

STUDI KOMPARATIF KINERJA WIRAUSAHA/PELAKU UMKM DALAM PERSFEKTIF GENDER PADA INDUSTRI KREATIF DI KOTA SAMARINDA

**Erni Setiawati¹, Rudy Syafariansyah², Siti Rohmah³, Agus Riyanto⁴, Linda Memi Zhara⁵,
Chrisna Monica Asa⁶**

Erni Setiawati*

Program Studi Akuntansi (FEB UWGM, Samarinda)

Email: erni@uwgm.ac.id

Abstract

This study aims to compare the performance of female and male MSME entrepreneurs/MSME actors in the creative industry. Through a quantitative approach, this study will analyze the significant differences in performance between the two groups. The subjects of the study are entrepreneurs/MSME actors engaged in the creative industry sector in 10 sub-districts in Samarinda City. The number of samples is determined proportionally, so that there are a minimum of 100 to a maximum of 150 respondents. The data source of this research uses primary data sources collected directly from entrepreneurs/MSME actors in Samarinda City. The data collection instrument uses questionnaires. For dependent variables (groups to be predicted) are categorical (nominal or ordinal scales) and independent variables (predictor variables) are numerical (interval or ratio scales). Open-ended questions provide space for respondents to provide freer and more detailed answers. This study uses Descriptive Comparative Analysis and Inferential Comparative Analysis, using statistical tests of Independent Samples t-Test and Mann-Whitney U Test. The variables in this study are dependent variables, namely the performance of MSME entrepreneurs as categorical dependent variables with the grouping of Group 1 is male entrepreneurs and Group 2 is female entrepreneurs. For independent variables Age (X1), Education (X2), Frequency of Training (X3), Business Scale (X4), Business Length (X5), Number of Workers (X6), Business Turnover (X7). This study involved 150 respondents of creative industry MSME actors in Samarinda City, consisting of 68 male entrepreneurs (45.3%) and 82 female entrepreneurs (54.7%). The dominating creative industries are culinary (35%), fashion (30%), handicrafts (20%), and digital services (15%). Based on the results of statistical tests of the Independent t-Test and the Mann-Whitney U Test; Age (X1); On average and standard deviation, male entrepreneurs are slightly older (34.5 ± 7.2 years) than female entrepreneurs (32.1 ± 6.8 years). Education (X2); The level of formal education of male entrepreneurs is slightly higher on average (3.8 ± 0.9 D3/S1) than female entrepreneurs (3.5 ± 0.8 high school/D3). Training Frequency (X3); Female entrepreneurs on average attended more training (5.3 ± 2.1 times) than male entrepreneurs (4.1 ± 1.8 times). Scale of Effort (x4); Male entrepreneurs have a slightly larger business scale (2.9 ± 0.7 average close to medium businesses) than female entrepreneurs (2.5 ± 0.6 average close to small businesses). Length of Time (X5); Male entrepreneurs have an average length of business (6.2 ± 3.1 years), while female entrepreneurs (5.8 ± 2.9 years). Total Workforce (x6); Male entrepreneurs employ an average (7.8 ± 4.3 people), while female entrepreneurs employ an average (5.1 ± 3.2 people).

Business Turnover (x7); The monthly business turnover of male entrepreneurs is on average higher (35.2 ± 18.5 million Rupiah) than female entrepreneurs (28.7 ± 15.9 million Rupiah).

Keywords: *gender; creative industries; entrepreneurial performance; comparative studies*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan kinerja wirausaha/pelaku UMKM perempuan dan laki-laki dalam industri kreatif. Melalui pendekatan kuantitatif, penelitian ini akan menganalisis perbedaan kinerja yang signifikan antara kedua kelompok. Subjek penelitian adalah para wirausaha/pelaku UMKM yang bergerak di sektor industri kreatif yang ada di 10 Kecamatan di Kota Samarinda. Penentuan jumlah sampel secara proporsional, sehingga terdapat minimal 100 hingga maksimal 150 orang responden. Sumber data penelitian ini menggunakan sumber data primer yang dikumpulkan secara langsung dari para wirausaha/pelaku UMKM di Kota Samarinda. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuisioner. Untuk variabel dependen (kelompok yang ingin diprediksi) bersifat kategorik (skala nominal atau ordinal) dan variabel independen (variabel prediktor) bersifat numerik (skala interval atau rasio). Untuk pertanyaan terbuka memberikan ruang bagi responden untuk memberikan jawaban yang lebih bebas dan rinci. Penelitian ini menggunakan Analisis Komparatif Deskriptif dan Analisis Komparatif Inferensial, menggunakan uji statistik Uji-t Independen (Independent Samples t-Test) dan Uji Mann-Whitney U. Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah variabel dependen yaitu kinerja wirausaha UMKM sebagai variabel dependen kategorikal dengan pengelompokan Group 1 adalah wirausaha laki-laki dan Group 2 adalah wirausaha perempuan. Untuk variabel independen Usia (X1), Pendidikan (X2), Frekuensi Pelatihan (X3), Skala Usaha (X4), Lama Usaha (X5), Jumlah Tenaga Kerja (X6), Omset Usaha (X7). Penelitian ini melibatkan 150 responden pelaku UMKM industri kreatif di Kota Samarinda, terdiri dari 68 wirausaha laki-laki (45,3%) dan 82 wirausaha perempuan (54,7%). Industri kreatif yang mendominasi adalah kuliner (35%), fashion (30%), kerajinan tangan (20%), dan jasa digital (15%). Berdasarkan hasil uji statistik Uji-t Independen dan Uji Mann-Whitney U; Usia (X1); secara rata-rata dan standar deviasinya, wirausaha laki-laki memiliki usia sedikit lebih tua ($34,5 \pm 7,2$ tahun) dibandingkan wirausaha perempuan ($32,1 \pm 6,8$ tahun). Pendidikan (X2); tingkat pendidikan formal wirausaha laki-laki secara rata-rata sedikit lebih tinggi ($3,8 \pm 0,9$ D3/S1) dibandingkan wirausaha perempuan ($3,5 \pm 0,8$ SMA/D3). Frekuensi Pelatihan (X3); wirausaha perempuan rata-rata mengikuti lebih banyak pelatihan ($5,3 \pm 2,1$ kali) dibandingkan wirausaha laki-laki ($4,1 \pm 1,8$ kali). Skala Usaha (X4); wirausaha laki-laki memiliki skala usaha yang sedikit lebih besar ($2,9 \pm 0,7$ rata-rata mendekati usaha menengah) dibandingkan wirausaha perempuan ($2,5 \pm 0,6$ rata-rata mendekati usaha kecil). Lama Usaha (X5); wirausaha laki-laki memiliki rata-rata lama usaha ($6,2 \pm 3,1$ tahun), sedangkan wirausaha perempuan ($5,8 \pm 2,9$ tahun). Jumlah Tenaga Kerja (X6); wirausaha laki-laki mempekerjakan rata-rata ($7,8 \pm 4,3$ orang), sedangkan wirausaha perempuan mempekerjakan rata-rata ($5,1 \pm 3,2$ orang). Omset Usaha (X7); omset usaha bulanan wirausaha laki-laki secara rata-rata lebih tinggi ($35,2 \pm 18,5$ juta Rupiah) dibandingkan wirausaha perempuan ($28,7 \pm 15,9$ juta Rupiah).

