

Peran Kepemimpinan Perempuan di Era Digital dalam Membangun Usaha Mikro, Kecil dan Menengah pada Industri Kuliner

Vincentia Indah Puspita Sari¹, Margareta Ernanda Rahardani²

Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Pignatelli Triputra

Co-author: vincentiaindah27@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kepemimpinan perempuan terhadap daya saing UMKM sektor kuliner. Manfaat penelitian ini memberikan kontribusi akademik dan rekomendasi praktis bagi penguatan UMKM. Kebaruan penelitian terletak pada pengujian spesifik dimensi kepemimpinan perempuan dalam konteks UMKM kuliner. Sampel penelitian berjumlah 55 UMKM yang dipimpin perempuan, dengan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS versi 29 melalui uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa visi strategis, kompetensi manajemen operasional, dan pengalaman langsung berpengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM.

Kata Kunci: Kepemimpinan perempuan, UMKM, Industri kuliner

Article history

Received: Januari 2026

Reviewed: Januari 2026

Published: Januari 2026

Plagiarism checker no 80

Doi : prefix doi :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Di Indonesia Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi penting dalam perekonomian nasional, terutama pada Produk Domestik Bruto (PDB). Berdasarkan data terbaru yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2024 mencapai lebih dari 65,5 juta unit usaha UMKM tersebar di berbagai sektor seperti rumah makan, industri pengolahan, pertanian, perkebunan, perikanan, pertambangan, bangunan, persewaan, dan jasa. Dari total tersebut, 64% di antaranya dikelola oleh perempuan, namun sayangnya jumlah tersebut masih tergolong pada usaha mikro. Data yang

dirilis oleh Dinas Koperasi dan UKM (Diskopukm) Kota Yogyakarta pada bulan Januari 2025 memiliki jumlah UMKM 345.980 unit usaha. Komposisi terbesar dari jumlah tersebut terdapat pada usaha mikro yaitu sebanyak 327.774. Partisipasi perempuan dalam UMKM merupakan komponen potensial untuk memperkuat perekonomian, baik di tingkat lokal maupun nasional, karena memberikan sejumlah manfaat yang signifikan (Fauzia & Hasanah, 2023). Perempuan seringkali menjadi tulang punggung keluarga dan memiliki peran strategis dalam kegiatan ekonomi.

Untuk meningkatkan daya saing pengusaha perempuan UMKM, pemangku kepentingan seperti pembuat kebijakan dan pemerintah berupaya memainkan peran krusial dalam mendukung dan memperkuat ekosistem kewirausahaan perempuan (Rusydiana & Izza, 2022), salah satunya yang dilakukan di Kota Yogyakarta. Kota Yogyakarta dikenal sebagai kota budaya dan kekayaan kulinernya yang menjadi daya tarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Industri kuliner di Yogyakarta tidak hanya menjadi identitas kota, tetapi lebih dari itu yaitu dapat memberikan kontribusi bagi pendapatan daerah. Di Yogyakarta pada tahun 2023 tercatat 32.917 UMKM di bidang kuliner. Menariknya, sektor UMKM kuliner di Yogyakarta juga diwarnai oleh partisipasi aktif perempuan sebagai pemilik dan pengelola usaha. Hasil penelitian Yuni Maimuna et al. (2022) kemandirian yang dimiliki oleh para perempuan ini sangat luar biasa, terutama terhadap pengembangan UMKM.

UMKM yang dipimpin perempuan memiliki peran penting yaitu dapat membantu perekonomian keluarga bahkan membantu perekonomian nasional (Juwairiyah et al., 2022). Perempuan memanfaatkan pengetahuan mereka di berbagai bidang seperti kerajinan tradisional, kuliner, dan ekowisata, para pengusaha perempuan tidak hanya berkontribusi pada kesejahteraan finansial keluarga mereka, tetapi juga pada pelestarian budaya dan pembangunan berkelanjutan di komunitas mereka (Visiana, 2025). Namun sayangnya, hingga kini terdapat beberapa pandangan mengenai perempuan yang dianggap belum setara dengan pria dan menyebabkan beberapa diantaranya menjadi kesulitan untuk mendapatkan posisi tertentu. Pengangkatan perempuan ke posisi kepemimpinan puncak masih rendah karena berbagai alasan. UMKM yang dimiliki oleh perempuan masih sulit untuk dikembangkan, bahkan untuk naik ke tingkat yang lebih tinggi. Perempuan yang mengelola UMKM menghadapi lebih banyak kesulitan dibandingkan dengan laki-laki, yang membuat mereka enggan untuk memperluas usaha mereka (Susanti et al., 2023).

