disebabkan karena responden tidak dapat menghitung persis keuntungannya per bulan karena tidak adanya

pembukuan dan pada usaha yang operasinya tidak rutin sulit untuk menghitung keuntungan per bulan.

Pada data dapat dilihat bahwa ada empat usaha bersama suami istri yang menjadi responden dengan keuntungan usaha yang cukup besar bahkan ada yang mencapai Rp 24.000.000,00 per bulan. Namun keuntungan usaha besar ini merupakan sebagian kecil responden (10,8%). Sama halnya dengan omset usaha, penyajian data keuntungan ini tidak dalam bentuk interval untuk lebih memberikan gambaran dengan jelas dan masing-masing keuntungan hanya ada satu responden.

◆ Indikator Omset Usaha dan Jangkauan Pemasaran

Omset usaha adalah besarnya penjualan yang diraih responden pengusaha selama satu bulan. Pada data nampak bahwa omset usaha mereka kebanyakan masih sangat rendah dengan kisaran di bawah Rp 1.000.000,00. Pada beberapa usaha sudah mencapai omset usaha yang besar. Jika dibedakan antara usaha beromset besar dengan usaha yang beromset kecil ada beberapa perbedaan seperti diuraikan berikut. Jangkauan pemasaran juga sebagian besar hanya di pasar lokal yang sempit. Pada beberapa usaha dengan omset besar jangkauan pemasarannya luas. Nampaknya ada faktor penentu yang sama yang menjadi indikator keberhasilan usaha dalam bentuk omset dan jangkauan pemasaran.

Pada usaha omset besar dan jangkauan pasar yang luas dilakukan bersama antara suami dan istri. Orientasi mereka jelas sudah bisnis murni dan professional karena merupakan usaha utama. Pada usaha dengan omset kecil dilakukan oleh perempuan secara mandiri, meskipun ada sebagian yang merupakan usaha bersama suami istri. Usaha mandiri ini belum berorientasi bisnis murni karena hanya bersifat menambah penghasilan, serta belum dikelola secara serius. Dari uraian tadi indikator keberhasilan usaha adalah orientasi bisnis dan pengelolaan secara professional.

Pada omset besar dan jangkauan pasar luas dibutuhkan modal yang besar dan jumlah tenaga kerja yang dilibatkan cukup banyak. Sebaliknya pada usaha dengan omset kecil hanya dilakukan sendiri oleh perempuan dibantu anggota keluarga. Jadi indikator penentu keberhasilan usaha adalah ketersediaan modal dan sumberdaya yang mampu menangani pekerjaan secara professional. Sumberdaya disini memang kuncinya pada pengelola usaha, didukung dengan pekerja yang siap bekerja dengan baik.

Pada omset usaha besar bidang bisnisnya ada yang dalam bentuk grosir ikan segar (bahan makanan), toko bahan bangunan, toko perlengkapan haji dan konveksi T Shirt. Usaha tersebut berkisar produk pakaian dan bahan makanan serta kebutuhan bangunan. Nampaknya usaha bidang pakaian dan bahan makanan juga dapat dikembangkan menjadi besar. Namun banyak diantara usaha makanan masak yang dikelola karena sifatnya tidak rutin dan bukan usaha utama belum berkembang. Jadi kuncinya bukan pada produk apa tetapi pada kemampuan menangkap peluang pasar tentang produk apa yang dipasarkan dalam jumlah besar.

◆ **Pengelompokan Usaha**

Pengelompokan usaha secara umum dari segi pengelolaannya dapat dipisahkan antara usaha yang dikelola perempuan secara mandiri dengan usaha yang dikelola bersama antara suami dan istri sebagai usaha keluarga. Usaha yang dikelola secara mandiri oleh perempuan cenderung masih merupakan usaha sampingan dengan omset dan keuntungan usaha sangat rendah.

Dari bidang usahanya, tanpa membedakan siapa pengelolanya dapat dikelompokkan pada bidang usaha dagang, bidang jasa serta bidang produksi dan pemasaran. Jumlah terbesar dari pengelompokan ini adalah bidang usaha dagang. Usaha dagang relatif lebih mudah untuk dimasuki pengusaha pemula, walaupun dengan modal terbatas dan tanpa ketrampilan teknis produksi.

Pengelompokan lainnya adalah berdasarkan produk atau jasa yang diusahakan. Pada pengelompokan ini dapat dibedakan antara pengusaha yang membisniskan makanan, pakaian, kebutuhan rumah tangga, kebutuhan spesifik dan lain-lain. Pada pengelompokan ini jumlah terbanyak adalah mereka yang bergerak di bidang makanan dan pakaian. Usaha yang dikelola secara mandiri oleh perempuan lebih banyak pada usaha kelompok ini. Usaha yang dikelola bersama antara suami istri sudah masuk pada produk non makanan dan pakaian. Ada usaha bersama suami istri pada bidang pakaian tetapi omset, keuntungan dan jangkauan pemasarannya sudah cukup besar.