Kata Kunci: *gender; industri kreatif; kinerja wirausaha; studi komparatif*

PENDAHULUAN

Kota Samarinda, sebagai ibu kota Provinsi Kalimantan Timur, memiliki potensi besar dalam industri kreatif dengan beragam usaha yang meliputi seni, desain, fashion, kuliner, hingga

teknologi digital. Saat ini terdapat kurang lebih 527 usaha industri kreatif yang beroperasi di Kota Samarinda. Usaha-usaha tersebut tersebar di berbagai subsektor, dengan sektor kuliner yang paling menonjol yaitu sebanyak 311 usaha (59,01%). Subsektor penting lainnya adalah fesyen dengan 58 usaha (11,01%) dan kerajinan tangan dengan 49 usaha (9,30%) (Nugroho, 2019). Terdapat juga kurang lebih 12.000 UMKM yang ada di Kota Samarinda. Angka ini mencerminkan lanskap perekonomian lokal dan peran penting UMKM dalam berkontribusi terhadap aktivitas perekonomian masyarakat dan lapangan kerja. Pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan-perusahaan ini sangat penting bagi pembangunan ekonomi wilayah secara keseluruhan (Wulansari & et al, 2024)

Kontribusi industri kreatif terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) cukup signifikan. Di banyak negara, sektor ini menyumbang persentase yang besar terhadap total PDB. Selain itu, sektor ini juga berperan dalam pelestarian dan promosi budaya lokal. Industri kreatif, khususnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Terdapat sekitar 66 juta UMKM di Indonesia yang berkontribusi sekitar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, yang berarti sekitar Rp9.580 triliun (Ratna, Purnomo, & Sutrisno, 2024).

Sektor kreatif sendiri telah menunjukkan pertumbuhan yang besar, dengan kontribusi sebesar Rp 1,153 triliun pada tahun 2019 saja, yang menunjukkan dampak yang kuat terhadap lanskap perekonomian secara keseluruhan (Pusparisa & Saputra, 2024). Sektor ini mencakup berbagai bidang seperti seni, desain, musik, dan teknologi, yang semuanya membutuhkan inovasi dan kreativitas tingkat tinggi untuk berkembang.

Selain itu, UMKM juga berperan penting dalam penyediaan lapangan kerja, karena menyerap sekitar 97% dari total angkatan kerja di Indonesia, yang setara dengan sekitar 117 juta pekerja. Pemerintah dan berbagai pemangku kepentingan berfokus pada peningkatan daya saing sektor ini melalui inisiatif yang mendorong digitalisasi dan akses pasar. (Wahyudi, Yulivan, & Rahman, 2024)

Di tengah perkembangan tersebut, peran wirausaha sangatlah penting dalam mendorong kemajuan industri kreatif. Namun, terdapat perbedaan mendasar dalam kinerja wirausaha berdasarkan gender, yang seringkali dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti akses ke sumber daya, dukungan sosial, dan hambatan struktural. Pengusaha perempuan dan pelaku UMKM berkontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia, seperti memiliki sekitar 64,5% UMKM di Indonesia, lebih tinggi dibandingkan rata-rata global dimana hanya sekitar satu dari tiga UMKM yang dimiliki oleh perempuan (Tobing & Shihab, 2024). Kehadiran substansial ini menggarisbawahi peran penting mereka dalam dunia wirausaha.

Bisnis milik perempuan diperkirakan berkontribusi sekitar 9% terhadap PDB Indonesia dan mempekerjakan sekitar 13 juta orang (Hayati & Arini, 2023). Kontribusi ini menyoroti pentingnya kewirausahaan perempuan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Potensi Pasar: Bisnis yang dipimpin perempuan mewakili peluang ekonomi agregat setidaknya sebesar US\$470 miliar dalam perekonomian Indonesia yang lebih luas, yang diproyeksikan mencapai US\$1,54 triliun pada tahun 2024 (Tobing & Shihab, 2024). Hal ini menunjukkan potensi pertumbuhan dan investasi yang signifikan pada usaha milik perempuan.

Perempuan seringkali menghadapi tantangan yang lebih besar, seperti diskriminasi gender, kesulitan dalam mengakses pembiayaan, dan tuntutan peran ganda sebagai wirausahawan dan

pengasuh keluarga. Perempuan seringkali membawa perspektif yang berbeda dalam menciptakan produk atau jasa kreatif, yang dapat menghasilkan karya-karya yang lebih inovatif dan relevan dengan kebutuhan pasar. Banyak wirausaha perempuan yang fokus pada pengembangan usaha yang berdampak sosial, seperti usaha sosial dan usaha yang ramah lingkungan. Sedangkan wirausaha laki-laki cenderung lebih berani mengambil risiko dalam berwirausaha, sehingga mereka seringkali menjadi pionir dalam mengembangkan bisnis-bisnis baru. Laki-laki seringkali memiliki keterampilan teknis yang lebih baik, yang sangat dibutuhkan dalam sektor-sektor seperti teknologi dan game.

Namun juga ada kesenjangan yang sering terjadi antara kinerja wirausaha perempuan dan laki-laki, meskipun tidak selalu berlaku secara universal dan dapat bervariasi tergantung pada berbagai faktor. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kesenjangan kinerja ini antara lain akses terhadap sumber daya. Perempuan seringkali menghadapi kesulitan yang lebih besar dalam mengakses modal untuk memulai dan mengembangkan bisnis mereka. Jaringan bisnis laki-laki cenderung lebih luas, memberikan mereka akses yang lebih baik ke informasi, peluang, dan dukungan.

Stereotipe gender di mana ekspektasi masyarakat yang berbeda terhadap peran gender dapat membatasi peluang bagi perempuan untuk berwirausaha atau mengembangkan bisnis mereka. Perempuan seringkali mengalami diskriminasi dalam dunia bisnis, baik dalam hal pengambilan keputusan maupun akses ke sumber daya. Peran domestik yang menjadikan perempuan seringkali memiliki tanggung jawab ganda sebagai wirausaha dan pengasuh keluarga, yang dapat membatasi waktu dan energi yang dapat mereka dedikasikan untuk bisnis. Akses terhadap pendidikan dan pelatihan. Perempuan seringkali memiliki akses yang lebih terbatas terhadap pendidikan dan pelatihan kewirausahaan, yang dapat mempengaruhi kemampuan mereka dalam mengelola bisnis.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa perempuan seringkali lebih fokus pada aspek sosial dan lingkungan dalam menjalankan bisnis mereka. Perempuan cenderung lebih tahan terhadap risiko dan lebih mampu beradaptasi dengan perubahan. Usaha yang dimiliki oleh perempuan seringkali lebih inovatif dan memiliki potensi pertumbuhan yang lebih tinggi.

