

Perdagangan dan kewirausahaan di Indonesia

**dari perspektif gender dan
pembangunan**



Perdagangan dan kewirausahaan di Indonesia

**dari perspektif gender dan
pembangunan**



**United
Nations**

Jenewa, 2023

© 2023, Perserikatan Bangsa-Bangsa

Karya ini tersedia melalui akses terbuka, dengan mematuhi lisensi Creative Commons yang dibuat untuk organisasi antar pemerintah, di <https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/igo/>.

Temuan, interpretasi dan kesimpulan yang diungkapkan di sini adalah milik penulis dan tidak mencerminkan pandangan Perserikatan Bangsa-Bangsa atau para pejabatnya atau negara-negara anggota.

Penunjukan yang digunakan dan penyajian materi pada peta dalam karya ini tidak menyiratkan ekspresi pendapat apa pun dari pihak Perserikatan Bangsa-Bangsa mengenai status hukum suatu negara, wilayah, kota atau area atau otoritasnya, atau mengenai penetapan batas-batas perbatasannya.

Penyebutan nama perusahaan atau proses berlisensi tidak dapat diartikan sebagai dukungan dari PBB.

Penerjemahan ke dalam Bahasa Indonesia ini didanai oleh Bank Pembangunan Asia (ADB). Teks diterjemahkan oleh Yuliana Tansil. Segala pertanyaan terkait akan ditangani oleh penerjemah yang bertanggung jawab atas keakuratan terjemahan.

Fotokopi dan reproduksi kutipan diperbolehkan dengan pengakuan yang sesuai.

Publikasi PBB yang dikeluarkan oleh Konferensi PBB dalam Perdagangan dan Pembangunan

UNCTAD/DITC/2023/3

eISBN: 978-92-1-358583-2

UCAPAN TERIMA KASIH

Kajian ini merupakan hasil kolaborasi antara Program Perdagangan, Gender dan Pembangunan UNCTAD dan Bank Pembangunan Asia (ADB), di bawah proyek “Mempromosikan Agenda Kesetaraan Gender Transformatif di Asia dan Pasifik: Memajukan Kebijakan Perdagangan yang Responsif Gender di Republik Indonesia”.

Kajian ini dimonitori dan dikoordinasikan oleh Simonetta Zarilli, Ketua Program Perdagangan, Gender dan Pembangunan, UNCTAD. Tim penyusun terdiri dari Nursel Aydiner-Avsar dan Vanika Sharma, pakar perdagangan dan gender dari kalangan akademisi, dan Simonetta Zarrilli. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia berkontribusi dalam laporan ini dengan menyediakan bahan referensi hukum, data, dan saran. Keiko Nowacka, Spesialis Senior Bidang Gender dan Pembangunan ADB, memberikan dukungan substantif selama proses penyusunan dengan memberikan komentar terhadap draf sebelumnya dan memfasilitasi komunikasi, masukan, serta pertukaran pandangan dan informasi dengan para pemangku kepentingan di Indonesia dan ADB. Mariangela Linoci, Economic Affairs Officer, UNCTAD, juga memberikan komentar dan sarannya selama proses penyelesaian kajian.

Kajian ini memberikan dasar bagi kursus daring yang dikembangkan UNCTAD melalui kemitraan dengan ADB dan dengan dukungan finansial dari J.P. Morgan, dan oleh karenanya kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Ornella Baldini bertanggung jawab atas keseluruhan pembuatan format dokumen.



DAFTAR ISI

UCAPAN TERIMA KASIH	III
1. PENDAHULUAN	1
2 PROFIL SOSIAL EKONOMI DAN GENDER INDONESIA	2
2.1. Kerangka peraturan dan kelembagaan tentang kesetaraan gender.....	2
2.2. Ketimpangan gender dalam kehidupan ekonomi dan sosial	4
2.3. Kewirausahaan dan kesetaraan gender	8
3. STRUKTUR PERDAGANGAN INDONESIA.....	12
4. PEREMPUAN PENGUSAHA DAN PEKERJA DI PERDAGANGAN INTERNASIONAL: STUDI KASUS TERPILIH	15
4.1. Pertanian: Sektor kelapa sawit.....	15
4.2. Industri: Sektor pakaian jadi dan furnitur	18
4.3. Jasa: Sektor pariwisata dan ekonomi kreatif serta sektor perbankan	22
4.4. Peluang e-commerce dan perempuan pengusaha	27
5. PETA JALAN PEMBERDAYAAN EKONOMI PEREMPUAN DAN KEWIRAUSAHAAN PEREMPUAN DI INDONESIA MELALUI PERDAGANGAN: REKOMENDASI KEBIJAKANS	31
5.1. Kebijakan perdagangan	31
5.2. Akses terhadap keuangan	35
5.3. Akses ke pasar	38
5.4. Pengembangan keterampilan	41
6. KESIMPULAN DAN KERANGKA IMPLEMENTASI PETA JALAN	44
REFERENSI.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Indonesia: Indikator gender terpilih mengenai akses terhadap sumber daya dan kekuasaan pengambilan keputusan	6
Tabel 2. Indonesia: Indikator perdagangan utama, 2022.....	12
Tabel 3. Indonesia: 10 produk ekspor teratas tahun 2022	13
Tabel 4. Indonesia: Komposisi geografis ekspor dan impor barang dagangan, 1999–2001 dan 2020–2022	14
Tabel 5. Rekomendasi kebijakan dan kerangka implementasi untuk Indonesia	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Indonesia: Pencapaian pendidikan berdasarkan jenis kelamin dan tingkat pendidikan, 2021 (persentase).....	4
Gambar 2. Indonesia: Komposisi lapangan kerja berdasarkan sektor dan jenis kelamin, 2022 (persen).....	7
Gambar 3. Indonesia: Intensitas ketenagakerjaan perempuan berdasarkan sektor, 2022 (persen).....	7
Gambar 4. Indonesia: Komposisi lapangan kerja berdasarkan status pekerjaan dan jenis kelamin, 2022 (persen)	8
Gambar 5. Indonesia: Ekspor barang dagangan menurut kelompok produk, rata-rata tiga tahun, 1999–2001 dan 2020–2022 (besar persen).....	13
Gambar 6. Individu yang menggunakan Internet pada tahun 2021 (persen populasi laki-laki dan perempuan) 28	
Gambar 7. Individu yang menggunakan Internet di Indonesia dan di seluruh dunia berdasarkan tingkat pembangunan, 2005–2022 (persen populasi).....	28
Gambar 8. Individu yang memiliki rekening ponsel dan menerima pembayaran digital, 2021 (persen)	29

DAFTAR KOTAK

Kotak 1. Apa yang memotivasi perempuan dan laki-laki menjadi wirausaha di Indonesia?	9
Kotak 2. Bagaimana dampak pandemi COVID-19 terhadap perempuan dan laki-laki di Indonesia?.....	11
Kotak 3. Better Work Programme di Indonesia	19
Kotak 4. Temuan studi lapangan tentang pengusaha perempuan di sektor pakaian jadi	20
Kotak 5. Partisipasi perempuan dalam sektor wellness di Indonesia	24
Kotak 6. Gender, teknologi, dan pariwisata di Indonesia	25
Kotak 7. Kemitraan Ekonomi Komprehensif Jepang-Inggris.....	33
Kotak 8. Meningkatkan akses pengusaha perempuan terhadap keuangan: Kasus Bangladesh	36
Kotak 9. Instrumen keuangan dan pendidikan keuangan untuk pengusaha perempuan di India	37
Kotak 10. Menjadikan pengadaan publik responsif gender: Kasus ChileCompra	40
Kotak 11. Bagaimana cara untuk lebih mengintegrasikan isu gender ke dalam skema sertifikasi di sektor kelapa sawit Indonesia	41
Kotak 12. Meningkatkan keterampilan digital pengusaha perempuan di Filipina.....	43

1. PENDAHULUAN

Dengan jumlah penduduk sebesar 275.8 juta jiwa pada tahun 2022, Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia setelah China, India, dan Amerika Serikat. Negara ini juga merupakan negara dengan ekonomi terbesar ke-16 di dunia dan anggota Kelompok 20 (G20).¹ Indonesia adalah kelompok pulau terbesar di dunia, dengan 17,001 pulau. Serupa dengan kebanyakan negara Asia, etnisitas berperan penting dalam masyarakat Indonesia. Terdapat 1,340 kelompok etnis yang diakui, dengan kelompok etnis utama adalah Jawa (40 persen populasi), Sunda (15.5 persen), Melayu (3.7 persen), Batak (3.6 persen), dan Madura (3 persen).²

Indonesia merupakan negara dengan perekonomian terbesar di Asia Tenggara, dengan tingkat pertumbuhan ekonomi yang tinggi didorong oleh permintaan pasar domestik. Negara ini telah mengalami transformasi ekonomi yang signifikan dari waktu ke waktu karena pesatnya pertumbuhan mitra dagang utamanya, terutama China, harga komoditas yang tinggi, dan peningkatan tingkat konsumsi kelas menengah yang sedang berkembang (World Bank, 2016). Pemerintah Indonesia memiliki visi untuk menjadikan negara ini salah satu dari 10 negara dengan perekonomian terbesar di dunia pada tahun 2030, dan Kementerian Perindustrian meluncurkan strategi pada tahun 2017 yang disebut "Making Indonesia 4.0" yang selaras dengan visi ini dengan tujuan mengatasi deindustrialisasi prematur (ILO, 2022).³

Indonesia telah mencapai kemajuan penting dalam meningkatkan kesetaraan gender, terutama di bidang partisipasi pendidikan dan akses terhadap layanan kesehatan. Namun ketimpangan gender masih terjadi di bidang lain.

Kajian ini, yang berfokus pada hubungan perdagangan dan gender serta dampaknya terhadap kewirausahaan

perempuan di Indonesia, merupakan bagian dari materi pengajaran UNCTAD tentang perdagangan dan gender. Tujuan dari inisiatif peningkatan kapasitas ini adalah untuk meningkatkan kapasitas pembuat kebijakan, organisasi masyarakat sipil, akademisi, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mencermati interaksi antara perdagangan dan gender, dan mengembangkan kebijakan yang responsif gender.

Bagian 2 dari laporan kajian ini memberikan gambaran umum mengenai profil sosio-ekonomi dan gender, dan Bagian 3 menyajikan struktur perdagangan Indonesia. Bagian 4 mengkaji dampak arus perdagangan dan kebijakan perdagangan Indonesia terhadap pemberdayaan ekonomi dan kewirausahaan perempuan, dengan fokus pada studi kasus terpilih dari masing-masing sektor ekonomi secara luas, yaitu sektor kelapa sawit dari pertanian, sektor pakaian jadi dan furnitur dari industri, serta pariwisata, wellness, ekonomi kreatif, dan sektor perbankan dari sektor jasa. Sektor-sektor ini merupakan eksportir besar atau sektor-sektor kunci dalam perekonomian domestik di mana perempuan terkonsentrasi, dan semuanya merupakan sektor-sektor prioritas bagi pemerintah. Bagian 4 juga membahas pengusaha perempuan di bidang e-commerce sebagai bidang perdagangan dan kewirausahaan perempuan yang sedang berkembang. Bagian 5 mendalami kebijakan perdagangan. Kajian ini menganalisis hubungan gender dan perdagangan di Indonesia, praktik-praktik baik internasional, dan contoh-contoh negara yang perekonomiannya serupa dengan Indonesia. Berdasarkan hal tersebut, bagian ini mengusulkan peta jalan untuk memanfaatkan perdagangan dan kebijakan terkait untuk mendukung pemberdayaan ekonomi dan kewirausahaan perempuan. Bagian 6 merangkum temuan-temuan utama laporan kajian ini dan menyajikan kerangka implementasi kebijakan.

¹ Berdasarkan data kependudukan tahun 2021 dari database Indikator Pembangunan Dunia Bank Dunia.

² Berdasarkan data dari <https://minorityrights.org/country/indonesia/> (diakses 6 Mei 2023).

³ Secara khusus, strategi ini bertujuan untuk mewujudkan penerapan dini teknologi industri 4.0 di lima industri utama: makanan dan minuman, otomotif, elektronik, bahan kimia, dan tekstil (termasuk pakaian jadi dan alas kaki). Tujuannya untuk menarik investasi asing dan dalam negeri melalui Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) (ILO, 2022c).

2 PROFIL SOSIAL EKONOMI DAN GENDER INDONESIA

Pada tahun 2022, Indonesia memiliki PDB sekitar USD1.317 triliun,⁴ PDB per kapita sekitar USD4,780,⁵ dan pertumbuhan PDB tahunan sebesar 5.4 persen. Ketimpangan pendapatan, yang diukur dengan koefisien Gini, lebih tinggi di wilayah perkotaan (0.40) dibandingkan di wilayah pedesaan (0.31), dan tingkat kemiskinan relatif adalah 10.2 persen,⁶ dengan perempuan memiliki prevalensi kemiskinan yang sedikit lebih tinggi dibandingkan laki-laki.⁷ Pada tahun 2021, Indonesia menduduki peringkat 114 dalam Indeks Pembangunan Manusia dan peringkat 110 dalam Indeks Ketimpangan Gender dari 192 negara (UNDP, 2022).

Usaha kecil dan menengah (UKM) berperan penting dalam perekonomian Indonesia. Pada tahun 2021, terdapat 4.16 juta perusahaan industri manufaktur mikro dan kecil yang menyerap 9.11 juta tenaga kerja. Tiga industri manufaktur mikro dan kecil dengan pendapatan tertinggi adalah produk makanan, pakaian jadi, dan kayu, produk dari kayu dan gabus (kecuali mebel), industri barang dari jerami dan bahan anyaman, bambu, rotan dan sejenisnya (BPS, 2023).

Bagian 2.1 akan menyajikan fitur-fitur utama kerangka peraturan dan kelembagaan tentang kesetaraan gender, dengan fokus pada kewirausahaan. Bagian 2.2 akan menyajikan ringkasan indikator gender dalam kehidupan ekonomi dan sosial, dan Bagian 2.3 akan membahas karakteristik perempuan pengusaha Indonesia dan tantangan yang mereka hadapi.