Wirausaha perempuan menghadapi berbagai hambatan, seperti akses terbatas terhadap pembiayaan, kurangnya pelatihan untuk meningkatkan keterampilan teknis, kurangnya pengetahuan tentang sumber pendanaan dan dukungan teknis, persaingan pasar yang ketat, marginalisasi perempuan, dan kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran (Rudhumbu, 2020). Berbagai peran perempuan dalam UMKM yang belum maksimal karena sebagian besar masih berupa usaha mikro menimbulkan beberapa rumusan masalah diantaranya adalah bagaimana peran perempuan sebagai pemimpin di era digital dalam mengembangkan UMKM kuliner di kota Yogyakarta. Urgensi penelitian ini terletak pada tiga aspek utama yaitu kontribusi signifikan UMKM dan potensi perempuan sebagai pemimpin yang belum optimal serta potensi sektor kuliner Yogyakarta yang cukup tinggi dan memiliki peluang untuk dikembangkan. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kepemimpinan perempuan yang berkontribusi terhadap daya saing dan kinerja UMKM. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengkaji secara spesifik peran kepemimpinan perempuan pada UMKM sektor kuliner di Kota Yogyakarta dalam konteks era digital.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu metode penelitian yang menekankan pada pengujian hipotesis melalui pengukuran variabel secara numerik dan analisis statistik. Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menjelaskan hubungan dan pengaruh antarvariabel secara objektif, sistematis, serta dapat diuji secara empiris (Sugiyono, 2013). Daya saing UMKM dianggap sebagai variabel dependen dalam penelitian ini, sedangkan kepemimpinan perempuan yang dioperasionalkan melalui berbagai dimensi kompetensi sebagai variabel independen.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden secara online, yaitu dalam hal ini adalah perempuan sebagai pemilik atau pemimpin di UMKM. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Ini berarti mengambil sampel berdasarkan pertimbangan dan standar yang relevan dengan tujuan penelitian. Setelah kuesioner dibagikan, 55 di antaranya dinyatakan layak dan dapat diolah. Selanjutnya, data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan SPSS versi 29. Uji kualitas data dan statistik inferensial digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. SPSS membantu pengolahan data yang sistematis, akurat, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Ghozali, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
Visi Strategis	SV1	0.915	0.256	Valid
	SV2	0.902	0.256	Valid
	SV3	0.872	0.256	Valid
	SV4	0.851	0.256	Valid
	SV5	0.761	0.256	Valid
	SV6	0.937	0.256	Valid
Kompetensi Manajemen Operasional	OM1	0.914	0.256	Valid
	OM2	0.912	0.256	Valid
	OM3	0.873	0.256	Valid
	OM4	0.872	0.256	Valid
	OM5	0.836	0.256	Valid
	OM6	0.864	0.256	Valid
	OM7	0.88	0.256	Valid
	OM8	0.899	0.256	Valid
	OM9	0.85	0.256	Valid
	OM10	0.864	0.256	Valid
Pengetahuan Profesional	PK1	0.865	0.256	Valid
	PK2	0.908	0.256	Valid
	PK3	0.802	0.256	Valid
	PK4	0.752	0.256	Valid
	PK5	0.878	0.256	Valid
Pengalaman Langsung	HE1	0.937	0.256	Valid
	HE2	0.932	0.256	Valid
	HE3	0.854	0.256	Valid
Kemampuan Membangun Hubungan	RB1	0.898	0.256	Valid
	RB2	0.714	0.256	Valid
	RB3	0.848	0.256	Valid
	RB4	0.845	0.256	Valid
	RB5	0.714	0.256	Valid
Daya Saing UMKM	DU1	0.927	0.256	Valid
	DU2	0.830	0.256	Valid
	DU3	0.852	0.256	Valid
	DU4	0.830	0.256	Valid
	DU5	0.857	0.256	Valid
	DU6	0.865	0.256	Valid
	DU7	0.945	0.256	Valid
	DU8	0.524	0.256	Valid
	DU9	0.829	0.256	Valid
	DU10	0.885	0.256	Valid
	DU11	0.821	0.256	Valid
	DU12	0.849	0.256	Valid