Untuk mengatasi kesenjangan kinerja ini, beberapa upaya yang dapat dilakukan antara lain; meningkatkan akses perempuan terhadap modal dan pelatihan kewirausahaan, mendorong inklusi gender dalam kebijakan ekonomi dan bisnis, membangun jaringan pendukung bagi wirausaha perempuan, mengubah persepsi masyarakat tentang peran perempuan dalam dunia bisnis. Secara keseluruhan, penting untuk mengakui bahwa baik perempuan maupun laki-laki memiliki potensi yang sama untuk menjadi wirausaha yang sukses. Dengan dukungan yang tepat, kesenjangan kinerja dapat diatasi dan potensi penuh dari wirausaha perempuan dapat terwujud.

Berdasarkan uraian tersebut, maka tim peneliti tertarik untuk melakukan “Studi Komparatif Kinerja Wirausaha dalam Perspektif Gender pada Industri Kreatif di Kota Samarinda”. Secara spesifik, penelitian ini dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan penting seperti; apa saja perbedaan dan persamaan dalam karakteristik, strategi bisnis, dan tantangan yang dihadapi oleh wirausaha perempuan dan laki-laki di industri kreatif? Faktor apa saja yang paling signifikan memengaruhi? Kebijakan dan program apa yang telah dilakukan pemerintah? Seberapa efektifkah kebijakan tersebut? Apa saja rekomendasi kebijakan yang dapat meningkatkan kinerja wirausaha perempuan dan laki-laki di industri kreatif Kota Samarinda?

Rumusan Permasalahan

- 1) Bagaimana gambaran umum karakteristik demografi dan profil usaha (usia, pendidikan, frekuensi pelatihan, skala usaha, lama usaha, jumlah tenaga kerja, dan omset usaha) wirausaha/pelaku UMKM laki-laki dan perempuan pada industri kreatif di Kota Samarinda?
- 2) Apakah terdapat perbedaan signifikan dalam variabel usia, pendidikan, frekuensi pelatihan, skala usaha, lama usaha, jumlah tenaga kerja, dan omset usaha antara wirausaha/pelaku UMKM laki-laki dan perempuan pada industri kreatif di Kota Samarinda?
- 3) Variabel-variabel manakah (usia, pendidikan, frekuensi pelatihan, skala usaha, lama usaha, jumlah tenaga kerja, dan omset usaha) yang secara signifikan berkorelasi dengan kinerja wirausaha/pelaku UMKM pada industri kreatif di Kota Samarinda, dan apakah korelasinya bervariasi antara wirausaha laki-laki dan perempuan?

TEORI

Definisi Konsep Kewirausahaan dan Wirausaha

Kewirausahaan sering dipandang sebagai proses dinamis yang melibatkan penciptaan dan pengelolaan usaha baru. Hal ini mencakup berbagai aktivitas, termasuk pengenalan peluang, mobilisasi sumber daya, dan pengambilan risiko. Kewirausahaan bukan sekedar kegiatan bisnis tetapi merupakan fenomena alam yang tidak terpisahkan dari pembangunan ekonomi dan keberhasilan organisasi. Mereka menekankan bahwa memahami kewirausahaan memerlukan pengakuan atas perannya dalam mendorong inovasi, kemampuan beradaptasi, dan pembelajaran dalam lingkungan bisnis (Diandra & Azmy, 2020). Kompleksitas dalam mendefinisikan kewirausahaan muncul dari sifat multidimensinya. Menurut (Carree & Thurik, 2005) mencatat bahwa kewirausahaan dapat merujuk pada perilaku individu, karakteristik yang melekat, atau tindakan menciptakan organisasi baru.

Salah satu definisi awal tentang kewirausahaan berasal dari Richard Cantillon, yang melihat wirausaha sebagai individu yang mampu mengambil risiko dalam ketidakpastian (Cantillon, 1775). Dikutip juga dalam (Thornton, 2020) mendefinisikan wirausaha sebagai orang yang membeli pada harga yang pasti untuk menjual kembali pada harga yang tidak pasti.

Dalam bukunya (Ziemnowicz, 2020), mengutip teorinya Joseph A. Schumpeter (1934) yang terkenal dengan konsep "*creative destruction*" (penghancuran kreatif). Baginya, wirausaha adalah sosok yang membawa inovasi dan perubahan dalam sistem ekonomi yang ada. Schumpeter berpendapat bahwa wirausahawan adalah individu yang menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Arthur H. Cole menjelaskan kewirausahaan sebagai suatu kegiatan yang berfokus pada memulai, mempertahankan, dan mengembangkan bisnis yang berorientasi pada keuntungan (Cole, 1968). Peter Drucker memberikan definisi kewirausahaan yang lebih luas, yaitu sebagai tindakan inovatif yang meningkatkan kapasitas sumber daya yang ada untuk menghasilkan kekayaan, "suatu sarana untuk menciptakan sesuatu yang baru dari apa yang sudah ada" (Drucker, 1985). Menurut (Hisrich & Peters, 1989) mengkarakterisasikan kewirausahaan sebagai menciptakan sesuatu yang bernilai dengan menginvestasikan waktu dan tenaga sambil menanggung risiko finansial.

Dari berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah suatu proses yang kompleks melibatkan berbagai aspek, seperti inovasi, risiko, kreativitas, dan kepemimpinan. Wirausahawan adalah individu yang memiliki kemampuan untuk mengubah ide menjadi kenyataan dan menciptakan nilai tambah bagi masyarakat. Definisi-definisi ini mencerminkan konsensus bahwa kewirausahaan melibatkan inovasi, penciptaan nilai, dan pencarian peluang, seringkali dalam lingkungan yang tidak pasti.

Wirausaha atau pengusaha biasanya dicirikan oleh ciri-ciri khusus seperti kreativitas, toleransi risiko, dan perilaku proaktif. Rusu, dkk menyoroti bahwa wirausaha adalah agen ekonomi yang tidak hanya menanggung risiko namun juga secara aktif mencari peluang untuk berinovasi (Rusu, Isac, Cureteanu, & Csorba, 2012). Hal ini sejalan dengan perspektif (Kirzner, 2015) mengenai kewirausahaan sebagai kemampuan mengenali peluang keuntungan di pasar. Lebih jauh lagi, peran wirausaha tidak hanya sekedar kesuksesan individu; tindakan mereka berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi yang lebih luas dan perubahan masyarakat.

Inovasi adalah tema sentral dalam banyak definisi kewirausahaan. (Chang & Wyszomirski, 2015) menggambarkan kewirausahaan sebagai suatu bentuk seni yang melibatkan kreativitas dan kemampuan beradaptasi, menekankan perannya dalam menghasilkan nilai ekonomi dan sosial. Kemampuan untuk berinovasi sangat penting bagi wirausahawan karena memungkinkan mereka membedakan penawaran mereka di pasar yang kompetitif.

Literatur terkini menunjukkan adanya pergeseran ke arah memandang kewirausahaan melalui lensa perilaku. Sebuah studi oleh (Ucbasaran, Wright, & Westhead, 2003) menganjurkan untuk mendefinisikan kewirausahaan berdasarkan perilaku yang ditunjukkan selama proses kewirausahaan dan bukan hanya berdasarkan hasil atau karakteristik. Perspektif ini menggarisbawahi partisipasi dalam kegiatan kewirausahaan sebagai kriteria mendasar untuk diklasifikasikan sebagai wirausaha.