2.1. KERANGKA PERATURAN DAN KELEMBAGAAN TENTANG KESETARAAN GENDER

Indonesia telah mengambil beberapa langkah untuk mendorong kesetaraan gender di tingkat internasional dan nasional. Misalnya, Indonesia meratifikasi Konvensi

Penghapusan Segala Bentuk Diskriminasi terhadap Perempuan (CEDAW) pada tahun 1984. Di tingkat nasional, parameter kesetaraan gender diperkenalkan pada tahun 2011 oleh Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak bekerja sama dengan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia dan Kementerian Dalam Negeri. Hal ini bertujuan untuk menerapkan pendekatan gender holistik dalam perumusan kebijakan di tingkat nasional dan provinsi sehubungan dengan akses, partisipasi, kontrol, dan manfaat yang dihasilkan dari peraturan perundang-undangan, dan hal ini merupakan perwujudan prinsip-prinsip CEDAW. Terdapat beberapa langkah kebijakan untuk mendukung pengarusutamaan gender dalam pembuatan kebijakan di tingkat provinsi. Misalnya, Pedoman Umum Penyelenggaraan Pengarusutamaan Gender di Daerah (Permendagri No. 15/2008) mewajibkan pemerintah daerah untuk merancang kebijakan, program, dan kegiatan yang berwawasan gender dan membentuk Kelompok Kerja Pengarusutamaan Gender Provinsi untuk menyusun rencana aksi daerah pengarusutamaan gender (RAD PUG), dan tugas lainnya.

Menurut Indeks Perempuan, Bisnis, dan Hukum Bank Dunia tahun 2023, Indonesia, dengan skor 70.6, berada sedikit di bawah rata-rata regional sebesar 72.6 untuk Asia Timur dan Pasifik. Indonesia mendapat nilai sempurna (100) dalam hal pembatasan kebebasan bergerak dan undang-undang yang mempengaruhi keputusan perempuan untuk bekerja, dan mendapat nilai 75 dari 100 dalam hal kesetaraan gender dalam kewirausahaan, hak pensiun dan upah (World Bank, 2023).

Selain partisipasinya dalam kerangka internasional mengenai kesetaraan gender, pemerintah Indonesia juga memberikan prioritas pada kesetaraan gender dalam program kementeriannya. Misalnya, Kementerian

⁴ Angka dalam rupiah Indonesia (IDR) adalah 19,588,445.6. Konversi ke dolar AS dilakukan menggunakan nilai tukar rata-rata tahun 2022 (USD1=Rp14,853); lihat <https://www.exchange-rates.org/exchange-rate-history/usd-idr-2022> (diakses 9 Mei 2023).

⁵ Angka tersebut adalah Rp 71 juta dan konversi ke dolar AS dilakukan dengan menggunakan nilai tukar rata-rata tahun 2022 (USD1=Rp14,853); lihat <https://www.exchange-rates.org/exchange-rate-history/usd-idr-2022> (diakses 9 Mei 2023).

⁶ Diukur sebagai rasio populasi di bawah pendapatan median.

⁷ Angka tersebut adalah 9.4 persen untuk laki-laki dan 9.7 persen untuk perempuan berdasarkan garis kemiskinan nasional, menurut Statistik BPS (diakses 10 April 2023).

Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak memperkenalkan rencana strategis nasional jangka menengah lima tahun untuk tahun 2020–2024 yang mencakup visi dan strategi pemberdayaan perempuan (Marsan et al., 2022).

Sesuai Instruksi Presiden 9/2000 tentang Pengarusutamaan Gender dalam Pembangunan Nasional (Ministry of National Development Planning, 2013), kementerian dan pemerintah daerah dan provinsi wajib menerapkan pengarusutamaan gender dalam seluruh tahapan pembangunan nasional, termasuk perencanaan, penganggaran, pelaksanaan, monitoring, dan evaluasi seluruh kebijakan dan program. Hal ini bertujuan untuk mengurangi ketimpangan antara perempuan dan laki-laki Indonesia dalam mengakses dan memperoleh manfaat pembangunan, serta meningkatkan partisipasi dan kendali perempuan dalam proses pembangunan.

Kesetaraan gender juga diprioritaskan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Indonesia tahun 2020–2024. Kesetaraan gender adalah salah satu dari empat aspek pengarusutamaan rencana tersebut, yang menyoroti pentingnya kebijakan responsif gender, pengumpulan dan pemanfaatan data terpilah berdasarkan jenis kelamin, dan kebutuhan untuk memastikan bahwa perempuan berpartisipasi dan mendapatkan akses terhadap sumber daya ekonomi. Kesetaraan gender juga ditekankan dalam strategi pengembangan sumber daya manusia dalam rencana tersebut, dengan fokus pada perlunya mengarusutamakan gender dalam pembangunan dan mengatasi kekerasan berbasis gender (Republik Indonesia, 2020).

Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDG) juga diintegrasikan ke dalam pembuatan kebijakan di Indonesia. Misalnya, SDG ke-5 tentang kesetaraan gender merupakan salah satu target nasional Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015–2019 sebagaimana ditegaskan melalui Peraturan Presiden No. 59 Tahun 2017 tentang Implementasi Pencapaian SDG. RPJMN 2020–2024 juga mengintegrasikan isu pengarusutamaan gender ke dalam kebijakan pembangunan nasional (Hardiyanto et al., 2021). Strategi Nasional Percepatan Pengarusutamaan Gender melalui Perencanaan dan Penganggaran Responsif Gender telah diselaraskan dengan SDG pada tahun 2018. Ada juga penghargaan Anugerah Parahita Ekapraya yang diberikan kepada

kementerian sebagai pengakuan atas upaya pengarusutamaan gender mereka. (ASEAN, 2021).

Aspek penting yang meningkatkan pemberdayaan ekonomi perempuan di suatu negara adalah adanya kesatuan definisi mengenai pengusaha perempuan. Hal ini penting untuk pengumpulan data ekonomi terpilah gender di berbagai bidang seperti bisnis, perdagangan, dan pengadaan publik. Hal ini juga membantu dalam menganalisis sejauh mana perempuan berpartisipasi dalam perekonomian dan dalam bentuk apa. Tanpa definisi yang jelas, akan sulit untuk membuat kebijakan yang berdampak pada bisnis milik perempuan dengan baik. Di Indonesia, Peraturan Presiden No 2/2022 (ADB, akan datang-a) memberikan definisi terhadap pengusaha perempuan sebagai mereka yang memenuhi dua kriteria berikut:

- Memiliki dan mengelola paling sedikit satu usaha yang telah terdaftar dalam sistem perizinan berusaha yang terintegrasi secara elektronik
- Memiliki usaha dengan kepemilikan modal usaha minimal 51 persen dari usaha.

Pengaturan kelembagaan untuk kesetaraan gender yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan di tingkat sektoral juga penting untuk mendukung perempuan dalam kehidupan ekonomi. Misalnya, Platform Jaringan Gender Indonesia terdiri dari lebih dari 20 serikat dagang, dunia usaha, pengusaha, organisasi non-pemerintah, serta organisasi dan lembaga lain yang aktif di sektor garmen. Kementerian Tenaga Kerja, Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, dan Komnas Perempuan juga terlibat dalam platform ini, yang melakukan penelitian dan kegiatan peningkatan kapasitas. Salah satu tujuan dari platform ini adalah untuk mempromosikan zona bebas dari kekerasan berbasis gender, termasuk kekerasan berbasis gender dalam perjanjian perundingan bersama, dan untuk mengembangkan pedoman pengusaha mengenai isu ini. (ILO, 2021a.)

Meskipun ada pengenalan kebijakan-kebijakan positif yang bersifat spesifik sektoral, permasalahan-permasalahan utama masih tetap ada, termasuk kurangnya integrasi dan saling melengkapi antar instrumen kebijakan yang berbeda, dan tumpang tindihnya program-program di tingkat nasional dan regional. Geografi negara juga mempersulit penegakan hukum. Oleh karena itu, diperlukan sistem nasional yang efektif dalam perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan komitmen gender yang perlu didukung

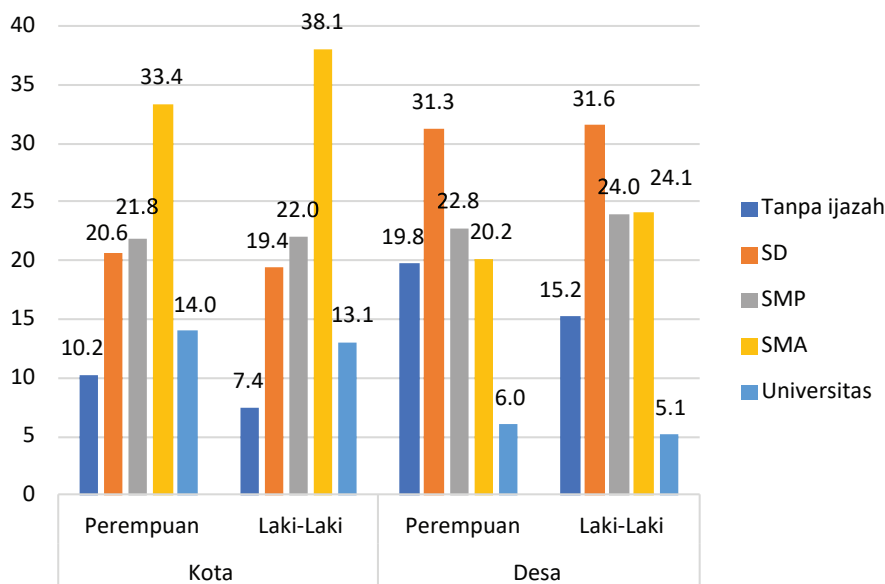
oleh kapasitas kelembagaan dan anggaran (Hardiyanto et al., 2021).

2.2. KETIMPANGAN GENDER DALAM KEHIDUPAN EKONOMI DAN SOSIAL

Bagian ini mengulas indikator-indikator gender utama mengenai kemampuan, akses terhadap sumber daya, dan domain keamanan.⁸ Di Indonesia, 7.4 persen perempuan (4.2 persen laki-laki) di pedesaan dan 2.8 persen perempuan (1.4 persen laki-laki) di perkotaan buta huruf (BPS, 2022a). Jumlah laki-laki yang merupakan lulusan sekolah menengah atas relatif lebih tinggi, sedangkan lulusan universitas sedikit lebih banyak terdapat pada kalangan perempuan dibandingkan laki-laki (Gambar 1).

Perempuan mempunyai tingkat pendidikan yang sebanding dengan laki-laki di Indonesia, namun hal ini tidak berarti tingkat partisipasi angkatan kerja perempuan sangat tinggi.⁹ Indonesia berada di belakang negara-negara Asia seperti Kamboja, Vietnam, Singapura, Tiongkok, dan Thailand dalam hal tingkat partisipasi angkatan kerja perempuan. Pada tahun 2022, 53.4 persen perempuan usia kerja di Indonesia berpartisipasi di pasar tenaga kerja dibandingkan dengan 83.9 persen laki-laki. Di antara populasi yang tidak aktif secara ekonomi, 77.1 persen perempuan melakukan pekerjaan rumah tangga,¹⁰ menunjukkan bahwa pekerjaan rumah tangga yang tidak dibayar mungkin berperan dalam keputusan perempuan untuk tidak berpartisipasi dalam pasar tenaga kerja. Tingkat pengangguran di Indonesia hampir sama baik untuk laki-laki maupun

Gambar 1. Indonesia: Pencapaian pendidikan berdasarkan jenis kelamin dan tingkat pendidikan, 2021 (persentase)



Sumber: BPS (2022a).

⁸ Domain kemampuan mengacu pada kemampuan dasar manusia seperti pengetahuan dan kesehatan. Domain akses terhadap sumber daya dan peluang mengacu pada kondisi yang memungkinkan individu memperoleh kehidupan yang layak bagi dirinya dan keluarganya dengan mengakses aset dan sumber daya ekonomi, dan dengan menggunakan kekuasaan dalam pengambilan keputusan. Domain keamanan mengacu pada kerentanan terhadap kekerasan dan konflik (UNCTAD, 2022).

⁹ Berdasarkan data tahun 2021, Indonesia menduduki peringkat ke-98 dalam hal partisipasi angkatan kerja perempuan di antara 188 negara yang tercakup dalam database indikator Pembangunan Dunia Bank Dunia (diakses 10 April 2023). Rata-rata dunia adalah 47.1 persen.

¹⁰ Dihitung menggunakan data dari BPS (2023).

perempuan, masing-masing sebesar 5.8 dan 5.9 persen.¹¹

Tabel 1 menyajikan berbagai indikator gender mengenai partisipasi dalam pengambilan keputusan, penggunaan teknologi, dan akses terhadap keuangan di Indonesia. Kekuasaan perempuan dalam pengambilan keputusan sangat penting bagi keberhasilan partisipasi mereka dalam perdagangan karena beberapa alasan. Perempuan dapat dilibatkan dalam perancangan dan implementasi kebijakan, program, dan instrumen terkait isu perdagangan dengan berpartisipasi dalam badan politik dan pembuat kebijakan. Perempuan dapat menyuarakan kebutuhan pekerja perempuan dengan menduduki posisi manajerial di perusahaan. Perempuan dapat melakukan kontrol atas sumber daya rumah tangga dan berpartisipasi dalam pekerjaan berbayar dengan cara diberdayakan dalam rumah tangga mereka. Di Indonesia, perempuan memiliki tingkat keterwakilan politik yang relatif lebih tinggi di dewan daerah dibandingkan di tingkat nasional. Tingkat partisipasi perempuan pada jabatan di tingkat menteri (17 persen) lebih tinggi dibandingkan rata-rata di Asia Selatan, Asia Timur, dan Pasifik (keduanya sebesar 11 persen), sementara tingkat partisipasi mereka di parlemen nasional sama dengan di Asia Timur dan Pasifik tetapi sedikit lebih tinggi dibandingkan di Asia Selatan.¹²

Akses terhadap keuangan sangat penting bagi petani dan pemilik usaha perempuan untuk memulai atau memperluas usaha mereka, karena mereka seringkali memiliki sumber daya dan aset yang lebih sedikit dibandingkan laki-laki. Sekitar 50 persen perempuan dan laki-laki Indonesia memiliki rekening di lembaga keuangan (tabel 1). Namun, pinjaman, terutama dari lembaga keuangan, cukup terbatas bagi laki-laki dan perempuan, dibandingkan dengan kepemilikan rekening. Perempuan lebih banyak meminjam dari lembaga keuangan atau lembaga penyimpanan dibandingkan laki-laki. Hal ini mungkin

mencerminkan kebutuhan mereka akan dana yang lebih besar. Pada saat yang sama, perilaku menabung atau meminjam untuk tujuan investasi kurang lazim di kalangan perempuan dibandingkan laki-laki.