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel hasil uji validitas diatas dapat diketahui jika semua indikator memiliki nilai r hitung $>$ r tabel, sehingga dapat dikatakan bahwa semua indikator valid.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standar	Keterangan
Visi Strategis	0.935	0.60	Reliabel
Kompetensi Manajemen Operasional	0.966	0.60	Reliabel
Pengetahuan Profesional	0.870	0.60	Reliabel
Pengalaman Langsung	0.893	0.60	Reliabel

Kemampuan Membangun Hubungan	0.855	0.60	Reliabel
Daya Saing UMKM	0.962	0.60	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Pada tabel di atas menunjukkan jika nilai *cronbach alpha* pada masing masing variabel adalah lebih besar dari 0.60 maka hasil tersebut menunjukkan jika semua variabel sudah reliabel.

Table 3. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.11660166
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.072
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel 3 Uji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah $0.200 > 0.05$ maka hasil tersebut menunjukkan jika data sudah berdistribusi normal.

Tabel 4. Uji Multiolinaritas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Visi Strategis	.106	9.392
	Kompetensi Manajemen Operasional	.125	7.968
	Pengetahuan Profesional	.135	7.399
	Pengalaman Langsung	.103	9.722
	Kemampuan Membangun Hubungan	.151	6.619

a. Dependent Variable: Daya Saing UMKM

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4, diketahui bahwa pada tabel “*Tolerance*” pada kelima variabel yaitu visi strategis, kompetensi manajemen operasional, pengetahuan profesional, pengalaman langsung dan kemampuan membangun hubungan menunjukkan nilai $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikoleniaritas.

Tabel 5. Uji Heterokedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.823	2.120		1.804	.077
	Visi Strategis	-.067	.154	-.183	-.436	.664
	Kompetensi Manajemen	-.118	.089	-.509	-1.314	.195

Operasional					
Pengetahuan Profesional	.026	.153	.064	.170	.865
Pengalaman Langsung	.290	.319	.389	.910	.367
Kemampuan Membangun Hubungan	.018	.215	.029	.083	.934

a. Dependent Variable: resabs

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel 5, diketahui bahwa pada tabel “*Coefficients*” pada kelima variabel, visi strategis, kompetensi manajemen operasional, pengetahuan profesional, pengalaman langsung dan kemampuan membangun hubungan hasil nilai signifikansi $> 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 6. Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.868	2.358		2.064	.044
	Visi Strategis	.435	.171	.251	2.537	.014
	Kompetensi Manajemen Operasional	.250	.100	.228	2.507	.016
	Pengetahuan Profesional	.005	.170	.003	.029	.977
	Pengalaman Langsung	1.636	.355	.464	4.614	.000
	Kemampuan Membangun Hubungan	.172	.239	.060	.719	.476

a. Dependent Variable: Daya Saing UMKM

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui hasil persamaan regresi linier berganda yaitu $Y = 4.868 + 0.435X_1 + 0.250X_2 + 0.005X_3 + 1.636X_4 + 0.172X_5$

Dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Nilai konstanta

Nilai konstanta sebesar 4,868 menunjukkan bahwa apabila variabel visi strategis, kompetensi manajemen operasional, pengetahuan profesional, pengalaman langsung, dan kemampuan membangun hubungan bernilai nol, artinya daya saing UMKM memiliki nilai positif.