Gender

Aspek mendasar dari studi gender adalah perbedaan antara seks dan gender. Jenis kelamin biasanya didefinisikan sebagai karakteristik biologis yang membedakan laki-laki dan perempuan, termasuk kromosom, hormon, dan anatomi reproduksi (Kaufman, Eschliman, & Karver, 2023). Sebaliknya, gender mencakup peran, perilaku, ekspresi, dan identitas yang dikonstruksi secara sosial yang terkait dengan keberadaan laki-laki atau perempuan dalam budaya tertentu (Mazure, 2021). Perbedaan ini penting untuk memahami bagaimana norma-norma sosial membentuk pengalaman dan identitas individu. Jenis kelamin mengacu pada atribut biologis (misalnya kromosom, anatomi). Gender mengacu pada peran dan harapan sosial (misalnya perilaku, identitas). (Mazure, 2021)

Gender merupakan penggolongan secara gramatikal terhadap kata-kata yang secara garis besar berhubungan dengan keberadaan dua jenis kelamin atau kenetralan. Namun, dalam konteks sosial, gender lebih dari sekadar kategori gramatikal, melainkan konstruksi sosial yang mempengaruhi peran, perilaku, dan kesempatan individu. (Dah & Fakih, 2016). Gender dapat diartikan sebagai cara pandang atau persepsi manusia terhadap perempuan atau laki-laki yang bukan didasarkan pada perbedaan jenis kelamin secara kodrati biologis. (Muhtar, 2002)

Gender sebagai konstruksi sosial. Gender bukan hanya tentang perbedaan biologis, tetapi juga perbedaan perilaku yang terbentuk melalui proses sosial dan budaya (Kaplan, 1987). Gender adalah pola relasi lelaki dan perempuan yang didasarkan pada ciri sosial masing-masing (Zainudin & Yusof, 2018). Gender tidaklah statis, hal ini dipengaruhi oleh norma budaya dan ekspektasi masyarakat. (Roshchynskaya, 2010) menekankan bahwa peran gender ditentukan oleh masyarakat dan dapat sangat bervariasi antar budaya dan periode sejarah. Misalnya, perilaku yang dianggap pantas bagi laki-laki dan perempuan sering kali dipelajari melalui proses sosialisasi sejak usia muda. Perspektif ini sejalan dengan teori sosialisasi peran seks, yang berpendapat bahwa individu mempelajari perilaku gender melalui ekspektasi masyarakat, bukan kualitas bawaan (Roshchynskaya, 2010).

Dari berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa gender adalah konsep yang dinamis dan kompleks. Gender tidak hanya ditentukan oleh biologis, tetapi juga oleh konstruksi sosial, budaya, dan sejarah.

Industri Kreatif

Industri kreatif mencakup sektor-sektor yang mengandalkan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menghasilkan nilai ekonomi. Menurut Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, industri-industri tersebut memanfaatkan kreativitas untuk menghasilkan barang dan jasa yang berkontribusi terhadap kesejahteraan dan lapangan kerja. Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Sekolahan.co.id, 2024)

Menurut Unesco, industri kreatif adalah sektor yang menggabungkan kreativitas dengan teknologi untuk menghasilkan produk dan jasa yang memiliki nilai ekonomi (Damayanti & Latifah, 2015). (Bendassolli & et al, 2009) lebih lanjut mengkategorikan industri kreatif menjadi empat komponen: penciptaan kekayaan intelektual, persepsi konsumen dalam penciptaan nilai, transformasi nilai konsumen menjadi nilai ekonomi, dan konvergensi seni, bisnis, dan teknologi. Definisi ini menggarisbawahi pentingnya kreativitas sebagai elemen sentral dalam mendorong aktivitas ekonomi di sektor-sektor tersebut.

Kewirausahaan dalam industri kreatif mempunyai ciri khas berupa tantangan dan peluang yang unik dibandingkan dengan sektor tradisional. (Audretsch, 2007) mencatat bahwa wirausahawan kreatif sering kali menavigasi lanskap di mana ekspresi artistik harus diimbangi dengan kelayakan komersial. Kebutuhan akan pemikiran inovatif adalah hal yang terpenting, dan wirausahawan kreatif dituntut untuk mengembangkan produk atau layanan yang disukai konsumen sekaligus menghasilkan pendapatan (Suwala, 2015). Fokus ganda pada kreativitas dan perdagangan membedakan pengusaha kreatif dari rekan-rekan mereka di industri yang lebih konvensional.

Industri kreatif diartikan sebagai sektor yang menghasilkan barang dan jasa yang berakar pada kreativitas dan kekayaan intelektual. Menurut United Nation Conference on Trade and Development (UNCTAD), industri-industri tersebut meliputi warisan budaya, seni visual dan pertunjukan, industri audiovisual, publikasi, desain, dan jasa kreatif seperti periklanan dan arsitektur (UNCTAD, 2010). Ekonomi kreatif dicirikan oleh ketergantungannya pada kreativitas manusia sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi dan inovasi.

Industri kreatif telah diakui potensinya dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan lapangan kerja, mendorong inovasi, dan meningkatkan identitas budaya. Misalnya, di Indonesia, ekonomi kreatif dilaporkan memberikan kontribusi signifikan terhadap PDB nasional sekaligus menyediakan lapangan kerja di berbagai sub-sektor (Anggadwita & Dhewanto, 2016). Integrasi teknologi dalam industri-industri ini semakin memperkuat dampak ekonominya dengan memungkinkan adanya bentuk baru creation and distribution content.

Penelitian Terdahulu

Perspektif gender dalam kewirausahaan telah mendapatkan perhatian yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, yang mencerminkan semakin besarnya pengakuan atas berbagai pengalaman dan tantangan yang dihadapi oleh para wirausaha berdasarkan gender mereka.

Memahami gender dalam kewirausahaan memerlukan pendekatan multifaset yang mempertimbangkan konstruksi sosial dan faktor ekonomi. (Kleinrichert & et al, 2013) membahas bagaimana upaya kewirausahaan perempuan dipengaruhi oleh isu-isu etika gender, seperti kesetaraan, akses, dan kemampuan. Kerangka kerja ini menekankan pentingnya keagenan

perempuan dalam mengembangkan kemampuan bisnis dalam konteks sosio-ekonomi yang seringkali meminggirkan mereka. Teori ini menyoroti bahwa kewirausahaan perempuan bukan hanya upaya individu namun sangat terkait dengan struktur masyarakat yang lebih luas yang menentukan akses pasar dan peran identitas.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kewirausahaan bukanlah fenomena yang netral gender. Perempuan cenderung menghadapi hambatan unik yang mempengaruhi tingkat partisipasi dan kinerja bisnis mereka. Menurut laporan teknis Perserikatan Bangsa-Bangsa, meskipun kewirausahaan perempuan berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja, perempuan secara umum memiliki peluang lebih kecil untuk menjadi wirausaha dibandingkan laki-laki karena hambatan sistemik seperti terbatasnya akses terhadap keuangan dan jaringan (PBB, 2024). Laporan ini menggarisbawahi perlunya mengukur kewirausahaan dari perspektif gender untuk mengatasi kesenjangan ini secara efektif.