Distribusi lapangan kerja berdasarkan aktivitas ekonomi menunjukkan pola gender yang jelas. Pada tahun 2022, sekitar 58 persen perempuan yang bekerja berada di sektor jasa dibandingkan dengan 43 persen laki-laki yang bekerja. Sekitar 25 persen pekerja perempuan dan 31 persen pekerja laki-laki bekerja di bidang pertanian. Sektor industri memiliki porsi yang sama (16 persen) dalam hal lapangan kerja bagi laki-laki dan perempuan.¹³

Dalam hal subsektor, pertanian, perdagangan grosir dan ritel, manufaktur, jasa akomodasi dan makanan, serta pendidikan, dalam urutan menurun, merupakan sektor pekerjaan teratas bagi perempuan (Gambar 2). Dalam sektor manufaktur, subsektor produk makanan, pakaian jadi, dan tekstil merupakan subsektor yang paling penting bagi lapangan kerja perempuan.¹⁴

Perbedaan struktur ketenagakerjaan sektoral antara perempuan dan laki-laki tercermin dalam intensitas ketenagakerjaan perempuan (yaitu porsi perempuan dalam total lapangan kerja) di masing-masing sektor (gambar 3). Oleh karena itu, kesehatan, pendidikan, jasa akomodasi dan makanan, perdagangan grosir dan ritel, serta manufaktur merupakan sektor yang sangat padat karya perempuan, sedangkan konstruksi, transportasi dan pergudangan, serta sektor industri selain manufaktur merupakan sektor padat karya laki-laki.

Di Indonesia, 40 persen laki-laki dan 34 persen perempuan mempunyai pekerjaan berupah dan bergaji sebagai pekerja, yang dianggap sebagai bentuk pekerjaan yang relatif lebih stabil dan dapat diandalkan (gambar 4). Pekerjaan mandiri, salah satu bentuk pekerjaan yang rentan, juga umum dilakukan baik oleh perempuan (23 persen) maupun laki-laki

¹¹ Statistik BPS, lihat <https://www.bps.go.id/subject/6/tenaga-kerja.html#subjekViewTab3> (diakses 10 April 2023).

¹² Menurut Database Gender Bank Dunia (diakses 10 April 2023). Untuk melihat negara-negara yang sesuai dengan masing-masing kelompok, lihat <https://datahelpdesk.worldbank.org/knowledgebase/articles/906519-world-bank-country-and-lending-groups> (diakses 17 Agustus 2023).

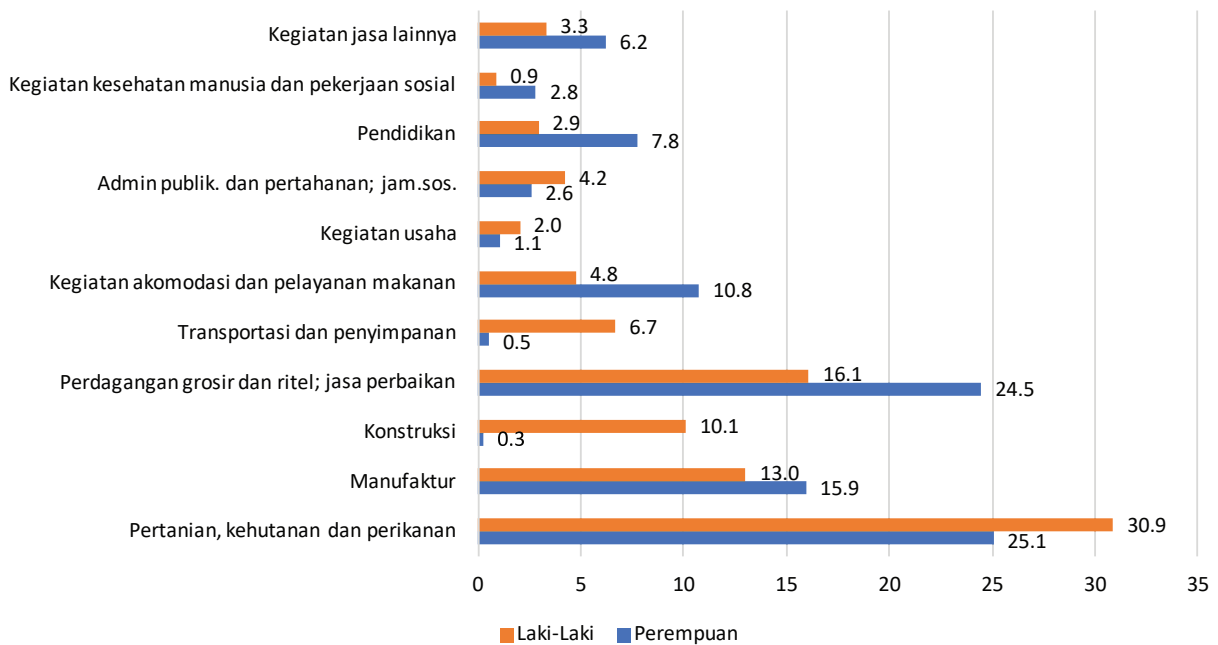
¹³ Dihitung berdasarkan BPS (2022c).

¹⁴ Subsektor manufaktur yang relatif lebih signifikan bagi laki-laki adalah produk makanan, produk kayu, produk mineral bukan logam, pakaian jadi, dan tekstil. Data subsektor manufaktur merupakan tahun 2015, tahun terakhir yang tersedia untuk data tersebut di basis data ILOStat (diakses 10 April 2023).

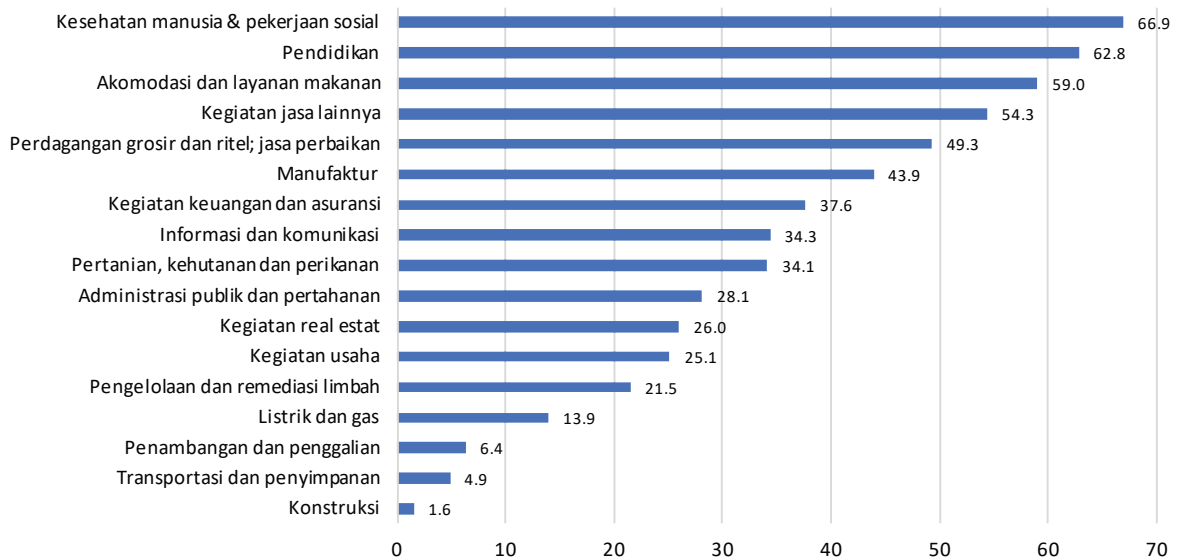
Tabel 1. Indonesia: Indikator gender terpilih mengenai akses terhadap sumber daya dan kekuasaan pengambilan keputusan				
	Indikator	Perempuan (persen)	Laki-laki (persen)	Ketimpangan gender (rasio perempuan/laki-laki)
Pengambilan keputusan	Perusahaan dengan manajer tingkat tinggi perempuan (persentase perusahaan), 2015***	22.1		
	Proporsi perempuan yang menduduki posisi setingkat menteri, 2020***	17.1		
	Proporsi kursi yang dipegang oleh perempuan di Parlemen Nasional, 2019*	21.6	78.4	0.28
	Porsi perwakilan perempuan di Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), 2019**	20.9	79.1	0.26
	Porsi keterwakilan perempuan di Dewan Perwakilan Daerah (DPD), 2019**	30.9	69.1	0.45
Penggunaan teknologi	Tingkat akses internet dalam tiga bulan terakhir, 2022**	53.5	69.4	0.77
	Tingkat kepemilikan ponsel, 2022**	62.9	72.8	0.86
	Tingkat penggunaan komputer, 2022**	10.8	11.1	0.97
Keuangan	Kepemilikan rekening di lembaga keuangan, 2021	51.7	49.3	1.05
	Kepemilikan rekening ponsel, 2021	9.9	8.6	1.15
	Kepemilikan akun, 2021	52.3	51.2	1.02
	Melakukan pembayaran digital, 2021	29.0	29.2	0.99
	Meminjam uang apa pun dari lembaga keuangan formal atau menggunakan rekening ponsel, 2021	16.7	9.6	1.74
	Dipinjam dari kelompok simpanan, 2021	9.6	5.2	1.85
	Dipinjam dari toko dengan cara membeli secara cicilan, 2014	6.1	7.6	0.80
	Dipinjam dari keluarga atau teman, 2021	26.6	31.2	0.85
	Dipinjam untuk memulai, mengoperasikan, atau memperluas pertanian atau bisnis, 2017	11.5	14.5	0.79
	Ditabung untuk memulai, mengoperasikan, atau memperluas pertanian atau bisnis, 2017	15.9	24.2	0.66

Sumber: *Inter-Parliamentary Union; ** BPS (2023); *** Basis Data Gender Bank Dunia. Seluruh indikator dengan judul Keuangan berasal dari Global Findex Database Bank Dunia.

Catatan: Ketimpangan gender mengacu pada ketimpangan antara perempuan/anak perempuan dan laki-laki/anak laki-laki dalam hal tingkat partisipasi, akses, hak, remunerasi, atau manfaat dalam berbagai domain kehidupan ekonomi, sosial, dan politik di masyarakat. Cara sederhana untuk mengukurnya adalah dengan melihat rasio pencapaian perempuan terhadap laki-laki untuk suatu indikator tertentu, yang juga dikenal sebagai indeks paritas gender.

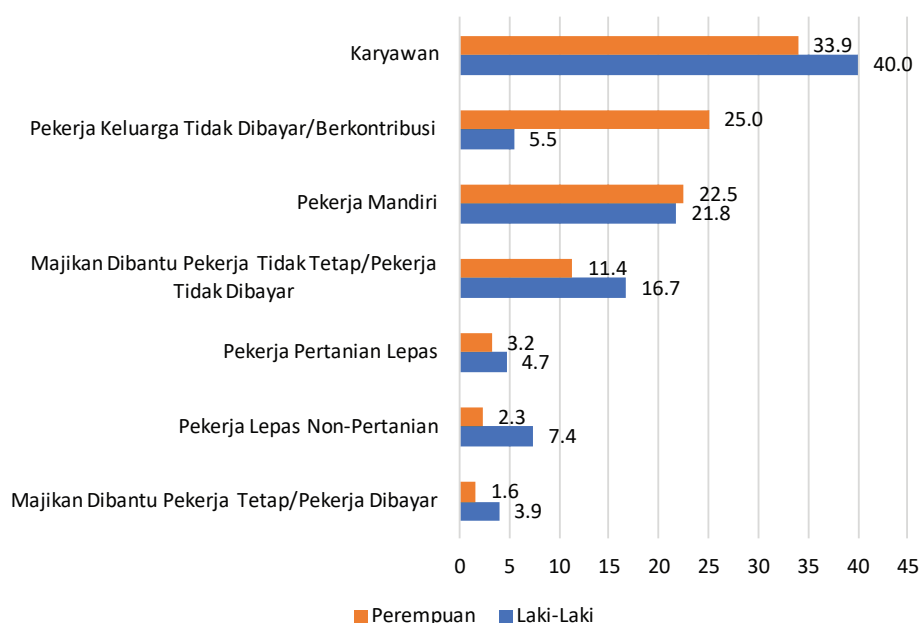
Gambar 2. Indonesia: Komposisi lapangan kerja berdasarkan sektor dan jenis kelamin, 2022 (persen)

Sumber: BPS (2022c).

Gambar 3. Indonesia: Intensitas ketenagakerjaan perempuan berdasarkan sektor, 2022 (persen)

Sumber: BPS (2022c).

Gambar 4. Indonesia: Komposisi lapangan kerja berdasarkan status pekerjaan dan jenis kelamin, 2022 (persen)



Sumber: BPS (2022c).

(22 persen). Berkontribusi pada pekerjaan keluarga, yang merupakan komponen lain dari pekerjaan rentan, hanya signifikan bagi perempuan (25 persen), seperti yang biasa terjadi di sebagian besar negara berkembang. Pekerjaan lepas lebih banyak dilakukan oleh laki-laki dibandingkan perempuan. Jumlah laki-laki yang menjadi pemberi kerja secara signifikan lebih tinggi dibandingkan perempuan, yang mungkin dianggap sebagai representasi dari kewirausahaan dan juga pekerjaan mandiri. Pola status pekerjaan ini sebagian tercermin dalam ketimpangan gender dalam pekerjaan informal: 64 persen perempuan bekerja secara informal dibandingkan dengan 56 persen laki-laki di Indonesia pada tahun 2022.¹⁵

2.3. KEWIRAUSAHAAN DAN KESETARAAN GENDER

Kegiatan kewirausahaan di Indonesia terkonsentrasi terutama pada layanan konsumen, yang menyumbang 88 persen dari jumlah start-up pada tahun 2022. Sebaliknya, layanan bisnis hanya menyumbang 2

persen dari seluruh start-up. Indonesia memiliki lingkungan kewirausahaan nasional yang baik, menurut asesmen para pakar nasional, dengan skor cukup atau lebih baik pada 11 dari 13 kondisi kerangka kewirausahaan (GEM, 2023).

2.3.1. Ciri-ciri perempuan pengusaha

Indonesia memiliki reputasi yang baik dalam hal kesetaraan gender dalam kegiatan kewirausahaan. Namun, perlu dicatat bahwa kebutuhan merupakan pendorong yang lebih besar terhadap kegiatan kewirausahaan bagi perempuan dibandingkan laki-laki (kotak 1). Sebagai cerminan dari kewirausahaan berbasis kebutuhan, perempuan memiliki 42 persen usaha mikro dibandingkan dengan 30 persen usaha kecil (UN Women, 2020).¹⁶

Pada tahun 2022, Indonesia termasuk di antara empat negara (dari 49 negara yang dicakup dalam survei Global Entrepreneurship Monitor) dengan tingkat total kegiatan kewirausahaan perempuan lebih tinggi dibandingkan laki-laki dan perempuan lebih

¹⁵ Statistik BPS (diakses 10 April 2023).