b. Visi Strategis (X1)

Nilai koefisien regresi visi strategis sebesar 0,435 dan bernilai positif, dengan tingkat signifikansi $0,014 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa visi strategis yang dimiliki pemimpin perempuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM. Artinya, semakin baik visi strategis pemimpin perempuan, maka daya saing UMKM akan semakin meningkat.

c. Kompetensi Manajemen Operasional (X2)

Nilai koefisien regresi kompetensi manajemen operasional sebesar 0,250 dengan nilai signifikansi $0,016 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa kompetensi manajemen operasional

yang dimiliki pemimpin perempuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM. Dengan demikian, kemampuan mengelola operasional usaha secara efektif dapat meningkatkan daya saing UMKM.

d. Pengetahuan Profesional (X3)

Nilai koefisien regresi pengetahuan profesional sebesar 0,005 dengan nilai signifikansi 0,977 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan profesional yang dimiliki pemimpin perempuan tidak berpengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM. Dengan kata lain, peningkatan pengetahuan profesional belum tentu diikuti dengan peningkatan daya saing UMKM.

e. Pengalaman Langsung (X4)

Nilai koefisien regresi pengalaman langsung sebesar 1,636 dan bernilai positif, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa pengalaman langsung yang dimiliki pemimpin perempuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM. Artinya, semakin tinggi pengalaman langsung dalam menjalankan usaha, maka daya saing UMKM akan semakin meningkat.

f. Kemampuan Membangun Hubungan

Nilai koefisien regresi kemampuan membangun hubungan sebesar 0,172 dengan nilai signifikansi $0,476 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan membangun hubungan yang dimiliki pemimpin perempuan tidak berpengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM

Tabel 7. Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.974 ^a	.949	.944	2.22197

Sumber: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel 7, menunjukkan nilai “*adjusted R square*” (R^2) sebesar 0,944. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan variabel daya saing UMKM (Y) sebesar 94,4% visi strategis (X1), *kompetensi* manajemen operasional (X2), pengetahuan profesional (X3), pengalaman langsung (X4) dan kemampuan membangun hubungan (X5). Sedangkan sisanya sebesar $100\% - 94,4\% = 5,6\%$ dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Tabel 8. Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.868	2.358		2.064	.044
	Visi Strategis	.435	.171	.251	2.537	.014
	Kompetensi Manajemen	.250	.100	.228	2.507	.016

Operasional						
Pengetahuan Profesional	.005	.170	.003	.029	.977	
Pengalaman Langsung	1.636	.355	.464	4.614	.000	
Kemampuan Membangun Hubungan	.172	.239	.060	.719	.476	

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui besar dari pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu

1. Visi Strategis terhadap Daya Saing UMKM

Nilai t hitung variabel visi strategis sebesar $2,537 > t$ tabel $2,009$ dengan tingkat signifikansi $0,014 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa visi strategis berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) diterima.

2. Kompetensi Manajemen Operasional terhadap Daya Saing UMKM

Nilai t hitung variabel kompetensi manajemen operasional sebesar $2,507 > t$ tabel $2,009$ dengan nilai signifikansi $0,016 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kompetensi manajemen operasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM. Oleh karena itu, hipotesis kedua (H2) diterima.

3. Pengetahuan Profesional terhadap Daya Saing UMKM

Nilai t hitung variabel pengetahuan profesional sebesar $0,029 < t$ tabel $2,009$ dengan nilai signifikansi $0,977 > 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa pengetahuan profesional tidak berpengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) ditolak.

4. Pengalaman Langsung terhadap Daya Saing UMKM

Nilai t hitung variabel pengalaman langsung sebesar $4,614 > t$ tabel $2,009$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM. Oleh karena itu, hipotesis keempat (H4) diterima.

5. Kemampuan Membangun Hubungan terhadap Daya Saing UMKM

Nilai t hitung variabel kemampuan membangun hubungan sebesar $0,719 > t$ tabel $2,009$ dengan nilai signifikansi $0,476 > 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan membangun hubungan tidak berpengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM. Dengan demikian, hipotesis kelima (H5) ditolak.