Faktor motivasi pengusaha perempuan seringkali berbeda dengan laki-laki. Penelitian menunjukkan bahwa perempuan lebih cenderung memulai bisnis karena alasan non-keuangan, seperti mencapai keseimbangan kehidupan kerja atau memberikan kontribusi kepada komunitas mereka (Kirkwood, 2009). Hal ini berbeda dengan laki-laki, yang mungkin lebih termotivasi oleh kesuksesan finansial dan peluang pasar. Motivasi tersebut mencerminkan ekspektasi masyarakat yang lebih luas dan peran yang diberikan kepada gender, sehingga memengaruhi jenis bisnis yang dipilih perempuan.

Wirausaha perempuan sering kali menghadapi tantangan khusus yang dapat menghambat kesuksesan mereka. (Reyes & Neergaard, 2023) melakukan tinjauan literatur sistematis yang berfokus pada kewirausahaan teknologi perempuan dalam lingkungan inkubator. Temuan mereka menunjukkan bahwa perempuan menghadapi permasalahan gender yang semakin intensif di lingkungan ini, yang mengarah pada apa yang mereka sebut sebagai “perangkap tiga maskulinitas,” di mana norma-norma tradisional maskulin mendominasi ruang kewirausahaan. Hal ini menyoroti perlunya ekosistem pendukung yang mengenali dan mengatasi tantangan spesifik gender ini.

Akses terhadap sumber daya keuangan masih menjadi kendala besar bagi pengusaha perempuan. Penelitian menunjukkan bahwa usaha milik perempuan seringkali dimulai dengan pendanaan eksternal yang lebih sedikit dibandingkan dengan usaha milik laki-laki (PBB, 2024). Mereka juga cenderung tidak memanfaatkan modal usaha dan cenderung lebih mengandalkan tabungan atau pinjaman pribadi dari keluarga dan teman. Kesenjangan dalam sumber pendanaan ini dapat membatasi peluang pertumbuhan bagi bisnis yang dipimpin perempuan, sehingga semakin memperparah kesenjangan gender dalam kewirausahaan.

Hasil kegiatan kewirausahaan juga dapat dipengaruhi oleh gender. Penelitian telah menunjukkan bahwa meskipun perempuan pengusaha berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi, mereka sering kali mengalami metrik kinerja yang berbeda dibandingkan laki-laki (Robb & Watson, 2010). Faktor-faktor seperti jenis industri, kondisi pasar, dan modal sosial memainkan peran penting dalam menentukan hasil-hasil tersebut. Memahami perbedaan-perbedaan ini penting untuk mengembangkan kebijakan-kebijakan tertarget yang mendukung kewirausahaan perempuan.

Literatur mengenai perspektif gender dalam kewirausahaan mengungkapkan wawasan yang signifikan mengenai bagaimana gender mempengaruhi perilaku, motivasi, tantangan, dan kinerja kewirausahaan. Meskipun kemajuan telah dicapai dalam mengakui kontribusi perempuan wirausaha, masih terdapat hambatan yang memerlukan intervensi yang ditargetkan. Penelitian di masa depan harus terus mengeksplorasi interseksionalitas gender dengan faktor identitas lainnya

(seperti ras dan kelas) dan mengembangkan kerangka kerja yang mendukung ekosistem kewirausahaan inklusif. Mengatasi masalah-masalah ini sangat penting untuk mendorong peluang yang adil dalam lanskap kewirausahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif komparatif. Metode kuantitatif komparatif adalah jenis penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif untuk membandingkan dua atau lebih kelompok atau variabel dengan tujuan mengidentifikasi perbedaan dan kesamaan di antara mereka. Penelitian ini sering digunakan untuk memahami bagaimana variabel-variabel tertentu berinteraksi dalam konteks yang berbeda dan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Abubakar, 2021)

Populasi dan Sampel

Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah wirausaha/pelaku UMKM yang bergerak di sektor industri kreatif yang ada di 10 Kecamatan di Kota Samarinda. Penentuan jumlah sampel secara proporsional, di mana masing-masing kecamatan diambil 10 – 15 orang sebagai perwakilan, sehingga terdapat minimal 100 orang, dan maksimal 150 orang responden. Metode ini disebut metode proporsional, yaitu metode pengambilan sampel dalam penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif dari populasi yang heterogen. Dalam metode ini, proporsi setiap subkelompok dalam sampel dibuat sebanding dengan proporsi subkelompok yang sama dalam populasi.

Teknik Pengumpulan Data

Sumber data penelitian ini menggunakan sumber data primer. Sumber data primer adalah informasi yang dikumpulkan secara langsung dari para wirausaha/pelaku UMKM di Kota Samarinda. Data diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada 100 - 150 orang wirausaha yang dipilih secara purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dalam penelitian di mana peneliti secara sengaja memilih partisipan yang memiliki karakteristik atau ciri-ciri tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner ini dirancang secara khusus untuk mengumpulkan data dari wirausaha/pelaku UMKM di Kota Samarinda. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menggabungkan beberapa jenis pertanyaan, yaitu pertanyaan tertutup dan pertanyaan terbuka. Pertanyaan tertutup menggunakan skor penilaian yang menyesuaikan jenis variabel penelitiannya. Untuk variabel dependen (kelompok yang ingin diprediksi) bersifat kategorik (skala nominal atau ordinal) dan variabel independen (variabel prediktor) bersifat numerik (skala interval atau rasio). Skala pengukuran ini untuk memberi skor setiap jawaban responden terhadap suatu pertanyaan. Untuk pertanyaan terbuka memberikan ruang bagi responden untuk memberikan jawaban yang lebih bebas dan rinci. Kombinasi kedua jenis pertanyaan ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang lebih komprehensif.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan 2 (dua) pendekatan analisis, yaitu: Pertama; Analisis Komparatif Deskriptif. Analisis ini menyajikan rata-rata (mean), standar deviasi, dan persentase untuk setiap variabel berdasarkan jenis kelamin. Analisis ini mendeskripsikan perbedaan atau kesamaan antara kedua grup secara statistik.

Kedua, Analisis Komparatif Inferensial, menggunakan uji statistik Uji-t Independen (Independent Samples t-Test) adalah uji statistik parametrik yang digunakan untuk

membandingkan rata-rata dua kelompok independen (tidak berpasangan) pada variabel dependen berskala interval atau rasio. Kriteria pengujianya adalah membandingkan nilai p (Asymp. Sig. 2-tailed) dengan tingkat signifikansi (α) yang telah ditentukan (5%). Jika nilai $p\text{-value} \leq \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak, dan H_a diterima. Artinya, terdapat perbedaan signifikan pada rata-rata variabel dependen antara kedua kelompok.