¹⁶ Usaha mikro memiliki empat pekerja atau kurang, dan usaha kecil memiliki kurang dari 20 pekerja (UN Women, 2020).

Kotak 1. Apa yang memotivasi perempuan dan laki-laki menjadi wirausaha di Indonesia?

Perempuan lebih banyak menyebut kelangkaan pekerjaan sebagai motivasi utama penciptaan usaha dibandingkan laki-laki di Indonesia. Secara khusus, 75.8 persen perempuan pengusaha menyebutkan adanya kelangkaan pekerjaan dibandingkan dengan 66.7 persen pengusaha laki-laki. Dengan kata lain, kewirausahaan yang didorong oleh kebutuhan lebih banyak terjadi pada perempuan dibandingkan laki-laki. Perempuan pengusaha terkonsentrasi di perdagangan grosir dan ritel dan jumlahnya melebihi laki-laki di sektor ini, sementara hampir tidak ada perempuan yang melaporkan kegiatan bisnis start-up di bidang informasi, komunikasi dan teknologi. (GEM, 2021).

Berdasarkan temuan Future of the Business Survey, 54 persen perempuan pengusaha dan 48 persen pengusaha laki-laki mempertimbangkan memiliki sumber pendapatan sebagai alasan utama untuk memulai usaha mereka.¹ Perempuan mengungkapkan bahwa mengejar minat, menjadi lebih mandiri, dan memiliki keseimbangan kehidupan kerja adalah alasan utama lainnya untuk memulai usaha. Laki-laki menganggap sikap lebih mandiri, melihat ceruk pasar (niche market), dan mengejar minat/hobi sebagai alasan penting lainnya. Sekitar 70 persen dari kedua kelompok menyebutkan pendanaan mandiri sebagai sumber pendanaan utama untuk memulai usaha mereka. Di antara pengusaha perempuan, 66 persen belajar dari sumber daring tentang manajemen usaha, 59 persen dari keluarga/teman, 36 persen dari pelatihan luring, dan 28 persen dari usaha lain.

¹ Temuan survei tersedia di www.oecd.org/sdd/business-stats/FBS-Indonesia.pdf. Respons dikumpulkan pada bulan Desember 2017 dan Januari 2018 dari pemilik usaha yang memiliki kehadiran digital di Facebook.

besar kemungkinannya untuk memulai usaha baru dibandingkan laki-laki. Indonesia juga merupakan salah satu dari lima negara di mana lebih banyak perempuan dibandingkan laki-laki yang memiliki usaha yang sudah mapan (GEM, 2023). Perempuan memiliki kesetaraan dengan laki-laki sehubungan dengan jumlah median investasi, dan 55.6 persen perempuan, dibandingkan dengan 63.5 persen laki-laki, memiliki fokus pasar lokal. Faktanya, perempuan 2.7 kali lebih besar kemungkinannya dibandingkan laki-laki untuk mengklaim kegiatan ekspor tingkat tinggi. Jumlah perempuan (19 persen) yang melaporkan penawaran bisnis inovatif relatif lebih tinggi dibandingkan laki-laki (15.8 persen) (GEM, 2021). Oleh karena itu, secara keseluruhan, perempuan lebih aktif dibandingkan laki-laki dalam usaha dengan pertumbuhan tinggi dengan produk-produk inovatif dan fokus pasar internasional yang kuat.

Analisis data survei tahun 2015 dari basis data Industri Kecil dan Mikro Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa pemilik usaha perempuan di Indonesia lebih banyak berada di provinsi yang jauh dari pusat bisnis Pulau Jawa dan terkonsentrasi di sektor padat karya seperti tekstil, makanan, dan pakaian jadi (Istiandari dan Anandhika, 2018). Tingginya kehadiran perempuan di kalangan wirausaha juga merupakan cerminan dari pembagian kerja berdasarkan gender yang tradisional dalam rumah tangga. Di Indonesia, dimana sebagian besar penduduknya menganggap pengasuhan anak dan pekerjaan rumah tangga sebagai

pekerjaan perempuan, dan dimana infrastruktur pengasuhan anak berada di belakang negara-negara dengan tingkat pembangunan yang sama, wirausaha adalah jalan utama yang memungkinkan orang tua, terutama perempuan, untuk menggabungkan pekerjaan yang dibayar dengan pekerjaan rumah tangga dan pengasuhan yang tidak dibayar (Elhan-Kayalar et al., 2022).

2.3.2. Tantangan yang dihadapi perempuan pengusaha

Ada beberapa faktor yang menghambat keberhasilan perempuan sebagai wirausaha di Indonesia. Hal ini mencakup kurangnya kesempatan pelatihan, kendala hukum dan budaya, terbatasnya akses terhadap keuangan, kesulitan mengakses informasi pasar dan memperoleh daya saing, serta beban pekerjaan rumah tangga yang berat. Kendala lainnya adalah kurangnya pengalaman bisnis, peluang pengembangan bisnis, dan akses terhadap pasar baru, menurut survei yang dilakukan di Sumatera Utara (Rafiki and Nasution, 2019). Temuan dari survei terhadap perempuan pengusaha di wilayah Jabodetabek menunjukkan bahwa banyak dari mereka menjalankan usahanya untuk bertahan hidup, dan mengatakan bahwa terbatasnya akses terhadap keuangan merupakan kendala paling serius bagi mereka. Hal ini terutama disebabkan karena mereka kekurangan aset berharga yang dapat dijadikan jaminan. Tidak satu pun dari perempuan yang disurvei mengikuti program pelatihan

kewirausahaan yang diprakarsai pemerintah karena kurangnya informasi tentang program tersebut. Hal ini menunjukkan pentingnya meningkatkan proses diseminasi dan cakupan geografis program-program tersebut (Tambunan, 2017).

Sebuah studi lapangan yang dilakukan di tiga sektor ekspor utama (yaitu kopi, alas kaki, dan pakaian jadi) menunjukkan bahwa pengusaha laki-laki dan perempuan mengalami tantangan serupa namun dengan tingkat yang berbeda (TPSA Project dan AKATIGA Center for Social Analysis, 2018). Tantangan umum ini mencakup kesulitan dalam mengakses informasi pasar (misalnya lokasi pasar potensial), kredit yang terjangkau, masukan berkualitas secara tepat waktu, dan pelatihan yang praktis dan tepat sasaran, termasuk pendampingan, di bidang usaha mereka. Prosedur hukum yang panjang untuk mendapatkan izin dan registrasi yang sesuai menimbulkan tantangan umum lainnya. Namun, sebagai pemilik UKM, perempuan lebih sulit mengakses bahan mentah dan tenaga kerja terampil dibandingkan laki-laki. Perempuan lebih besar kemungkinannya untuk meminta bantuan dibandingkan laki-laki ketika mulai mengekspor atau memperluas ekspor mereka, meskipun sebagian besar dari mereka belum meminta bantuan tersebut. Agar bantuan tersebut efektif, bantuan tersebut harus bersifat spesifik pada sektor tertentu, berdasarkan kebutuhan, praktis, dan dipadukan dengan informasi pasar (TPSA Project dan AKATIGA Center for Social Analysis, 2018).

2.3.3. Ketimpangan gender dalam hasil kewirausahaan

Perempuan juga mengalami ketimpangan gender dalam hasil ekonomi kewirausahaan di Indonesia. Misalnya saja, perusahaan milik laki-laki memiliki jumlah pekerja yang jauh lebih banyak dan nilai aset yang lebih tinggi, sehingga rata-rata pendapatan perusahaan empat kali lebih tinggi dibandingkan perusahaan milik perempuan. Perusahaan-perusahaan tersebut juga memiliki produktivitas dan margin keuntungan yang lebih tinggi serta cakupan pemasaran yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan milik perempuan. Namun, perusahaan milik perempuan memiliki jumlah pekerja perempuan yang lebih besar dibandingkan perusahaan milik laki-laki. Perempuan yang berpendidikan tinggi lebih cenderung menjadi pekerja dibandingkan pemilik usaha, hal ini mungkin mencerminkan perilaku menghindari risiko dari angkatan kerja perempuan yang berpendidikan tinggi (Istiandari dan Anandhika,

2018). Hal ini mungkin juga terjadi karena perempuan yang berpendidikan tinggi mungkin memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan pekerjaan tetap sebagai pekerja, sementara perempuan yang berpendidikan lebih rendah mungkin lebih bergantung pada kewirausahaan karena kebutuhan.

Analisis terhadap pemilik usaha di pedesaan di Provinsi Jawa Timur juga memberikan hasil serupa. Pengusaha laki-laki memiliki keunggulan dibandingkan pengusaha perempuan dalam sebagian besar indikator hasil seperti pendapatan dan tabungan serta dalam banyak indikator sumber daya seperti pendidikan, aset usaha, dan kekayaan rumah tangga. Survei tersebut juga mengungkapkan bahwa ketimpangan gender dalam hasil kewirausahaan tetap ada bahkan setelah memperhitungkan perbedaan sumber daya. Hal ini menyiratkan bahwa kebijakan yang dirancang untuk meningkatkan sumber daya perempuan mungkin tidak cukup untuk mengatasi ketimpangan gender dalam hasil kewirausahaan. Penting juga untuk mengatasi faktor sosio-kultural dan administratif yang menyebabkan ketimpangan gender dalam kegiatan kewirausahaan (Knowles, 2018).

Perempuan merupakan bagian terbesar dan terus bertambah dalam populasi pekerja mandiri di Indonesia, namun usaha mereka lebih kecil dan kurang produktif dibandingkan usaha laki-laki. Oleh karena itu, kebijakan-kebijakan yang menyasar pengusaha perempuan di Indonesia mempunyai potensi lebih besar untuk memberantas kemiskinan, karena perempuan-perempuan tersebut terkonsentrasi pada kelompok terbawah dalam piramida kewirausahaan. Sebuah studi lapangan yang komprehensif di Indonesia menemukan bahwa program-program untuk pengusaha perempuan memberikan hasil yang kurang optimal karena program-program tersebut tidak mampu menyasar perusahaan-perusahaan yang tepat, dan kebijakan-kebijakan dirancang untuk melayani semua pengusaha perempuan dengan pendekatan yang terstandar, terutama berfokus pada pengentasan kemiskinan (World Bank, 2016). Sekitar 15 persen perempuan pengusaha yang diidentifikasi dalam survei lapangan berorientasi pada pertumbuhan (yaitu sangat mungkin untuk mengembangkan usaha mereka), dan memiliki kebutuhan yang tidak terpenuhi oleh program standar, yang tidak memenuhi kebutuhan usaha namun berfokus pada pengentasan kemiskinan. Program pelatihan dan pengembangan keterampilan membantu mengalihkan wirausaha yang berorientasi pada kebutuhan dari sektor yang bernilai tambah

rendah dan sangat kompetitif (misalnya produksi makanan dan salon kecantikan) ke sektor yang bernilai tambah lebih tinggi (misalnya manufaktur dan teknologi informasi dan komunikasi). Namun, wirausahawan yang berorientasi pada pertumbuhan terutama membutuhkan layanan konsultasi manajemen (World Bank, 2016).

2.3.4. Pandemi COVID-19 dan perempuan pengusaha

Pandemi COVID-19 yang dimulai pada awal tahun 2020 mengakibatkan penerapan pembatasan sosial, *lockdown*, dan penutupan perbatasan di seluruh dunia yang mengganggu aktivitas ekonomi dan kehidupan sosial.

Seperti di sebagian besar negara, perempuan di Indonesia mengalami peningkatan beban kerja tidak berbayar yang tidak proporsional akibat pandemi COVID-19. Misalnya, penutupan sekolah dan pusat perawatan mempunyai dampak buruk terhadap partisipasi perempuan di pasar tenaga kerja. Namun, berbeda dengan hilangnya pekerjaan yang relatif lebih besar bagi perempuan di banyak negara, laki-laki Indonesia mengalami kehilangan pekerjaan yang lebih parah dibandingkan perempuan Indonesia akibat pandemi ini. Di sisi lain, perempuan pengusaha menghadapi tantangan yang lebih besar dibandingkan laki-laki, dan e-commerce menjadi strategi untuk mengatasinya (Kotak 2).

Kotak 2. Bagaimana dampak pandemi COVID-19 terhadap perempuan dan laki-laki di Indonesia?

Berdasarkan analisis data survei angkatan kerja nasional dari tahun 2016 hingga 2020, pandemi COVID-19 berdampak buruk terhadap lapangan kerja bagi laki-laki di seluruh Indonesia, namun dampaknya lebih parah terjadi di wilayah perkotaan. Pandemi ini mempersempit ketimpangan gender dalam lapangan kerja melalui “efek tambahan pekerja”, yang terutama didorong oleh peningkatan lapangan kerja bagi perempuan yang tidak memiliki pendidikan sekolah menengah atas di daerah pedesaan dan memasuki pekerjaan informal, pekerjaan di bidang pertanian, atau pekerjaan keluarga yang tidak dibayar (misalnya, pembuatan makanan untuk keluarga) untuk mengkompensasi hilangnya pendapatan keluarga. Namun, kualitas pekerjaan memburuk, baik perempuan maupun laki-laki bekerja lebih sedikit dan menerima upah lebih rendah selama pandemi (Halim et al., 2023).

Meskipun pandemi ini berdampak pada laki-laki dan perempuan sebagai pengusaha, jumlah perempuan pengusaha yang mengalami penurunan pendapatan dan keuntungan relatif lebih besar dibandingkan laki-laki. Hal ini karena pandemi ini memberikan dampak yang lebih parah pada sektor-sektor dimana perempuan pengusaha terkonsentrasi (misalnya, pariwisata, perdagangan ritel) melalui pembatasan sosial dan tindakan pembatasan serta kontraksi permintaan. Kendala gender yang umum terjadi, seperti kesulitan dalam akses terhadap layanan dan aset keuangan, teknologi informasi dan komunikasi, dan jaringan bisnis, serta rendahnya tingkat keterampilan, semakin memperburuk dampak buruk pandemi ini dan mengakibatkan penutupan permanen usaha mikro, kecil dan menengah milik perempuan. Hal ini terutama terjadi pada sektor garmen, tekstil, alas kaki, ritel, grosir, akomodasi, dan restoran (Yaumidin, 2021). Sektor kelapa sawit tetap beroperasi namun terkena dampak negatif dari menurunnya permintaan di pasar ekspor utama Indonesia. Sebagian besar pekerja di industri garmen diwajibkan untuk bekerja tanpa perlindungan kesehatan yang memadai, sementara sektor ini terkena dampak buruk dari pembatalan pesanan karena tindakan *lockdown* di luar negeri (Dekker, 2020).