Tabel 9. Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4494.189	5	898.838	182.056	.000 ^b
	Residual	241.920	49	4.937		
	Total	4736.109	54			

Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 9, dapat diketahui hasil analisis regresi linier dapat disimpulkan uji hipotesis *sebagai* berikut:

1. Nilai sig. variabel X simultan (0,000) < standart nilai sig. (0,05). Sehingga variabel visi strategis (X1), kompetensi manajemen operasional (X2), pengetahuan profesional (X3), pengalaman langsung (X4) dan kemampuan membangun hubungan (X5) berpengaruh secara simultan terhadap variabel daya saing UMKM (Y).
2. Nilai F hitung (182.056) > nilai F tabel (2,450). Sehingga variabel visi strategis (X1), kompetensi manajemen operasional (X2), pengetahuan profesional (X3), pengalaman langsung (X4) dan kemampuan membangun hubungan (X5) berpengaruh secara simultan terhadap variabel daya saing UMKM (Y).

Pembahasan

1. Pengaruh Visi Strategis pada Kepemimpinan Perempuan (X1) terhadap Daya Saing UMKM (Y)
Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa visi strategis pada kepemimpinan perempuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM. Hal ini dibuktikan oleh nilai t hitung sebesar 2,537 yang lebih besar dari t tabel 2,009 serta nilai signifikansi $0,014 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa visi strategis pada kepemimpinan perempuan berpengaruh terhadap daya saing UMKM dapat diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa pemimpin perempuan UMKM yang memiliki visi strategis yang jelas, mudah dipahami, dan mampu berkomunikasi dengan baik dengan semua anggota organisasi cenderung memiliki kemampuan untuk meningkatkan daya saing usahanya. Penelitian yang dilakukan oleh Anugrah & Wetan (2017) menemukan bahwa terdapat hubungan positif antara kepemimpinan strategis, termasuk dimensi visi dengan strategi bersaing di UKM café dan restoran. Selain itu hasil penelitian Rosadi (2024) menunjukkan bahwa kepemimpinan perempuan yang memiliki orientasi strategis yang kuat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja serta daya saing UMKM, khususnya pada UMKM berbasis syariah. Penelitian ini menemukan bahwa visi strategis pemimpin perempuan tidak hanya berdampak langsung pada kinerja UMKM, tetapi juga berperan penting dalam mendorong inovasi.

2. Pengaruh Kompetensi Manajemen Operasional pada Kepemimpinan Perempuan (X2) terhadap Daya Saing UMKM (Y)

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa kompetensi manajemen operasional pada kepemimpinan perempuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM. Hal ini dibuktikan oleh nilai t hitung sebesar 2,507 yang lebih besar dari t tabel 2,009 serta nilai signifikansi $0,016 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa kompetensi manajemen operasional pada kepemimpinan perempuan berpengaruh terhadap daya saing UMKM dapat diterima. Manajemen operasional merupakan upaya manajemen yang ideal dalam pemanfaatan berbagai aset di dalam perusahaan, yang meliputi tenaga kerja, peralatan, perangkat keras, bahan baku, dan sebagainya, dalam proses mengubah aset menjadi barang atau jasa. Penelitian yang dilakukan oleh Prajawati et al. (2024) juga menemukan hasil bahwa dimensi kepemimpinan perempuan salah satunya kompetensi manajemen operasional berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM.