Pengelompokan lain yang dapat dilakukan adalah pengelompokan usaha berdasarkan jangkauan pemasaran. Pada pengelompokan ini jumlah terbesar adalah pada wilayah kecamatan setempat dan Kota Malang.

Berbagai cara pengelompokan usaha tersebut didukung data omset dan keuntungan usaha dapat membantu pengelompokan besar kecilnya usaha. Besar kecilnya usaha dapat dikelompokkan pada usaha mikro dan usaha kecil. Pada pengelompokan ini dapat dilihat bahwa sebagian besar responden terutama yang dikelola perempuan secara mandiri adalah pada usaha mikro.

Pembinaan para pengusaha perempuan di kalangan organisasi Aisyiyah Kota Malang ini harus disesuaikan dengan karakteristik mereka. Mereka adalah dari usaha mikro dengan bidang usaha dagang serta produk utama makanan dan pakaian.

Usaha yang saling berkaitan berdasarkan backward dan forward linkage belum nampak dalam kelompok pengusaha ini. Sebagian mereka sudah melakukan kerjasama dengan sesama warga organisasi, namun belum dapat terlihat benang merah hubungannya. Bentuk kerjasama yang dapat dilakukan sementara dapat dilihat pada bidang usaha dan jenis produk yang sama untuk bekerjasama dalam pemenuhan kebutuhan pasar.

Pada tahap penelitian selanjutnya jika para pengusaha sudah saling bertemu membahas jaringan

usaha sangat dimungkinkan dapat ditarik garis kerjasama ke arah backward dan forward linkage. Hipotesis sementara yang dapat dilakukan kerjasama backward / forward linkage adalah di bidang produksi dan pemasaran pakaian. Pada oraganisasi perempuan sebagai tempat penelitian terdapa usaha jasa menjahit pakaian dan ada usaha bidang dagang pakaian. Namun selama ini diantara mereka belum ada kerjasama.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan penelitian adalah sebagai berikut:

- 1) Usaha yang dikelola perempuan secara mandiri umumnya berupa usaha dagang dengan produk utama makanan dan pakaian yang jangkauan pemasaran terbanyak hanya di Kota Malang. Omset usaha terbanyak tidak mencapai Rp 2.000.000,00 per bulan.
- 2) Indikator usaha yang berhubungan dengan omset dan jangkauan pemasaran adalah orientasi bisnis dan pengelolaan secara professional; ketersediaan modal dan sumberdaya yang mampu menangani pekerjaan secara professional; serta kemampuan menangkap peluang pasar tentang produk apa yang dipasarkan.
- 3) Pengelompokan usaha dapat dibedakan berdasarkan usaha mandiri perempuan atau bersama suami, bidang usaha, jenis produk dan level usaha yaitu usaha mikro dan usaha kecil. Keterkaitan usaha dengan backward dan forward linkage belum ditemukan, namun penguatan jaringan dapat dirintis pada usaha dengan jenis produk pakaian.

Saran

Saran yang dapat derekomendasikan adalah sebagai berikut:

- 1) Perlu ditintaklanjuti dengan penelitian yang mengidentifikasi kebutuhan pembinaan terhadap masing-masing kelompok usaha.
- 2) Pada usaha yang dapat dihubungkan dalam backward dan forward linkage perlu dirintis inisiasi kerjasama untuk memajukan usaha mereka bersama-sama.
- 3) Perlu dirumuskan berdasarkan penelitian ilmiah model penguatan jaringan usaha yang dikelola

perempuan melalui wadah organisasi yang sudah ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2006. Pedoman Pelaksanaan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat *oleh Perguruan Tinggi*. Edisi VII. Jakarta: Dirjen Dikti, Direktorat Pembinaan Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat.
- Handayani, dkk., 2004. Profil Gender Keluarga Nelayan Tradisional dan Implikasinya Pada Pemberdayaan Perempuan. Laporan Penelitian Kebaharian DIKTI, 2004.
- Kuncoro, 2003. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Penerbit Erlangga.
- Relawati Rahayu, 2001. *Studi Gender pada Aktivitas Pasca-Produksi Hortikultura Unggulan di Batu*. Laporan Penelitian Studi Kajian Wanita DIKTI.
- Relawati, 2003. Analisis Gender Pada Wirausaha Agribisnis (Studi Kasus Pada Wirausaha Florist di Kota Malang). Laporan Penelitian Dosen Muda DIKTI
- Safa'at, 1998. *Buruh Perempuan: Perlindungan Hukum dan Hak Azasi Manusia*. Penerbit IKIP Malang.
- Sajogyo, 1983. *Peranan Wanita dalam Perkembangan Masyarakat Desa*. Kerjasama Yayasan Ilmu-Ilmu Sosial (YIIS) dengan CV. Rajawali, Jakarta.
- Utrecht, A., 1989. *Women's Role in Rural Industrialisation: the Case of Java* (MA thesis), The Hague, ISS.