Pandemi COVID-19 menarik banyak perempuan ke pasar tenaga kerja, termasuk e-commerce, karena kebutuhan. Analisis komprehensif terhadap catatan administratif, data survei, dan wawancara dengan para pedagang menunjukkan bahwa usaha milik perempuan mengalami penurunan jumlah pekerja yang lebih besar dibandingkan usaha milik laki-laki, dan persaingan pada platform e-commerce juga semakin ketat. Dalam hal strategi mitigasi krisis, perempuan lebih mungkin mengurangi pengeluaran pribadi dan menggunakan bantuan pemerintah dibandingkan laki-laki (Elhan-Kayalar et al., 2022). Data survei yang dikumpulkan di salah satu platform e-commerce terbesar di Indonesia pada bulan Desember 2020 juga mengungkapkan bahwa ketimpangan gender masih ada dalam kinerja penjualan. Survei ini juga menemukan bahwa pengusaha perempuan lebih cenderung mengajukan permohonan bantuan pemerintah dan menyimpan bantuan yang diterima, dan mereka lebih menyukai bantuan tunai dibandingkan pengusaha laki-laki (World Bank, 2022). Faktanya, penjualan perempuan turun sebesar 44 persen selama pandemi, menurut data penjual yang dikumpulkan melalui platform Lazada, di mana sepertiga penjualnya adalah perempuan sebelum dan selama pandemi. Meskipun jumlah penjual perempuan tidak berubah, nilai dagangan bruto mereka turun dari 164 menjadi 120 persen dibandingkan laki-laki selama pandemi (IFC, 2021).

3. STRUKTUR PERDAGANGAN INDONESIA

Bagian ini menyajikan gambaran umum struktur perdagangan di Indonesia sehubungan dengan kelompok produk dan mitra dagang. Indonesia mengalami surplus perdagangan sebesar USD54.5 miliar pada tahun 2022 (tabel 2), dan terutama mengekspor bahan bakar mineral, pelumas, dan bahan terkait, khususnya batu bara dan gas, serta barang-barang manufaktur seperti garmen dan sepatu olahraga. Diikuti oleh ekspor minyak hewani dan nabati, khususnya ekspor minyak sawit, mesin dan alat angkut seperti kendaraan bermotor roda empat dan peralatan listrik, serta aneka barang manufaktur.

Selama tahun 2020–2022, kategori produk seperti makanan dan hewan hidup, minuman dan tembakau, serta bahan mentah dan barang manufaktur berbasis sumber daya seperti minyak hewani dan nabati, dua kategori terendah dalam hal kandungan nilai tambah, mencakup setengah dari ekspor barang dagangan. Produk-produk seperti mesin dan barang-barang manufaktur lain-lain, yang menggunakan teknologi menengah dan tinggi untuk produksinya, menyumbang seperempat dari ekspor barang dagangan, sementara ekspor manufaktur berteknologi rendah seperti barang-barang manufaktur berdasarkan bahan berjumlah 18 persen dari ekspor barang dagangan (Gambar 5). Dari segi produk ekspor, Tabel 3 mencantumkan 10 barang teratas yang diekspor Indonesia pada tahun 2022 dengan tingkat disagregasi lebih rinci.

Antara tahun 2020 dan 2022, impor barang dagangan utama Indonesia adalah mesin dan peralatan transportasi seperti peralatan mekanik, mesin listrik, dan kendaraan bermotor, yang mencakup hampir sepertiga dari total impor Indonesia. Hal ini diikuti oleh barang-barang manufaktur seperti tekstil, bahan kimia dan produk-produk terkait seperti pupuk dan semen, serta bahan bakar mineral seperti produk minyak dan gas, dengan masing-masing kategori menyumbang sekitar 15 persen dari impor barang dagangan Indonesia.

Indonesia terutama mengekspor ke pasar terdekat. Misalnya, Asia merupakan tujuan ekspor utama Indonesia, khususnya China dan kawasan Perhimpunan Bangsa-Bangsa Asia Tenggara (ASEAN), yang merupakan pasar penting. Diikuti oleh Amerika Utara dan kemudian Eropa. Afrika, Australia dan Oseania, serta Amerika Latin dan Karibia mewakili pasar yang jauh lebih kecil bagi Indonesia (Tabel 4). Kawasan Asia juga merupakan mitra dagang penting dalam hal impor barang dagangan yang masuk ke Indonesia, khususnya dari China dan Singapura. Serupa dengan ekspor, Amerika Utara dan Eropa merupakan pemasok terpenting kedua dan ketiga bagi Indonesia.

Ekspor jasa tidak memberikan kontribusi yang signifikan terhadap total ekspor Indonesia, yaitu hanya sebesar 10 persen pada tahun 2019–2021.¹⁷ Jasa perjalanan menyumbang lebih dari 40 persen total ekspor jasa,

Tabel 2. Indonesia: Indikator perdagangan utama, 2022

	Miliaran dolar AS	Besar PDB (persen)
Total ekspor barang	291.9	22
Total impor barang	237.4	18
Neraca perdagangan bersih barang	54.5	4
PDB	1,317	

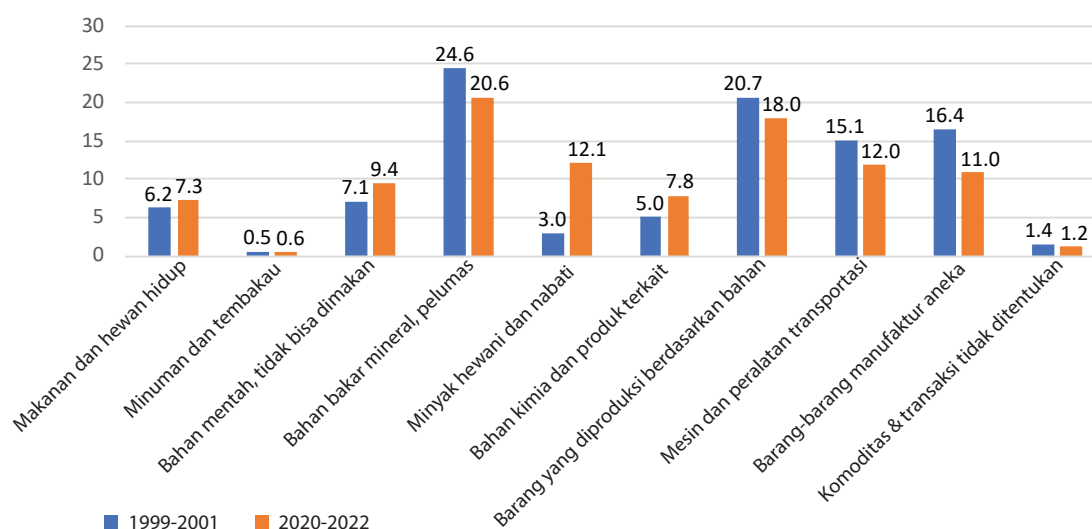
Sumber: Perhitungan sekretariat UNCTAD berdasarkan data Buku Statistik Tahunan Indonesia 2023.

¹⁷ Perhitungan sekretariat UNCTAD berdasarkan basis data UNCTADStat (diakses 26 April 2023).

yang mewakili sektor pariwisata yang besar di negara ini. Jasa informasi, komunikasi, dan teknologi (TIK) menyumbang 7 persen dari total ekspor jasa pada tahun 2019–2021. Jasa lainnya – yang mencakup

jasa konstruksi, asuransi dan pensiun, jasa keuangan, pungutan atas penggunaan kekayaan intelektual, dan lain-lain – mewakili kategori ekspor jasa terbesar kedua di Indonesia.

Gambar 5. Indonesia: Ekspor barang dagangan menurut kelompok produk, rata-rata tiga tahun, 1999–2001 dan 2020–2022 (besar persen)



Sumber: Buku Statistik Tahunan Indonesia (2002, 2023).

Tabel 3. Indonesia: 10 produk ekspor teratas tahun 2022

	Miliaran dolar AS	Pangsa dalam total ekspor (persen)
Batu bara	46.7	16
Minyak sawit	29.6	10.1
Besi dan baja	28.5	9.7
Gas	9.8	3.3
Bijih tembaga	9.2	3.1
Kimia dasar organik pertanian	8.4	2.8
Peralatan listrik	8.3	2.8
Pakaian (konveksi) tekstil	7.9	2.7
Batu bara muda (Lignite)	7.8	2.6
Sepatu olahraga	5.7	1.9

Sumber: Buku Statistik Tahunan Indonesia 2023.

Tabel 4. Indonesia: Komposisi geografis ekspor dan impor barang dagangan, 1999–2001 dan 2020–2022

Ekspor barang dagangan					
	Miliaran dolar AS, 1999–2001	Besar persen	Miliaran dolar AS, 2020–2022	Besar persen	Perubahan persen
Asia	35.4	64%	165.7	72%	367
Afrika	1.1	2%	6.4	2.8%	474
Australia dan Oceania	1.6	3%	4	1.8%	151
Amerika Utara	8	14%	25.2	11%	212
Amerika Latin dan Karibia	0.9	2%	4.6	2%	385
Uni Eropa	7.8	14%	17.4	7.6%	123

Impor barang dagangan					
	Miliaran dolar AS, 1999–2001	Besar persen	Miliaran dolar AS, 2020–2022	Besar persen	Perubahan persen
Asia	18	61%	141.2	74%	680
Afrika	0.9	3%	6.3	3%	589
Australia dan Oceania	1.8	6%	9.1	5%	389
Amerika Utara	3.6	12%	12.7	7%	251
Amerika Latin dan Karibia	0.5	2%	6	3%	1025
Uni Eropa	4	13%	10.9	6%	174

Sumber: Buku Statistik Tahunan Indonesia (2002, 2023).

4. PEREMPUAN PENGUSAHA DAN PEKERJA DI PERDAGANGAN INTERNASIONAL: STUDI KASUS TERPILIH

Beberapa studi telah mendokumentasikan dampak positif liberalisasi perdagangan terhadap kesetaraan gender di Indonesia. Misalnya saja, di daerah-daerah yang lebih rentan terhadap penurunan tarif masukan impor, terdapat dampak positif terhadap partisipasi perempuan dalam pekerjaan berbayar dan dampak negatif terhadap tingkat partisipasi mereka dalam pekerjaan rumah tangga.¹⁸ Dampak ketenagakerjaan ini mencerminkan peralihan nyata perempuan dari pekerjaan rumah tangga ke pekerjaan pasar, bukan hanya bekerja beberapa jam sambil tetap menjadikan pekerjaan rumah tangga sebagai aktivitas utama mereka. Hal ini juga tampaknya disebabkan oleh perluasan sektor-sektor yang padat karya perempuan menyusul pemotongan tarif masukan dan pengurangan segregasi gender sektoral di kalangan pekerja berketerampilan rendah. Pengurangan tarif keluaran dan peningkatan kompetisi asing mempunyai dampak yang lemah terhadap pola ketenagakerjaan laki-laki dan perempuan. Penurunan angka kesuburan dan penundaan pernikahan merupakan dampak positif gender lainnya dari liberalisasi perdagangan di Indonesia (Kis-Katos et al., 2018a).

Partisipasi angkatan kerja perempuan meningkat perlahan di Indonesia setelah tahun 2000, namun peran relatif perdagangan internasional menurun dalam hal meningkatkan kesempatan kerja bagi perempuan dari tahun 2000 hingga 2010. Penurunan kebutuhan tenaga kerja perempuan di sektor-sektor yang berorientasi ekspor terutama disebabkan oleh peningkatan pangsa sektor pertambangan yang didominasi laki-laki dalam total ekspor. Faktanya, intensitas pekerjaan perempuan meningkat terutama di sektor-sektor yang relatif mengalami penurunan

perdagangan internasional antara tahun 2000 dan 2010 (Kis-Katos et al., 2018b).

Bagian ini menyajikan kasus-kasus sektoral yang dipilih dari berbagai sektor perekonomian (yaitu, pertanian, industri, jasa) untuk menjelaskan hubungan antara perdagangan dan pemberdayaan ekonomi perempuan serta pengembangan kewirausahaan di Indonesia. Studi kasus sektor ini dipilih karena tingginya tingkat lapangan kerja perempuan di sektor-sektor tersebut dan kontribusinya terhadap komposisi perdagangan Indonesia. Analisis ini didasarkan pada tinjauan studi yang ada dan data sekunder yang tersedia.

4.1. PERTANIAN: SEKTOR KELAPA SAWIT

Setelah jasa, pertanian merupakan sektor ekonomi terpenting kedua bagi lapangan kerja perempuan di Indonesia, seperti yang ditunjukkan pada Bagian 2. Produk pertanian utama Indonesia adalah minyak sawit,¹⁹ bungkil inti sawit (palm kernel), karet, coklat, kopi, teh dan tembakau (FAO, 2019).

4.1.1. Sektor kelapa sawit di Indonesia

Kelapa sawit, tanaman ekspor utama di Indonesia, sangat melekat dalam rantai nilai global dan secara langsung atau tidak langsung berdampak pada penghidupan 16.2 juta orang di negara ini. Sektor ini dianggap sebagai sektor strategis karena kontribusinya terhadap ekspor, penciptaan lapangan kerja, pembangunan pedesaan, dan pengentasan kemiskinan. Sektor kelapa sawit juga merupakan sektor yang sangat diperdebatkan karena dampak buruknya terhadap lingkungan (misalnya, penggundulan hutan,

¹⁸ Angka ini diukur berdasarkan persentase penduduk usia kerja yang melaporkan pekerjaan rumah tangga sebagai aktivitas utama mereka selama minggu sebelumnya. Perlu dicatat bahwa partisipasi dalam pekerjaan dan pekerjaan rumah tangga tidak saling eksklusif satu sama lain. Oleh karena itu seseorang dapat melaporkan pekerjaan rumah tangga sebagai aktivitas utamanya dan sekaligus bekerja selama satu jam atau lebih selama seminggu terakhir (Kis-Katos et al., 2018a).

¹⁹ Minyak kelapa sawit adalah salah satu minyak nabati yang paling banyak digunakan di dunia, penggunaannya mulai dari memasak dan untuk segala jenis makanan (misalnya pencernaan, makanan anjing) hingga bahan bakar hayati (biofuel) dan berbagai produk perawatan dan kecantikan. (Breucker, n.d.).

hilangnya keanekaragaman hayati) dan dampak sosial (misalnya, kondisi kerja yang buruk) (Azahari, 2022).