3. Pengaruh Pengetahuan Profesional pada Kepemimpinan Perempuan (X3) terhadap Daya Saing UMKM (Y)

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa pengetahuan profesional pada kepemimpinan perempuan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap daya saing UMKM. Hal ini dibuktikan oleh nilai t hitung sebesar 0,029 yang lebih kecil dari t tabel 2,009 serta nilai signifikansi $0,977 > 0,05$. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa pengetahuan profesional pada kepemimpinan perempuan berpengaruh terhadap daya saing UMKM ditolak. Hal ini sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh (Su & Subhan, 2025) yaitu kompetensi praktis yang meliputi kemampuan analisis cepat dan sikap kerja memiliki pengaruh signifikan terhadap efektivitas pengambilan keputusan harian. Pengetahuan formal hanya menjadi pendukung, namun eksekusi praktislah yang menentukan daya saing di pasar yang ketat. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Aisyah et al., 2023) yaitu bahwa banyak UMKM yang memiliki pengetahuan secara teori namun mengalami stagnasi karena gagal dalam praktik operasional harian. Hal ini membuktikan bahwa tidak cukup bagi seorang pemimpin hanya mempunyai pengetahuan, namun tidak mahir dalam praktiknya.

4. Pengaruh Pengalaman Langsung pada Kepemimpinan Perempuan (X4) terhadap Daya Saing UMKM (Y)

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa pengalaman langsung pada kepemimpinan perempuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM. Hal ini dibuktikan oleh nilai t hitung sebesar 4,614 yang lebih besar dari t tabel 2,009 serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis keempat (H_4) yang menyatakan bahwa pengalaman langsung pada kepemimpinan perempuan berpengaruh terhadap daya saing UMKM dapat diterima. Temuan ini sejalan dengan argumen sebelumnya bahwa dalam dunia UMKM, kemampuan praktis dan pengalaman lapangan jauh lebih mendominasi penentuan kesuksesan dibandingkan latar belakang pendidikan formal semata. Pengalaman langsung pada kepemimpinan perempuan menciptakan *human capital* yang bersifat unik, sulit ditiru oleh pesaing, dan sangat adaptif terhadap perubahan pasar yang dinamis. Selain itu juga didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Terjesen & Amoros (2010) menemukan bahwa pengalaman langsung bagi wirausaha perempuan membantu mereka mengembangkan intuisi pasar dan manajemen risiko yang lebih baik, yang secara langsung meningkatkan performa bisnis. Penelitian terbaru juga mencatat bahwa bagi banyak pelaku UMKM di Indonesia, pengalaman "*learning by doing*" sering kali menjadi faktor penentu keberhasilan yang lebih besar dibandingkan ijazah formal karena keterbatasan akses pendidikan di masa lalu (Tambunan, 2017).

5. Pengaruh Kemampuan Membangun Hubungan pada Kepemimpinan Perempuan (X_5) terhadap Daya Saing UMKM (Y)

Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa kemampuan membangun hubungan pada kepemimpinan perempuan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap daya saing UMKM. Hal ini dibuktikan oleh nilai t hitung sebesar 0,719 yang lebih kecil dari t tabel 2,009 serta nilai signifikansi $0,476 > 0,05$. Dengan demikian, hipotesis kelima (H_5) yang menyatakan bahwa kemampuan membangun hubungan pada kepemimpinan perempuan berpengaruh terhadap daya saing UMKM ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun kemampuan menjalin hubungan dengan pelanggan, karyawan, maupun mitra usaha merupakan karakteristik penting dalam kepemimpinan perempuan, kompetensi tersebut belum secara langsung meningkatkan daya saing UMKM. Menurut perspektif *Resource Based View* (Barney 1991), suatu sumber daya hanya akan menghasilkan keunggulan kompetitif apabila bersifat bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak mudah tergantikan. *Relationship building* pada UMKM, khususnya yang bersifat informal dan personal, sering kali belum memenuhi kriteria tersebut.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan perempuan merupakan sumber daya tidak berwujud yang strategis dan berkontribusi signifikan terhadap daya saing UMKM, meskipun tidak seluruh dimensi kompetensi kepemimpinan memberikan pengaruh yang sama kuat. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, terdapat tiga hipotesis yang diterima, yaitu visi strategis (H1), kompetensi manajemen operasional (H2), dan pengalaman langsung (H4) yang terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya saing UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa pemimpin perempuan yang memiliki arah usaha yang jelas, kemampuan mengelola operasional secara efektif, serta pengalaman lapangan yang memadai cenderung lebih mampu meningkatkan efisiensi usaha, kualitas produk, dan posisi bersaing UMKM di pasar.