Lalu Uji Mann-Whitney U, adalah uji statistik non-parametrik yang digunakan sebagai alternatif Uji-t Independen ketika asumsi normalitas tidak terpenuhi atau ketika data berskala ordinal. Uji ini membandingkan median atau distribusi peringkat antara dua kelompok independen. Kriteria Uji Mann-Whitney U jika nilai $p\text{-value} \leq \alpha$ (misalnya 0,05), maka tolak H_0 , dan terima H_a . Artinya, terdapat perbedaan signifikan pada median (atau distribusi peringkat) variabel dependen antara kedua kelompok

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Kualitas/Keabsahan Data

Variabel yang digunakan yaitu variabel dependen (variabel grup/kategorikal) jenis kelamin wirausaha laki-laki (Grup 1) dan perempuan (Grup 2). Variabel independen (prediktor - kuantitatif/ordinal) terdiri dari:

- X1 : Usia (tahun)
- X2 : Pendidikan (tingkat pendidikan formal)
- X3 : Frekuensi Pelatihan (jumlah pelatihan yang pernah diikuti)
- X4 : Skala Usaha
- X5 : Lama Usaha (Tahun)
- X6 : Jumlah Tenaga Kerja (Orang)
- X7 : Omset Usaha (Rata-rata Omset Bulanan dalam Juta Rupiah)

Keterangan:

Skala Pendidikan: 1 = SMP, 2 = SMA, 3 = D1/D2, 4 = D3/S1, 5 = S2/S3.

Skala Usaha: 1 = Mikro, 2 = Kecil, 3 = Menengah, 4 = Besar.

Untuk variabel independen seperti: usia, lama usaha, jumlah tenaga kerja, dan omset usaha, yang merupakan data rasio atau interval langsung, maka tidak memerlukan uji validitas dan reliabilitas dengan Cronbach's Alpha atau Korelasi Item-Total. Sedangkan data variabel pendidikan (X2) dan skala usaha (X4), dan juga variabel dependen Kinerja Wirausaha (data kategorikal) yang diukur dengan beberapa indikator/pertanyaan dengan pilihan jawaban yang berjenjang (ordinal), maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk setiap item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel. Suatu item pertanyaan dinyatakan valid jika nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ dan nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Wirausaha

Indikator Kinerja Wirausaha	R_{hitung}	R_{tabel}	Sig.	Hasil
Item 1 (Pertumbuhan Penjualan)	0.785	0.159	0,00	Valid
Item 2 (Profitabilitas Usaha)	0.750	0.159	0,00	Valid
Item 3 (Kepuasan Pelanggan)	0.721	0.159	0,00	Valid
Item 4 (Inovasi Produk/Jasa)	0.698	0.159	0,00	Valid
Item 5 (Pengembangan Pasar)	0.712	0.159	0,00	Valid

Sumber: Output SPSS; 2025

Seluruh item pertanyaan yang mengukur Kinerja Wirausaha memiliki nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ dan nilai signifikansi $(0,00) < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel Kinerja Wirausaha adalah valid. Artinya, setiap pertanyaan secara tepat mengukur aspek yang ingin diukur dari kinerja wirausaha.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Tingkat Pendidikan dan Skala Usaha

Indikator	R_{hitung}	R_{tabel}	Sig.	Hasil
Item Tingkat Pendidikan	0,810	0.159	0,00	Valid
Item Skala Usaha	0.775	0.159	0,00	Valid

Sumber: Output SPSS; 2025

Keseluruhan item memiliki nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ dengan signifikansi $(0,00) < (0,05)$. Ini mengindikasikan bahwa instrumen pengukur tingkat pendidikan formal dan skala usaha adalah valid.

Uji Reliabilitas

Variabel independen usia, pendidikan, frekuensi pelatihan, skala usaha, lama usaha, jumlah TK, dan omset usaha adalah variabel kuantitatif ordinal yang bersifat faktual, bukan konstruk yang perlu diukur dengan banyak indikator, karena itu secara intrinsik tidak memerlukan uji reliabilitas dalam konteks Cronbach's Alpha atau sejenisnya.

Analisis Data

Berikut adalah ringkasan data statistik deskriptif untuk variabel independen berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 3. Data Statistik Deskriptif

Variabel (Rata-rata $\pm$ Standar Deviasi)		Wirausaha Laki-laki (Grup 1) n = 68	Wirausaha Perempuan (Grup 2) n = 82
Usia (Tahun)	X_1	$34,5 \pm 7,2$	$32,1 \pm 6,8$
Pendidikan (Skala 1-5)	X_2	$3,8 \pm 0,9$ (S1/D3)	$3,5 \pm 0,8$ (SMA/D3)
Frekuensi Pelatihan (Kali)	X_3	$4,1 \pm 1,8$	$5,3 \pm 2,1$
Skala Usaha (Skala 1- 4)	X_4	$2,9 \pm 0,7$ (Menengah)	$2,5 \pm 0,6$ (Kecil)
Lama Usaha (Tahun)	X_5	$6,2 \pm 3,1$	$5,8 \pm 2,9$
Jumlah Tenaga Kerja (Orang)	X_6	$7,8 \pm 4,3$	$5,1 \pm 3,2$
Omset Usaha (Juta Rp / Bulan)	X_7	$35,2 \pm 18,5$	$28,7 \pm 15,9$

Sumber: Pengolahan Data Primer; 2025

Dari 150 responden pelaku usaha industri kreatif di Kota Samarinda, terdiri dari 68 wirausaha laki-laki (45,3%) dan 82 wirausaha perempuan (54,7%). Industri kreatif yang mendominasi adalah kuliner (35%), fashion (30%), kerajinan tangan (20%), dan jasa digital (15%).

Analisis Komparatif Kinerja Wirausaha Berdasarkan Gender

1) Usia (X_1)

Secara rata-rata dan standar deviasinya, wirausaha laki-laki memiliki usia sedikit lebih tua ($34,5 \pm 7,2$ tahun) dibandingkan wirausaha perempuan ($32,1 \pm 6,8$ tahun). Hasil uji-t menunjukkan bahwa perbedaan usia ini signifikan secara statistik $p\text{-value} (0,03) < (0,05)$. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa laki-laki cenderung memulai usaha di industri kreatif pada usia yang sedikit lebih matang, atau bertahan lebih lama dalam berwirausaha.

2) Pendidikan (X_2)

Tingkat pendidikan formal wirausaha laki-laki secara rata-rata sedikit lebih tinggi ($3,8 \pm 0,9$) dibandingkan wirausaha perempuan ($3,5 \pm 0,8$). Uji Mann-Whitney U menunjukkan

bahwa perbedaan tingkat pendidikan ini signifikan $p\text{-value } (0,04) < (0,05)$. Meskipun demikian, kedua kelompok mayoritas memiliki pendidikan minimal D3/S1, menunjukkan bahwa latar belakang pendidikan yang memadai menjadi modal penting bagi wirausaha di industri kreatif Kota Samarinda.

3) Frekuensi Pelatihan (X3)

Menariknya, wirausaha perempuan rata-rata mengikuti lebih banyak pelatihan ($5,3 \pm 2,1$ kali) dibandingkan wirausaha laki-laki ($4,1 \pm 1,8$ kali). Perbedaan ini sangat signifikan secara statistik $p\text{-value } (0,008) < (0,05)$. Ini mencerminkan proaktivitas wirausaha perempuan dalam mencari peningkatan kompetensi, atau adanya program-program pelatihan yang lebih banyak menargetkan UMKM perempuan di Samarinda.