Terdapat pembagian kerja berdasarkan gender yang jelas di sektor kelapa sawit di Indonesia. Perempuan berpartisipasi sebagai petani kelapa sawit, karyawan, dan pekerja perkebunan kelapa sawit (Azahari, 2022). Meskipun pertanian kelapa sawit bersifat padat karya laki-laki, jumlah perempuan dalam pekerjaan agronomi meningkat dari 10.9 persen pada tahun 2010 menjadi 56.5 persen pada tahun 2020 di 22 provinsi (dari 38 provinsi) yang mengalami perluasan produksi kelapa sawit. (Mardiharini et al., 2021).

Pada tahun 2021, perkebunan swasta (55 persen), perkebunan pemerintah (3.8 persen), dan perkebunan rakyat (41.2 persen) memiliki total lahan seluas 14,621,693 hektar (BPS, 2022c).²⁰ India, China, Pakistan, dan Amerika Serikat merupakan pasar ekspor utama produk kelapa sawit Indonesia (BPS, 2023).

Partisipasi perempuan di sektor kelapa sawit

Pekerjaan lapangan sebagian besar dipisahkan berdasarkan gender karena kurangnya mekanisasi dan pemanenan yang didominasi laki-laki, karena pekerjaan tersebut dianggap terlalu berat bagi perempuan. Perempuan justru berperan aktif dalam pengelolaan kelapa sawit, dan pasangan suami istri memperlakukan perkebunan kelapa sawit sebagai milik bersama dalam peran mereka sebagai pemilik perkebunan. Baik perempuan maupun laki-laki aktif sebagai petani dalam memonitor pekerjaan pemanenan, membawa buah ke pinggir jalan, dan memungut buah yang jatuh, serta melakukan tugas pemeliharaan (misalnya membersihkan semak belukar, memangkas pohon, menyebarkan pupuk, menyemprot herbisida, dan menggunakan pestisida) (Li, 2015).

Sebagai pekerja yang dibayar, laki-laki berkonsentrasi pada tugas pemanenan dan perempuan biasanya melakukan kegiatan pemeliharaan (misalnya, menyemprotkan pestisida atau menyebarkan pupuk) (Sinaga, 2020). Laki-laki memiliki porsi pekerjaan tetap yang lebih besar, sementara perempuan cenderung terkonsentrasi pada pekerjaan lepas (misalnya, bekerja kurang dari 20 hari per bulan). Perempuan dan anggota keluarga lainnya juga membantu suami atau anggota keluarga laki-laki mereka, tanpa dibayar,

dalam memenuhi target harian mereka sebagai pekerja di perkebunan (Azahari, 2022). Oleh karena itu, karena para perempuan dan anggota keluarga lainnya tidak diberi kompensasi, pekerjaan mereka tidak terlihat. Ada juga kesenjangan antara migran dari provinsi lain di Indonesia dan non-migran atau penduduk lokal. Laki-laki lokal dapat memperoleh pekerjaan panen dengan gaji yang lebih baik dari petani kecil, sementara laki-laki migran bekerja di perkebunan besar dengan upah yang lebih rendah (Li, 2015).

Pekerja perempuan juga menghadapi beban menggabungkan pekerjaan di perkebunan kelapa sawit dengan pekerjaan di sisa lahan untuk budidaya pangan dan pekerjaan rumah tangga dan perawatan di rumah tangga yang tidak dibayar, yang mengakibatkan kemiskinan waktu. Bahkan ketika perempuan mempunyai waktu luang, jarang sekali dialokasikan ke pekerjaan di luar pertanian. Hal ini terjadi karena perempuan menghadapi hambatan budaya dan kurangnya sumber daya manusia yang diperlukan untuk berpartisipasi dalam pekerjaan di luar pertanian, terutama ketika tidak ada kebutuhan yang mendesak. Selain itu, dibandingkan dengan rumah tangga yang menanam tanaman tradisional seperti karet, perempuan dalam rumah tangga yang membudidayakan kelapa sawit memiliki tingkat partisipasi yang lebih rendah dalam pengambilan keputusan mengenai kegiatan penanaman dan pengendalian pendapatan tanaman. Hal ini tampaknya mencerminkan keterlibatan perempuan yang lebih terbatas dalam pertanian kelapa sawit dibandingkan tanaman tradisional (Mardiharini et al., 2021).

Petani perempuan di sektor kelapa sawit

Kelapa sawit telah menghasilkan peningkatan kesejahteraan seperti mata pencaharian baru dan peluang kerja yang menguntungkan baik laki-laki maupun perempuan. Namun hal ini menimbulkan kerugian yang sangat besar bagi perempuan yang bertanggung jawab atas pekerjaan rumah tangga dan ketahanan pangan rumah tangga mereka. Misalnya, di Kalimantan Timur dan Barat, ketika kelapa sawit menjadi sumber pendapatan utama, hal ini mengakibatkan menurunnya pertanian subsisten (misalnya, padi, sayuran) dan kegiatan berbasis hutan (misalnya, mencari gaharu, damar, kayu, perikanan, perburuan). Hal ini pada gilirannya meningkatkan

²⁰ Ekspor minyak sawit mentah memiliki volume 25,624,258 ton dan nilai USD26,755,136.000 pada tahun 2021 (BPS, 2022b).

ketergantungan pada ekonomi tunai dan mengurangi kendali rumah tangga terhadap ketahanan pangan (Elmhirst et al., 2017b).

Negosiasi antara perusahaan dan masyarakat sering kali tidak seimbang, sehingga menimbulkan kerugian baik bagi perempuan maupun laki-laki, dan manfaat hanya dinikmati oleh segelintir rumah tangga saja. Perempuan mengalami lapisan ketimpangan tambahan karena mereka dikucilkan dari lembaga-lembaga yang mengatur kelapa sawit dan mbingkainya sebagai “urusan laki-laki”.

Skema petani kecil mengharuskan kepala rumah tangga, sebagian besar laki-laki, untuk mendaftarkan tanah atas nama mereka. Hal ini mempunyai dua implikasi besar. Pertama, laki-laki memegang kendali atas pendapatan dari lahan tersebut dan memiliki kepemilikan formal atas tanah tersebut, tanpa memandang siapa yang memilikinya sebelumnya. Kedua, laki-laki secara otomatis menjadi anggota koperasi dan asosiasi produsen yang memainkan peran penting dalam pengelolaan dan monitoring. Hal ini menghalangi perempuan untuk berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan (Li, 2015). Selain itu, norma-norma gender tradisional menghalangi perempuan untuk berperan aktif dalam proses-proses tersebut (Elmhirst et al., 2017b).

Dalam kasus perkebunan kelapa sawit skala besar, pengalihan lahan dari pemilik tanah adat ke perkebunan menghapuskan hak-hak perempuan, generasi muda, dan laki-laki non-elit yang tidak melakukan kesepakatan dengan perusahaan perkebunan, dan menutup pilihan pertanian yang beragam dan fleksibel untuk generasi mendatang sekaligus memberi manfaat kepada kelompok laki-laki elit yang dapat melakukan kesepakatan tersebut dan mendapatkan kompensasi yang baik dari mereka (Li, 2018).

Dalam kasus perkebunan kecil kelapa sawit mandiri, petani kecil perempuan mempertahankan hak atas tanah (yang umumnya setara) yang mereka miliki dalam sistem pertanian tradisional, membuat keputusan bersama dalam bertani, dan mendapatkan bagian manfaat yang setara. Namun, jika skema dukungan yang berpihak pada masyarakat miskin tidak diterapkan, maka perkebunan kelapa sawit kecil swadaya memerlukan modal untuk membayar masukan yang berkualitas. Petani kecil ini seringkali mempekerjakan laki-laki muda yang terampil sebagai pemanen, sementara perempuan miskin dan laki-laki

lanjut usia kehilangan pendapatan dari menyadap karet ketika kelapa sawit menggantikan karet (Li, 2018).

Pekerja penerima upah perempuan di sektor kelapa sawit

Perempuan memang mendapatkan pekerjaan berupah teratur di perkebunan kelapa sawit, namun sebagian besar dilakukan secara lepas. Artinya, mereka tidak dapat memperoleh sumber penghasilan tetap dan tidak berhak atas tunjangan apa pun seperti cuti sakit atau cuti hamil yang dibayar. Pembayaran mereka seringkali bergantung pada pencapaian target panen harian yang tinggi (Elmhirst et al., 2017b).

Tenaga kerja perempuan sangat penting bagi perkebunan untuk menjaga hubungan kerja yang bergantung pada tenaga kerja murah karena ketimpangan upah gender. Bahkan ketika perempuan bisa mendapatkan pekerjaan sebagai pekerja tetap, upah mereka masih di bawah upah minimum yang ditetapkan. Target produksi yang tidak realistis juga menimbulkan permasalahan kerja paksa, karena target tersebut mendorong seluruh anggota keluarga, termasuk perempuan dan anak-anak, untuk bekerja berdampingan dengan pekerja upahan (Fair Labor Association and the Consumer Goods Forum, 2018).

Upah dan jam kerja sebanding antara pekerja perempuan dan laki-laki (Mardiharini et al., 2021). Partisipasi perempuan dalam inisiatif peningkatan kapasitas kelapa sawit juga meningkat seiring berjalannya waktu, meskipun masih tertinggal dibandingkan laki-laki.

Pekerja perempuan menghadapi kondisi kerja yang lebih berbahaya dibandingkan pekerja laki-laki karena dalam kegiatan pemeliharaannya perempuan terpapar langsung pada pestisida dan pupuk, seringkali tanpa peralatan keselamatan yang memadai. Selain melakukan pekerjaan pemeliharaan di perkebunan kelapa sawit, perempuan juga banyak terlibat dalam pengumpulan dan penjualan sisa buah-buahan yang berserakan. Karena ini merupakan kegiatan ilegal, perempuan yang melakukannya menghadapi risiko intimidasi atau bahkan pelecehan seksual oleh petugas keamanan (White and White, 2012).

Praktik diskriminatif dan kekerasan terhadap pekerja perempuan masih menjadi isu di sektor kelapa sawit karena buruknya pengelolaan dan monitoring terhadap perkebunan kelapa sawit, terutama di wilayah yang sulit diakses. Hal ini terjadi meskipun sistem sertifikasi

perkebunan kelapa sawit berkelanjutan semakin marak, seperti Indonesian Sustainable Palm Oil (ISPO) dan Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO), yang juga mengatur perlindungan hak-hak perempuan di perkebunan tersebut.

4.2. INDUSTRI: SEKTOR PAKAIAN JADI DAN FURNITUR

4.2.1. Sektor pakaian jadi

Negara-negara Asia terus menjadi “faktor garmen” dunia, sebuah fenomena yang semakin meningkat setelah masuknya China ke dalam Organisasi Perdagangan Dunia (WTO) dan penghapusan Multifibre Arrangement (MFA) secara bertahap.²¹ Sektor tekstil dan pakaian jadi Indonesia menyumbang 1.03 persen terhadap PDB pada tahun 2022 (BPS, 2023) dan 2.9 persen dari total ekspor pada tahun 2021, seperti yang ditunjukkan pada bagian 3.1. Penghapusan MFA secara bertahap tidak berdampak buruk terhadap daya saing Indonesia; faktanya, volume ekspor negara ini jauh lebih tinggi pada tahun 2010 dibandingkan pada tahun 1990an (ILO, 2022c). Indonesia memiliki pasar lokal yang besar dan termasuk dalam 10 negara produsen tekstil dan pakaian jadi terbesar di dunia, yang mengandalkan sektor ini sebagai sumber ekspor dan lapangan kerja. Seperti di tempat lain, isu keberlanjutan seperti perlindungan lingkungan dan kondisi kerja yang layak menjadi perhatian (Sarasi dan Satyakti, 2023).

Industri garmen menciptakan lapangan kerja formal bagi jutaan pekerja di Indonesia (Better Work, 2022), dan feminisasi lapangan kerja di sektor ini merupakan ciri utama strategi pembangunan berorientasi ekspor baik di Indonesia maupun di negara berkembang lainnya. Perusahaan mencari tenaga kerja perempuan berbiaya rendah sebagai respons terhadap ketatnya persaingan global, terutama di sektor manufaktur berketerampilan rendah seperti pakaian jadi dan alas kaki. Oleh karena itu, perusahaan memanfaatkan ketimpangan upah gender dan daya tawar perempuan yang relatif lebih rendah sebagai sumber keunggulan kompetitif di pasar internasional. Di Indonesia, feminisasi lapangan kerja di sektor pakaian jadi terjadi pada saat meningkatnya produksi ekspor berbasis

pabrik berskala besar pada tahun 1970an dan 1980an melalui penggantian operator mesin jahit laki-laki dengan pekerja baru perempuan (ILO, 2021a).

Pekerja upahan perempuan di sektor pakaian jadi

Pakaian jadi menyumbang 3.1 persen dari total pekerjaan perempuan di Indonesia, dan perempuan menyumbang 63 persen dari total pekerjaan di sektor ini.²² Intensitas pekerjaan perempuan lebih tinggi (sekitar 80 persen) dibandingkan statistik resmi berdasarkan data pemasok lima merek garmen dan alas kaki besar di Indonesia (Tijdens et al., 2018). Selain pekerjaan berupah, perempuan juga mendominasi pekerja upah borongan, sebagian besar informal, di sektor pakaian jadi. Namun partisipasi mereka dalam posisi manajerial sangat rendah; hanya 15 persen perusahaan yang memiliki CEO perempuan, dan hanya 8.1 persen anggota dewan direksi adalah perempuan (ILO, 2019).

Dalam hal upah, rata-rata ketimpangan upah gender di Indonesia (6.8 persen) jauh lebih rendah dibandingkan rata-rata regional (18 persen) di sektor tekstil, garmen, dan alas kaki di Asia. Hal ini menyiratkan bahwa proses feminisasi lebih mengandalkan stereotip gender mengenai tugas dibandingkan perbedaan biaya tenaga kerja dalam konteks Indonesia (ILO, 2021a). Norma dan stereotip gender mengelompokkan pekerja ke dalam kegiatan ekonomi tertentu berdasarkan jenis kelamin. Perempuan yang dinilai memiliki jari yang lincah dinilai lebih cocok untuk melakukan tugas padat karya di sektor pakaian jadi.

Dalam hal kondisi kerja, terdapat kemajuan besar dari waktu ke waktu dalam hal kepatuhan terhadap undang-undang ketenagakerjaan dan standar ketenagakerjaan internasional di sektor garmen. Namun, kesehatan dan keselamatan kerja, penggunaan jenis kontrak kerja yang tepat, dan batasan jam lembur adalah ranah di mana ketidakpatuhan masih terjadi di pabrik garmen (Better Work, 2022).