Di antara ketiga variabel tersebut, pengalaman langsung merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi daya saing UMKM. Hal ini menegaskan bahwa dalam konteks UMKM, khususnya sektor kuliner, kemampuan praktis dan proses learning by doing lebih menentukan keberhasilan usaha dibandingkan penguasaan pengetahuan teoritis semata. Pengalaman langsung membentuk human capital yang adaptif, kontekstual, dan sulit ditiru oleh pesaing, sehingga selaras dengan prinsip keunggulan kompetitif berkelanjutan dalam perspektif RBV. Secara simultan, seluruh variabel kepemimpinan perempuan yang diteliti berpengaruh signifikan terhadap daya saing UMKM. Hal ini menunjukkan bahwa kepemimpinan perempuan tetap memiliki peran strategis dalam membangun keunggulan bersaing UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Adler, P. S., & Kwon, S. (2002). SOCIAL CAPITAL : PROSPECTS FOR A NEW CONCEPT University of Southern California. 27(1), 17-40.
- Aisyah, E. N., Prajawati, M. I., & Setiani, . (2023). Measuring Female Leadership Competencies of SMEs. Asian Journal of Economics, Business and Accounting, 23(9), 39-47. <https://doi.org/10.9734/ajeba/2023/v23i9962>
- Anugrah, I. W., & Wetan, K. B. (2017). Pengaruh Kepemimpinan Strategik Terhadap Strategi Bersaing UKM Café dan Restoran. Jurnal Riset Bisnis & Investasi, 3(3), 78-88.
- Ariasih, M. P., Endrawan, K., Putra, S., & Nengah, I. (2024). Entrepreneurial Leadership Impact on MSME Women ' s Business Performance In Denpasar City. 29(01), 60-77.
- Awalia, R., Syarief, R., & Haryati, T. (2025). STRATEGIES FOR DEVELOPING WOMEN ' S ENTREPRENEURSHIP IN THE MSMEs SECTOR : A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW. 11(1), 226-237.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. Journal of Management, 17(1), 99-120.
- Colombo, M. G., & Grilli, L. (2005). Founders ' human capital and the growth of new