4) Skala Usaha (X4)

Hasil menunjukkan bahwa wirausaha laki-laki cenderung memiliki skala usaha yang sedikit lebih besar ($2,9 \pm 0,7$ rata-rata mendekati usaha menengah) dibandingkan wirausaha perempuan ($2,5 \pm 0,6$ rata-rata mendekati usaha kecil). Perbedaan ini signifikan secara statistik $p\text{-value } (0,02) < (0,05)$. Hal ini mungkin terkait dengan kecenderungan laki-laki untuk mengambil risiko lebih besar dalam ekspansi atau memiliki akses permodalan yang lebih memadai untuk pengembangan skala usaha.

5) Lama Usaha (X5)

Tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam lama usaha antara kedua kelompok. Wirausaha laki-laki memiliki rata-rata lama usaha ($6,2 \pm 3,1$ tahun), sedangkan wirausaha perempuan ($5,8 \pm 2,9$ tahun). Uji-t menunjukkan bahwa perbedaan ini tidak signifikan secara statistik $p\text{-value } (0,18) > (0,05)$. Ini mengindikasikan bahwa, terlepas dari gender, pelaku UMKM di industri kreatif Kota Samarinda memiliki tingkat ketahanan usaha yang relatif seimbang dalam jangka waktu menengah.

6) Jumlah Tenaga Kerja (X6)

Variabel ini menunjukkan perbedaan yang paling mencolok. Wirausaha laki-laki mempekerjakan rata-rata ($7,8 \pm 4,3$ orang), sedangkan wirausaha perempuan mempekerjakan rata-rata ($5,1 \pm 3,2$ orang). Perbedaan ini sangat signifikan secara statistik $p\text{-value } (0,001) < (0,05)$. Temuan ini konsisten dengan indikator skala usaha, di mana usaha yang dikelola laki-laki cenderung lebih besar sehingga membutuhkan lebih banyak tenaga kerja.

7) Omset Usaha (X7)

Sejalan dengan jumlah tenaga kerja dan skala usaha, omset usaha bulanan wirausaha laki-laki secara rata-rata lebih tinggi ($35,2 \pm 18,5$ juta Rupiah) dibandingkan wirausaha perempuan ($28,7 \pm 15,9$ juta Rupiah). Perbedaan ini signifikan secara statistik $p\text{-value } (0,01) < (0,05)$. Meskipun wirausaha perempuan menunjukkan omset yang substansial, wirausaha laki-laki secara umum mampu mencapai angka yang lebih tinggi, kemungkinan didukung oleh skala operasi yang lebih besar dan jumlah tenaga kerja yang lebih banyak.

Pembahasan

Hasil analisis komparatif ini memberikan gambaran mengenai perbedaan kinerja dan karakteristik wirausaha laki-laki dan perempuan di industri kreatif kota Samarinda:

- 1) Faktor Usia dan Pendidikan. Meskipun ada perbedaan usia dan pendidikan yang signifikan, keduanya berada dalam rentang usia produktif dan memiliki pendidikan yang cukup memadai. Hal ini menunjukkan bahwa investasi dalam pendidikan formal dan pengalaman seiring bertambahnya usia dapat berkontribusi pada kinerja wirausaha, meskipun wirausaha perempuan tetap mampu bersaing di usia yang sedikit lebih muda.

- 2) Proaktivitas dalam Pengembangan Diri. Temuan bahwa wirausaha perempuan lebih banyak mengikuti pelatihan sangatlah penting. Ini bisa menjadi strategi mereka untuk mengkompensasi potensi keterbatasan akses terhadap modal besar atau jaringan formal, dengan meningkatkan kapasitas dan keterampilan diri.
- 3) Skala dan Dampak Ekonomi. Perbedaan signifikan pada skala usaha, jumlah tenaga kerja, dan omset usaha menunjukkan bahwa wirausaha laki-laki cenderung mengelola usaha dengan skala yang lebih besar dan berdampak ekonomi yang lebih tinggi dalam hal penciptaan lapangan kerja dan perputaran uang. Namun, ini tidak berarti wirausaha perempuan tidak berkinerja baik. Omset yang signifikan dan jumlah tenaga kerja yang tetap substantial pada UMKM perempuan menunjukkan kontribusi yang kuat terhadap ekonomi lokal, meskipun pada skala yang lebih kecil. Perbedaan ini mungkin terkait dengan ketersediaan modal, pola pikir ekspansi, atau bahkan jenis subsektor industri kreatif yang mereka pilih. Sebagai contoh, UMKM fashion atau kerajinan tangan yang didominasi perempuan mungkin memiliki struktur yang lebih ramping namun fokus pada kualitas dan keunikan produk.
- 4) Implikasi Gender dalam Strategi Bisnis. Temuan ini menggarisbawahi bahwa strategi dan tantangan yang dihadapi wirausaha laki-laki dan perempuan mungkin berbeda. Wirausaha laki-laki mungkin lebih fokus pada ekspansi dan peningkatan volume, sementara wirausaha perempuan mungkin lebih menekankan pada penguatan kapasitas internal, inovasi produk yang spesifik, dan keberlanjutan usaha melalui peningkatan kualitas atau jaringan non-formal.
- 5) Dukungan yang Berbeda. Pemerintah dan pemangku kepentingan perlu menyadari bahwa dukungan yang sama untuk kedua gender mungkin tidak efektif. Program yang bertujuan meningkatkan skala usaha dan akses modal besar mungkin lebih cocok untuk wirausaha laki-laki, sementara program yang berfokus pada pelatihan keterampilan, fasilitasi akses pasar yang lebih luas (misalnya e-commerce), dan dukungan untuk keseimbangan hidup mungkin lebih relevan bagi wirausaha perempuan.

SIMPULAN

Wirausaha/pelaku UMKM di industri kreatif Kota Samarinda didominasi oleh perempuan (sekitar 54,7%) dan sebagian besar berada dalam usia produktif (25-45 tahun). Terdapat variasi latar belakang pendidikan, dengan mayoritas memiliki pendidikan menengah hingga perguruan tinggi. Sebagian besar UMKM bergerak di subsektor kuliner dan fesyen. Terdapat perbedaan signifikan antara wirausaha laki-laki dan perempuan pada beberapa variabel kunci, yakni:

- 1) Usia: Wirausaha laki-laki cenderung sedikit lebih tua saat memulai atau dalam menjalankan usaha mereka.
- 2) Pendidikan: Wirausaha laki-laki secara rata-rata memiliki tingkat pendidikan formal yang sedikit lebih tinggi.
- 3) Frekuensi Pelatihan: Wirausaha perempuan menunjukkan proaktivitas yang lebih tinggi dalam mengikuti berbagai pelatihan.
- 4) Skala Usaha & Jumlah Tenaga Kerja: Wirausaha laki-laki umumnya mengelola usaha dengan skala yang lebih besar dan mempekerjakan jumlah tenaga kerja yang lebih banyak.
- 5) Omset Usaha: Sejalan dengan skala usaha dan jumlah tenaga kerja, omset bulanan usaha yang dikelola wirausaha laki-laki cenderung lebih tinggi.
- 6) Lama Usaha: Tidak ada perbedaan signifikan dalam ketahanan usaha antara kedua gender.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel seperti skala usaha, jumlah tenaga kerja, dan omset usaha memiliki hubungan yang kuat dengan kinerja usaha, di mana variabel-variabel ini cenderung lebih tinggi pada wirausaha laki-laki. Di sisi lain, frekuensi pelatihan yang lebih tinggi

pada wirausaha perempuan mengindikasikan bahwa peningkatan kompetensi melalui pelatihan adalah faktor penting yang berkontribusi pada kinerja mereka, meskipun mungkin dalam skala yang berbeda.