Inisiatif seperti Better Work Program (BWP) di beberapa negara termasuk Indonesia (kotak 3) bertujuan untuk melawan kecenderungan “race to the bottom” di negara-negara berkembang khususnya di sektor padat karya. Menurut survei BWP, sekitar empat dari setiap lima pekerja di pabrik garmen yang tercakup dalam

²¹ Istilah “pakaian jadi” dan “garmen” digunakan secara bergantian dalam kajian ini.

²² Berdasarkan basis data ILOStat (diakses 10 April 2023). Data untuk tahun 2015, tahun terbaru yang tersedia. Data ketenagakerjaan subsektor manufaktur tidak tersedia di situs web BPS.

Kotak 3. Better Work Programme di Indonesia

Better Work Programme, sebuah inisiatif bersama Organisasi Perburuhan Internasional (ILO) dan International Finance Corporation, diprakarsai di Indonesia pada tahun 2011 untuk meningkatkan kondisi kerja dan daya saing di sektor garmen ekspor. Lebih dari 200 pabrik berpartisipasi dalam program ini, dan menjangkau hampir 400,000 pekerja, 80 persen di antaranya adalah perempuan.

Program ini beroperasi pada berbagai tingkatan. Di tingkat masing-masing pabrik, pabrik menerima pelatihan khusus dan layanan konsultasi (misalnya untuk membantu membentuk komite pekerja-manajer dan rencana perbaikan untuk ketidakpatuhan yang teridentifikasi) yang diberikan oleh staf terlatih. Ada juga asesmen tahunan yang tidak diumumkan sebelumnya mengenai kondisi pabrik untuk mengidentifikasi tingkat kepatuhan terhadap standar inti ketenagakerjaan ILO dan peraturan nasional. Di tingkat nasional, program ini menyatukan berbagai pemangku kepentingan dari dunia usaha, pekerja, dan pemerintah, seperti Kementerian Ketenagakerjaan, federasi serikat pekerja garmen utama Indonesia, Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO), dan Asosiasi Pertekstilan Indonesia (API).

Asesmen terhadap perusahaan-perusahaan yang terdaftar dalam program ini menunjukkan bahwa mereka memiliki kualitas komunikasi dan kondisi kerja yang lebih baik dalam hal gaji dan jam kerja, serta standar keselamatan dan kesehatan kerja serta kesejahteraan yang lebih baik, dibandingkan perusahaan-perusahaan yang tidak ikut serta dalam program ini. Perusahaan-perusahaan yang ikut dalam program ini memperluas akses terhadap layanan kesehatan terkait kehamilan dan meningkatkan kepatuhan terhadap peraturan nasional yang menetapkan hak-hak terkait pertimbangan kesehatan perempuan, seperti memberikan waktu istirahat yang memadai untuk menyusui. Perusahaan yang ikut serta juga menikmati peningkatan keuntungan tahunan melalui tingkat produktivitas yang lebih tinggi, namun peningkatan keuntungan ini bergantung pada persyaratan kontrak yang lebih baik yang diperoleh dari pembeli utama perusahaan.

Sumber: Better Work (2021, 2022).

BWP di Indonesia mengidentifikasi pelecehan seksual atau sentuhan seksual sebagai masalah di tempat kerja, dan sekitar 37 persen dari pekerja tersebut mendiskusikannya dengan manajer atau supervisor mereka. Rasio ini jauh lebih tinggi dibandingkan rasio negara-negara lain yang tercakup dalam program ini (Better Work, 2019).²³ Dilaporkan juga bahwa banyak perempuan tidak memiliki hak perlindungan kehamilan dan tetap rentan selama masa kehamilan mereka saat bekerja di pabrik garmen (Better Work Indonesia, 2017).

Analisis terhadap survei yang dilakukan oleh BWP selama tahun 2012–2014 mengungkapkan beberapa temuan mengenai pabrik garmen di Indonesia yang berpartisipasi dalam program ini dari sudut pandang gender (Imron et al., 2017). Ada pemisahan berbasis gender yang jelas dalam pekerjaan, dimana perempuan mendominasi posisi operator mesin jahit dan laki-laki terkonsentrasi pada posisi mekanik, pengawas, pemotong, dan pengepakan. Pekerja laki-laki lebih banyak menerima promosi dibandingkan perempuan, meskipun ketimpangan upah berdasarkan gender menjadi tidak signifikan selama masa studi. Mayoritas

pekerja menganggap lingkungan kerja mereka adil dan nyaman.

Demikian pula, diskusi kelompok terfokus yang dilakukan dengan para pekerja di lima pabrik garmen di Jakarta dan Cianjur pada bulan Mei 2017 mengungkapkan bahwa kondisi kerja dan kesejahteraan individu lebih baik di pabrik BWP dibandingkan di pabrik non-BWP (Satrya et al., 2017). Misalnya, upah di bawah upah minimum regional di pabrik non-BWP, dan di pabrik BWP melebihi upah minimum regional. Cuti hamil tidak tersedia di pabrik non-BWP, sedangkan cuti berbayar selama tiga bulan diberikan di pabrik BWP untuk mematuhi undang-undang ketenagakerjaan. Peralatan keselamatan dan layanan klinik tidak disediakan di pabrik non-BWP, sedangkan layanan tersebut disediakan di pabrik BWP. Pelecehan seksual tidak dilaporkan di kedua kelompok pabrik tersebut. Pekerja di pabrik BWP memiliki lebih banyak waktu untuk keluarga dan kehidupan pribadi, sedangkan pekerja non-BWP bekerja pada akhir pekan untuk memenuhi target.

Selain mendukung pemberdayaan ekonomi perempuan, kesetaraan dan keberagaman gender

²³ Hal ini mungkin juga disebabkan karena para pekerja cenderung lebih bersedia untuk menyuarakan keprihatinan mereka melalui survei.

di tempat kerja juga meningkatkan hasil usaha. Menurut survei yang dilakukan oleh Organisasi Perburuhan Internasional (ILO) di Indonesia, 77 persen perusahaan yang disurvei setuju bahwa keberagaman gender membantu meningkatkan hasil usaha mereka, dibandingkan dengan rata-rata 68 persen perusahaan yang disurvei di Asia dan Pasifik. Di antara perusahaan-perusahaan yang disurvei di Indonesia, 66 persen melaporkan peningkatan profitabilitas dan produktivitas, serta manfaat lainnya (misalnya kecekatan tangan pekerja), dibandingkan penghematan biaya. Di antara berbagai sektor di negara ini, perusahaan manufaktur mempunyai tingkat tertinggi dalam melaporkan hasil usaha yang lebih baik akibat meningkatnya keberagaman gender (83 persen) (ILO, 2021a).

Perempuan pengusaha di sektor pakaian jadi

Sangat sedikit kajian yang menelaah kasus perempuan pengusaha di sektor pakaian jadi di Indonesia. Kotak 4 menyajikan ringkasan temuan dari studi lapangan terhadap 204 UKM (157 UKM milik laki-laki dan 47 UKM milik perempuan) di sektor ini yang dilakukan selama bulan April-Mei 2017.

4.2.2. Sektor furnitur

Industri furnitur merupakan sektor penting bagi perekonomian Indonesia karena potensinya yang tinggi untuk perdagangan domestik dan internasional. Industri ini juga merupakan industri yang berakar pada budaya yang mempekerjakan jutaan orang secara langsung dan tidak langsung. Pusat kegiatan mebel

Kotak 4. Temuan studi lapangan tentang pengusaha perempuan di sektor pakaian jadi

Jumlah usaha kecil dan menengah (UKM) yang dimiliki oleh laki-laki (26 persen) relatif lebih tinggi dibandingkan yang dimiliki oleh perempuan (11-13 persen) yang memproduksi dalam jumlah besar, menjalankan toko sendiri, dan melakukan subkontrak produksi kepada produsen yang lebih kecil. Baik perempuan maupun laki-laki umumnya mengandalkan jaringan pribadi untuk mendapatkan informasi pemasaran dan produksi. Namun, UKM pakaian jadi milik perempuan lebih banyak berinteraksi dengan lembaga pemerintah (misalnya mencari informasi, bertemu dengan penyuluh) dan mengakses program bantuan pemerintah dibandingkan UKM milik laki-laki.

UKM pakaian jadi milik laki-laki dan perempuan merasa sulit untuk meminjam dari lembaga keuangan karena tingginya suku bunga dan tuntutan jaminan. Mereka lebih memilih untuk mendapatkan dukungan pemerintah untuk melakukan pinjaman, namun hanya sebagian kecil dari mereka yang melakukan hal tersebut. Kedua kelompok tersebut menggunakan dana mereka sendiri atau meminjam dari keluarga atau kerabat untuk investasi modal awal dan, faktanya, banyak pemilik yang mewarisi usaha mereka dari keluarga mereka. Di antara perusahaan-perusahaan yang disurvei, 48 persen UKM pakaian jadi milik perempuan meminjam dari bank, dan 31 persen menggunakan tabungan pribadi mereka untuk modal selanjutnya.

Sebagian besar UKM menerima pelatihan yang dibantu pemerintah mengenai praktik bisnis umum, meskipun mereka juga mencari dukungan di bidang lain seperti pembiayaan dan fasilitasi perdagangan. Meskipun tingkat kesadaran mengenai jaringan bisnis tinggi, hanya 34 persen UKM pakaian jadi milik laki-laki dan perempuan yang menjadi anggota asosiasi. Manfaat utama dari keanggotaan adalah akses terhadap informasi mengenai pasar dan masukan, bantuan program bagi pengusaha perempuan, dan kemampuan untuk membangun jaringan dengan pihak lain dalam industri ini.

Di antara UKM pakaian jadi milik laki-laki dan perempuan, hanya sedikit yang melakukan ekspor, dan hanya sedikit dari mereka yang meminta bantuan ekspor. Mereka percaya bahwa pasar domestik cukup besar untuk kegiatan usaha mereka, dan tidak ingin mengambil risiko kehilangan pangsa pasar domestik jika mulai mengekspor. Separuh dari UKM pengeksport pakaian jadi milik perempuan menyebutkan terbatasnya ketersediaan informasi mengenai persyaratan produk di pasar luar negeri sebagai tantangan utama ekspor. Sepertiga dari mereka menyebutkan tantangan produksi (misalnya masalah pemenuhan standar kualitas, rendahnya kapasitas produksi, kurangnya tenaga kerja terampil) sebagai kendala ekspor yang penting, sementara seperlima menyebutkan akses terhadap modal sebagai kendala lainnya. Dalam hal bantuan ekspor yang disukai, sebagian besar perempuan dan laki-laki menyebutkan dukungan pemasaran dan keuangan. Relatif lebih banyak perempuan yang juga menyebutkan dukungan terhadap masalah ketenagakerjaan, masukan, dan kapasitas produksi.

Sumber: TPSA Project dan AKATIGA Center for Social Analysis (2018).

dan ukir di Indonesia adalah Kabupaten Jepara, Jawa Tengah. UKM mendominasi industri furnitur dan menyesuaikan proses dan produk mereka untuk memenuhi permintaan pembeli agar dapat bertahan dalam persaingan yang ketat. Asosiasi Pengrajin Kayu Jepara (APKJ) didirikan pada tahun 2009 untuk mendukung produsen furnitur skala kecil di Jepara (Purnomo et al., 2013).

Furnitur merupakan salah satu sektor padat karya yang rentan, bersama dengan pakaian jadi, kulit, tekstil, dan manufaktur lainnya, yang paling terkena dampak pandemi COVID-19. Pemerintah Indonesia mengambil beberapa langkah untuk mendukung sektor industrinya, termasuk furnitur, selama pandemi (UNIDO, 2022). Hal ini membantu industri-industri yang paling terpuak dalam memenuhi permintaan bahan baku mereka, dan menyederhanakan prosedur ekspor bagi mereka. Pemerintah juga menerapkan paket stimulus umum bagi seluruh industri, termasuk subsidi listrik, penundaan pembayaran pajak, dan relaksasi izin impor bahan baku industri. Pusat pengembangan didirikan untuk memfasilitasi akses UKM terhadap bahan baku dan masukan.

Partisipasi perempuan di sektor furnitur

Hubungan gender berperan penting dalam partisipasi perempuan di sektor furnitur di Indonesia. Sebagai pekerja, perempuan terkonsentrasi di antara pekerja yang dibayar harian, yang memungkinkan mereka melakukan pekerjaan rumah tangga dan tanggung jawab perawatan mereka secara bersamaan dengan pekerjaan yang dibayar. Sifat pekerjaan yang bersifat musiman dan sementara memberikan sedikit kesempatan bagi perempuan untuk meniti tangga karier (Fauzan et al., 2009, dikutip dalam Melati et al., 2013). Norma gender melarang perempuan untuk keluar rumah sendirian di malam hari dan membuat perempuan tidak nyaman menghadiri pertemuan yang didominasi laki-laki (Purnomo et al., 2011).

Berdasarkan studi lapangan pada rantai nilai furnitur di Jepara, laki-laki terkonsentrasi pada kegiatan utama dan perempuan pada kegiatan pendukung, dimana laki-laki lebih banyak terlibat dalam pekerjaan yang memberikan nilai tambah dan gaji yang lebih baik dibandingkan perempuan. Hal ini sebagian mencerminkan stereotip gender tradisional mengenai pekerjaan – misalnya, tugas-tugas seperti mengoperasikan mesin yang rumit dianggap terlalu berbahaya bagi perempuan. Hal ini juga merupakan

cerminan dari pembagian kerja berbasis gender yang memberikan perempuan pekerjaan rumah tangga dan tanggung jawab mengurus rumah tangga (Nansereko, 2010).

Jika dilihat lebih dekat pada rantai nilai furnitur di Jepara, terlihat bahwa baik laki-laki maupun perempuan berpartisipasi dalam berbagai titik rantai nilai yang berbeda, yaitu pengecer, perusahaan finishing dan eksportir (gudang furnitur), bengkel furnitur skala kecil, pabrik penggergajian kayu, pengecer kayu, dan perkebunan hutan. Perempuan sangat terkonsentrasi di gudang dibandingkan di tempat lain dalam rantai nilai. Di gudang, mereka mengampelas furnitur, mengecatnya dan/atau mengoleskan pernis dengan tangan (seringkali tanpa pistol semprot), lalu membungkusnya untuk pengiriman. Di bengkel, mereka mengukir dan mencari bahan, serta melaksanakan tugas seperti pembukuan, hubungan pelanggan, dan jaminan mutu. Sebaliknya, laki-laki mendesain furnitur, mencari sendiri bahan-bahan furnitur, mengangkat kayu atau potongan furnitur, menggergaji kayu, merawat peralatan menggergaji, melakukan pertukangan, mengukir, mengemas barang-barang berat, mengoperasikan mesin pengamplasan, memperbaiki retakan, dan mengaplikasikan finishing semprot. Mereka juga mendominasi keputusan pemasaran, penetapan harga, dan investasi yang terkadang melibatkan perempuan (Nansereko, 2010).