- technology-based firms : A competence-based view. 34, 795-816. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2005.03.010>
- Cong, L. C., & Hai., V. H. (2015). The influence of leaders on the competitiveness of the enterprises - the case of accommodation business in Nha Trang. *Journal of Trade Science*, 82-93. <https://doi.org/10.1108/JED-06-2020-0080>
- Cong, Le Chi, Thu, D. A., & Thao, V. T. (2021). The competitiveness of small and medium enterprises in the tourism sector: the role of leadership competencies. *Journal of Economics and Development*, 23(3), 299-316. <https://doi.org/10.1108/JED-06-2020-0080>
- David, I., Adubisi, O., Farouk, B., & Adehi, M. (2020). ASSESSING MSMEs GROWTH THROUGH ROSCA INVOLVEMENT USING PAIRED t-TEST AND ONE SAMPLE PROPORTION TEST. 9(2), 30-42.
- Goldberg, A. I., Cohen, G., & Fiegenbaum, A. (2003). Reputation Building : Small Business Strategies for Successful Venture Development *. 41(2), 168-186.
- Juwairiyah, I., Andrianto, M., & Syafitri, R. (2022). Peran Perempuan dalam Membangun UMKM di Kota Tanjungpinang. *Jurnal Humaya: Jurnal Hukum, Humaniora, Masyarakat, Dan Budaya*, 2(2), 150-160. <https://doi.org/10.33830/humayafhisip.v2i2.3838>
- Man, T. W. Y., Lau, T., & Chan, K. F. (2002). The competitiveness of small and medium enterprises A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies \$. 17(June 1998), 123-142.
- Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2010). Entrepreneurial competencies : a literature review and development agenda. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 16(December), 2. <https://doi.org/10.1108/13552551011026995>
- Octavia, A., Zulfanetti, Z., Sriyudha, Y., & Heriberta, H. (2022). WOMEN ' S ENTREPRENEURSHIP AND IMPLEMENTATION OF MARKET ORIENTATION MODEL TO IMPROVE BUSINESS. 3(2), 221-232.
- Prajawati, M. I., Aisyah, E. N., & Setiani. (2024). THE INFLUENCE OF DIMENSIONS FEMALE LEADERSHIP COMPETENCIES TO SMEs PERFORMANCE. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 10(3), 606-616.
- Pratono, A. H., Darmasetiawan, N. K., Yudiarso, A., & Jeong, B. G. (2019). Achieving sustainable competitive advantage through green entrepreneurial orientation and The role of inter-organizational learning. <https://doi.org/10.1108/BL-10-2018-0045>
- Rosadi, F. B. (2024). Analysis of the Influence of Brand Image , Product Quality , and Price on Consumer Purchase Interest. 85-94. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i1.2392>
- Rudhumbu, N. (2020). Challenges and opportunities for women entrepreneurs in Botswana : revisiting the role of entrepreneurship education. <https://doi.org/10.1108/JIEB-12-2019-0058>
- Shanmuganathan, K., & Shanmugathas, S. (2021). Factors Determining Social Media Marketing Adoption of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the Northern Province, Sri Lanka. *Journal of Management*, 12(01), 117-145.
- Siwiyanti, L., Furqon, C., Hendrayati, H., & Marimon, F. (2025). Women ' s entrepreneurial leadership on culinary micro small medium enterprises success : The mediating role of absorptive capacity. 15(2), 250-268.
- Su, A., & Subhan, S. (2025). Pengaruh Kompetensi SDM dan Kualitas Informasi Keuangan Terhadap Kinerja UMKM dengan Pengambilan Keputusan sebagai Pemediasi. 3(3), 805-819.
- Sugangga, A., Handayati, P., & Arief, M. (2023). Measuring The Contribution Of Financial Literacy In Building The Competitive Advantage Of Msmes In Indonesia : Systematic

Literature Review (SLR). 2019.

- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D. Alfabeta.
- Supriyanto, A., Chikmah, I. F., Salma, K., & Tamara, A. W. (2023). Penjualan Melalui Tiktok Shop dan Shopee: Menguntungkan yang Mana? BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship, 1, 1-16. <https://journal.csspublishing/index.php/business>
- Susanti, E., Mulyanti, R. Y., & Wati, L. N. (2023). MSMEs performance and competitive advantage : Evidence from women ' s MSMEs in Indonesia. Cogent Business & Management, 10(2), 1-26. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2239423>
- Tambunan, T. T. H. (2017). Women Entrepreneurs in MSEs in Indonesia : Their Motivations and Main Constraints. 5(1), 88-100. <https://doi.org/10.15640/ijgws.v5n1p9>
- Terjesen, S., & Amoros, J. E. (2010). Female Entrepreneurship in Latin America and the Caribbean : Characteristics , Drivers and Relationship to Economic Development. European Journal of Development Research, 22, 313-330. <https://doi.org/10.1057/ejdr.2010.13>
- Trinh, V. Q., Thu, H., Pham, T., Pham, T. N., & Nguyen, G. T. (2018). FEMALE LEADERSHIP AND VALUE CREATION : EVIDENCE FROM LONDON STOCK EXCHANGE. 15(2), 248-257. <https://doi.org/10.22495/cocv15i2c1p10>
- Visiana, K. (2025). The Role of Women in Community Economic Empowerment and Tourism through Women ' s Knowledge-Based MSMEs. 6663, 64-74.
- Yuni Maimuna, Diamond Limbong, & Sriayu Pracita. (2022). Meningkatkan Keterlibatan Perempuan Dalam Pengembangan UMKM Berbasis Pengetahuan Khas Perempuan Kota Kendari. Jurnal Ekonomi, 27(3), 399-416. <https://doi.org/10.24912/je.v27i3.1114>