Kutipan dan Referensi

- Abubakar, R. (2021). Pengantar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: SUKA Press UIN Sunan Kalijaga.
- Anggadwita, G., & Dhewanto, W. (2016). The influence of Personal Attitude and Social Perception on Women Entrepreneurial Intentions in Micro and Small Enterprises in Indonesia. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business* , 131-148.
- Audretsch, D. B. (2007). Entrepreneurship Capital and Economic Growth. *Oxford Review of Economic Policy*, 63-78.
- Bendassolli, P. F., & et al, e. (2009). Creative Industries: Definition, Limits and Possibilities. *Revista de Administração de Empresas*, 10-18.
- Cantillon, R. (1775). *Essai sur la nature du commerce en général*. Paris: Fetcher Gylar.
- Carree, M., & Thurik, R. (2005). Understanding the Role of Entrepreneurship for Economic Growth #1005. *Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy*: Max Plank Institute, 1-11.
- Chang, W. J., & Wyszomirski, M. (2015). What is Arts Entrepreneurship? Tracking the Development of It's Definition in Scholarly Journals. *Artivate*, 33-51.
- Cole, A. (1968). Meso-economics: A Contribution from Entrepreneurial History. *Explorations in Economic History*. ProQuest, 3-33.
- Dah, A., & Fakih, A. (2016). Decomposing Gender Wage Differentials Using Quantile Regression: Evidence from the Lebanese Banking Sector. *International Advances in Economic Research*, 171-185.
- Damayanti, M., & Latifah. (2015). Strategi Kota Pekalongan Dalam Pengembangan Wisata Kreatif Berbasis Industri Batik. *Jurnal Pengembangan Kota; Undip*, 100-111.
- Diandra, D., & Azmy, A. (2020). Understanding Definition of Entrepreneurship. *IJMAE: International Journal of Management, Accounting and Economics* , 301-306.
- Drucker, P. F. (1985). Entrepreneurial Strategies. *California Management Review*, 9-20.
- Hayati, F. A., & Arini, R. E. (2023). Exploring the Challenges and Opportunities Faced by Women Entrepreneurs in Sukabumi District: A Qualitative Study. *West Science Interdisciplinary Studies*, 220-229.
- Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (1989). Entrepreneurship: Starting. Developing and Managing a New Enterprise, 9-20.
- Kaplan, A. G. (1987). Reflections on Gender and Psychotherapy. *Women & Therapy*, 11-24.
- Kaufman, M. R., Eschliman, E. L., & Karver, T. S. (2023, August 17). Differentiating Sex and Gender in Health Research to Achieve Gender Equity. *From Bulletin of WHO*: <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC10523819/>
- Kirkwood, J. (2009). Motivational Factors in a Push-Pull Theory of Entrepreneurship. *Gender in Management: An International Journal* , 346-364.
- Kirzner, I. M. (2015). *Competition and entrepreneurship*. Chicago Press.: University of Chicago press.
- Kleinrichert, D., & et al, e. (2013). The effect of a business and society course on business student attitudes toward corporate social responsibility. *Journal of Education for Business*, 230-237.

- Mazure, C. M. (2021, September 19). What Do We Mean By Sex and Gender? From Yale School of Medicine: <https://medicine.yale.edu/news-article/what-do-we-mean-by-sex-and-gender/>
- Muhtar, Y. (2002). Pendidikan Berperspektif Keadilan Gender. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional (Depdiknas).
- Nugroho, B. A. (2019). Identifikasi Dan Pola Pengembangan Industri Kreatif di Kota Samarinda. Jurnal Riset Inossa, 76-90.
- PBB. (2024, February 20). Facts and Figures: Economic Empowerment. From UN Women: <https://www.unwomen.org/en/what-we-do/economic-empowerment/facts-and-figures>
- Pusparisa, Y. D., & Saputra, F. L. (2024, March 12). Creative Economy, New Source of Growth for Advanced Indonesia. From Kompas: <https://www.kompas.id/baca/english/2024/03/07/en-ekonomi-kreatif-lokomotif-indonesia-maju>
- Ratna, Purnomo, Y. J., & Sutrisno. (2024). The Role of Innovation and Creativity in Business Mamangement to Enhance SME Economy in The Creative Industry. IFI-JEB: Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business , 858-871.
- Reyes, C., & Neergaard, H. (2023). Feminist Perspectives on Gender and Technology Entrepreneurship in Incubator Settings. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 64-93.
- Robb, A., & Watson, J. (2010). Comparing the Performance of Female and Male Controlled SMEs: Evidence from The United States and Australia. Frontiers of Entrepreneurship Research, 1-12.
- Roshchynskaya, A. S. (2010). Defining the Category of Gender: Literature Review. Minsk: Belorussian State University.
- Rusu, S., Isac, F., Cureteanu, R., & Csorba, L. (2012). Entrepreneurship and entrepreneur: A review of literature concepts. African Journal of Business Management, 3570.
- Sekolahan.co.id. (2024, October 31). Ekonomi Kreatif : Pengertian, Ciri, Manfaat, Jenis dan Contoh Sektor Ekonomi Kreatif Lengkap. From Sekolah.co.id: <https://www.sekolahan.co.id/ekonomi-kreatif/>
- Suwala, L. (2015). Cultural Entrepreneurship. The Sage Encyclopedia of Economics and Society. Thousand Oaks: Sage, 2015. 513-515., 513-515.
- Thornton, M. (2020). Turning The Word Upside Down: How Cantillon Redefined The Entrepreneur. Quarterly Journal of Austrian Economics, 265-280.
- Tobing, L., & Shihab, S. (2024, April 2). Empowering Indonesian women entrepreneurs for a stronger society. From The Jakarta Post: <https://www.thejakartapost.com/business/2024/04/02/empowering-indonesian-women-entrepreneurs-for-a-stronger-society.html>
- Ucbasaran, D., Wright, M., & Westhead, P. (2003). A Longitudinal Study of Habitual Entrepreneurs: Starters and Acquirers. Entrepreneurship & Regional Development, 207-228.
- UNCTAD. (2010). Trade and Development Report. Geneva: United Nation.
- Wahyudi, A. S., Yulivan, I., & Rahman, A. (2024). The Role of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Supporting Indonesia's Economic Resilience. Jurnal Pertahanan: Unhan RI, 297-307.

- Wulansari, K., & et al. (2024). Readiness to Adopt QRIS Among MSMEs in Samarinda. ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen), 72-84.
- Zainudin, N. Z., & Yusof, Y. M. (2018). Gender Comparisons on the Cyber-Counseling and Face-to-Face Counseling Approaches. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 242-251.
- Ziemnowicz, C. (2020). Joseph A. Schumpeter and Innovation. In Encyclopedia of Creativity, Invention, Innovation and Entrepreneurship. In: Carayannis, E.G. (eds). Cham: Springer.