Perempuan juga berpartisipasi sebagai pekerja rumahan di sektor furnitur dan produk kayu seperti halnya di sektor padat karya lainnya, termasuk tekstil, pakaian jadi, dan alas kaki. Menurut studi lapangan yang dilakukan ILO (2015), bekerja di rumah adalah kegiatan ekonomi utama bagi sebagian besar pekerja rumahan perempuan, dan setengah dari mereka menunjukkan kesediaan mereka untuk memulai usaha sendiri jika diberi kesempatan. Pekerja rumahan bekerja paruh waktu atau bekerja dengan jam kerja berlebihan untuk meningkatkan pendapatan mereka, karena mereka dibayar berdasarkan upah borongan. Mereka dibayar paling rendah dalam rantai nilai industri. Di antara seluruh pekerja rumahan, upah terendah di sektor furnitur terdapat di Banten, Jawa Barat, dan Jawa Timur. Keuntungan utama pekerjaan rumahan bagi perempuan adalah kemampuan untuk melakukannya seraya melakukan pekerjaan rumah tangga.

Bersama dengan laki-laki, perempuan juga berpartisipasi di sektor furnitur sebagai wirausaha.

Di Jepara, perusahaan kecil mempunyai struktur kekeluargaan, dimana laki-laki dan perempuan bekerja sama secara erat. Dalam situasi ini, ayah sering bertindak sebagai kepala dan ibu sebagai bendahara dan sekretaris perusahaan, dan anak-anak mereka menjadi tenaga kerja utama. Pekerja tambahan dipekerjakan, bila diperlukan, tetapi strukturnya tetap dipertahankan sebagai usaha keluarga. Karena perusahaan dan rumah tangga saling tumpang tindih, arus informasi di antara anggota rumah tangga menjadi tinggi dan pengetahuan serta keterampilan apa pun yang diperoleh ayah diwariskan kepada perempuan yang menjalankan bisnis keluarga. Itulah sebabnya intervensi umum bermanfaat bagi laki-laki dan perempuan dalam situasi seperti ini (Purnomo et al., 2011).

Di Jepara, aksi kolektif melalui kelompok khusus perempuan lebih efektif bagi perempuan dibandingkan kelompok campuran untuk meningkatkan peluang bagi perempuan dalam rantai nilai produk hutan. Namun, terdapat kebutuhan untuk pelatihan tambahan mengenai keterampilan dan penggunaan teknologi bagi kelompok khusus perempuan (Shackleton, et al., 2012). Selain itu, tercatat bahwa perempuan tidak memiliki cukup waktu karena tanggung jawab rumah tangga untuk bergabung dengan APKJ dan mencoba inovasi yang disediakan oleh organisasi tersebut (Purnomo et al., 2013).

4.3. JASA: SEKTOR PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF SERTA SEKTOR PERBANKAN

4.3.1. Sektor pariwisata

Pariwisata berperan penting dalam perekonomian Indonesia, yang mempunyai implikasi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi, dan pendapatan devisa. Merupakan kontributor yang signifikan terhadap ekspor perdagangan jasa Indonesia. Pada tahun 2021, Indonesia berada di peringkat ke-32 dalam Indeks Pembangunan Perdagangan dan Pariwisata Forum Ekonomi Dunia, dan pariwisata menyumbang 3 persen dari total lapangan kerja di Indonesia.²⁴ Menurut Dewan Perjalanan dan Pariwisata Dunia (World Travel and Tourism Council/WTTC), hingga tahun 2032,

sektor pariwisata Indonesia diperkirakan akan tumbuh rata-rata sebesar 10 persen per tahun. Kontribusi sektor ini terhadap PDB ditargetkan mencapai hampir 5.7 persen, dan pertumbuhan ini diperkirakan akan menciptakan hampir 16 juta lapangan kerja pada tahun 2032 (WTTC, 2022).

Sektor pariwisata mempunyai implikasi gender yang signifikan dalam hal partisipasi perempuan dalam perekonomian baik di sektor formal maupun informal, melalui sumber langsung dan tidak langsung.

Perempuan sebagai pekerja di sektor pariwisata

Jumlah pekerja perempuan di sektor pariwisata adalah 57.3 persen dibandingkan dengan 39.6 persen di perekonomian yang lebih luas pada tahun 2019, menurut Dashboard Pariwisata Organisasi Pariwisata Dunia PBB. Perluasan sektor pariwisata, termasuk melalui kebijakan liberalisasi, memberikan peluang bagi perempuan untuk mengisi banyak lapangan kerja baru yang dihasilkan melalui pengembangan sektor ini di Indonesia. Hambatan masuk yang rendah serta jenis dan jam kerja yang fleksibel (misalnya kerja paruh waktu dan shift) membuat perempuan lebih mudah mengakses peluang-peluang ini mengingat beban pekerjaan rumah tangga mereka yang tidak dibayar (UNWTO dan UN Women, 2011).

Namun, ada beberapa hambatan yang menghambat partisipasi perempuan di sektor ini. Misalnya, perempuan memiliki akses terbatas terhadap pendidikan teknis dan sumber daya di bidang pariwisata, yang dapat mengurangi manfaat yang mereka peroleh dari pengembangan pariwisata.

Perempuan yang bekerja di sektor pariwisata di Indonesia sangat rentan terhadap sindiran seksual, sehingga banyak dari mereka enggan terjun ke sektor tersebut. Perempuan sering kali mendapat pembatasan ganda dalam partisipasi formal di sektor pariwisata karena mereka terlahir sebagai perempuan dan tidak memiliki keterampilan. Misalnya, dalam studi mengenai lapangan kerja perempuan di bidang pariwisata di kawasan Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC), bias seperti perempuan harus mengurus rumah tangga dan anak-anak, kurangnya akses perempuan terhadap pendidikan pariwisata, cuti hamil, dan perempuan bekerja tidak dianggap

²⁴ Indeks tersedia di <https://www.weforum.org/reports/travel-and-tourism-development-index-2021/explore-the-data> (diakses 19 Agustus 2023).

sebagai hal biasa dilaporkan sebagai alasan kurangnya partisipasi perempuan di sektor pariwisata (Hutchings et al., 2020). Perempuan juga menghadapi diskriminasi nyata dalam perekrutan di sektor pariwisata. Untuk beberapa lowongan pekerjaan, persyaratannya mencakup kriteria penampilan fisik perempuan, seperti menarik, tinggi, dan berpakaian bagus (Antara et al., 2019). Oleh karena itu, pekerjaan perempuan di sektor pariwisata di Indonesia sering kali mengambil “bentuk fleksibel” yang mengakomodasi seluruh pekerjaan rumah tangga mereka yang tidak dibayar, dan kontribusi mereka pada sektor pariwisata secara budaya ditafsirkan sebagai membantu anggota keluarga mereka melakukan pekerjaan berbayar di sektor pariwisata (Fagertun, 2013).

Sektor pariwisata ditandai dengan tingginya tingkat segregasi gender dalam pekerjaan. Perempuan yang bekerja pada pekerjaan serupa di Indonesia harus menyesuaikan diri dengan idealisme gender yang dominan dan mendapatkan pekerjaan dengan status sosial yang terhormat (Ford dan Parker, 2008). Misalnya, di sektor pariwisata di Lombok, perempuan seringkali bekerja di ranah yang dianggap lebih bersifat domestik, seperti tata graha hotel, pramusaji, pekerja dapur, dan juru masak, sedangkan laki-laki bekerja sebagai penjaga keamanan, pengemudi, staf pemeliharaan, dan pemandu. Pekerjaan yang menonjol bagi perempuan adalah bekerja sebagai resepsionis di resor dan hotel besar (Indriansyah et al., 2020). Hal serupa terjadi di Karimunjawa, di mana pekerjaan ini dianggap menawarkan lebih banyak pendapatan dan lebih banyak peluang untuk berinteraksi dengan wisatawan (Indriansyah et al., 2020). Pada saat yang sama, peran yang didambakan seperti pemandu wisata sering kali tidak dapat diakses oleh perempuan karena mereka dianggap membutuhkan lebih banyak keterampilan, termasuk keterampilan berbahasa, dan pengalaman berinteraksi dengan wisatawan. Norma sosial dan budaya yang ada tidak mengizinkan perempuan memperoleh keterampilan atau pengalaman yang diperlukan (Indriansyah et al., 2020).

Perempuan juga memainkan peran utama dalam sektor wellness pariwisata Indonesia, seperti yang dibahas dalam Kotak 5.

Pemisahan pekerjaan yang disebutkan di atas mempunyai implikasi terhadap upah perempuan di sektor pariwisata, karena pekerjaan dengan keterampilan rendah menghasilkan upah yang lebih rendah. Selain segregasi pekerjaan, lapangan kerja di

sektor ini sangat informal dan bersifat musiman bagi perempuan. Studi kasus di kepulauan Karimunjawa menemukan bahwa perempuan lebih banyak memiliki pekerjaan di sektor pariwisata informal dibandingkan laki-laki (Indriansyah et al., 2020). Pekerjaan-pekerjaan tersebut antara lain mengoperasikan warung makan, menyiapkan makanan sebagai bagian dari paket sarapan penginapan, bekerja sebagai penjual barang dagangan dan makanan di pasar malam, dan bekerja sebagai petugas kebersihan dengan kontrak informal.

Konsentrasi perempuan di sektor informal juga mengakibatkan rendahnya daya tawar mereka dalam memanfaatkan kemungkinan kenaikan upah dari sektor pariwisata yang sedang berkembang. Hal ini terlihat jelas dari ketimpangan upah gender di sektor pariwisata di Indonesia, yang lebih besar sebesar 13 poin persentase di sektor pariwisata dibandingkan perekonomian yang lebih luas antara tahun 2014 dan 2018 (UNWTO, 2019).

Selain lapangan kerja informal dan segregasi pekerjaan bagi perempuan, sektor pariwisata Indonesia juga dilanda beberapa hambatan budaya yang membatasi partisipasi perempuan (Hutchings et al., 2020). Misalnya, terdapat persepsi mengenai kurangnya keterampilan perempuan dalam bernegosiasi dan mengambil keputusan – yaitu mereka dianggap lemah dan tidak mampu memberikan solusi jika ada masalah. Perempuan juga dianggap memiliki lebih banyak konflik dalam memilih antara pekerjaan dan keluarga dan tidak memiliki komitmen bekerja seperti laki-laki karena persyaratan seperti cuti hamil.

Meskipun pekerjaan pariwisata yang tersedia berubah rendah, berketerampilan rendah dan bersifat informal, pekerjaan tersebut masih lebih dihargai oleh perempuan jika dibandingkan dengan alternatif lain di bidang pertanian.

Perempuan sebagai wirausaha di sektor pariwisata

Perempuan juga berpartisipasi sebagai wirausaha di sektor pariwisata di Indonesia. Bisnis pariwisata bersifat musiman dan mengandalkan tenaga kerja sementara selama musim ramai. Sektor ini juga menarik migran laki-laki domestik dari daerah pedesaan ke tempat-tempat wisata utama di Indonesia. Misalnya, tenaga kerja migran tidak terampil dari seluruh penjuru negeri tiba di Bali dalam jumlah besar untuk berpartisipasi dalam sektor ini. Migrasi ini memberikan pengusaha perempuan basis bisnis yang baik karena banyak

Kotak 5. Partisipasi perempuan dalam sektor wellness di Indonesia

Pada tahun 2020, ekonomi wellness Indonesia bernilai USD36 miliar dan menyumbang 3.4 persen PDB negara. Karena pandemi COVID-19, sektor ini menyusut sebesar 10 persen dibandingkan tahun 2019. Sektor pariwisata wellness, sebagai bagian dari ekonomi wellness secara keseluruhan, bernilai USD1.7 miliar pada tahun 2020 (Global Wellness Institute, 2023). Pada tahun 2017, Indonesia merupakan pasar wisata wellness terbesar kedua di Asia Tenggara (setelah Thailand), dengan 1.3 juta karyawan langsung dan belanja sebesar USD6.9 juta (United Nations ESCAP, 2021).

Sektor wellness memberikan peluang yang semakin besar bagi perempuan untuk bekerja dan berwirausaha seiring dengan meningkatnya peran sektor ini dalam perekonomian. Selain itu, hal ini meningkatkan peluang kerja berketerampilan tinggi karena sektor ini membutuhkan produk dan layanan bernilai tinggi, secara aktif mempromosikan praktik keberlanjutan, dan melibatkan komunitas lokal untuk menciptakan pengalaman wellness dan budaya yang autentik (United Nations ESCAP, 2021). Sektor wisata wellness di Indonesia mencakup banyak kegiatan seperti retreat yoga, spa, retreat meditasi, retreat spiritual, dan detoks, di antara banyak lainnya (Meikassandra et al., 2020). Untuk terlibat dalam kegiatan-kegiatan ini, pekerja perempuan harus memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk membimbing dan memberi informasi kepada wisatawan tentang berbagai praktik wellness dan dampaknya terhadap kesehatan mereka.

Pertumbuhan industri wellness di Indonesia juga mempunyai konsekuensi bagi perempuan dalam bentuk ekspor layanan yang berhubungan dengan wellness. Misalnya saja, terdapat peningkatan permintaan secara global terhadap terapis spa Bali (Yanthy et al., 2015). Pada tahun 2012, jumlah terapis spa Bali yang direkrut di luar negeri mencapai 2,560 orang yang tersebar di 49 negara, dengan sebagian besar ditempatkan di Uni Emirat Arab, Rusia, Turki dan Perancis (Yanthy et al., 2015). Peluang kerja ini, serta pendapatan yang lebih tinggi bagi perempuan di industri wellness, berdampak pada peningkatan kualitas hidup perempuan, karena mereka mampu memenuhi kebutuhan mereka sendiri dan keluarga mereka. Selain itu, setelah bekerja selama beberapa tahun di negara lain, perempuan juga merasa lebih berdaya untuk membuka usaha sendiri di sektor wellness dan pada gilirannya semakin memberdayakan perempuan lain sebagai karyawan di bisnis spa yang mereka dirikan (Yanthy et al., 2015).

Bagi pemerintah Indonesia, sektor pariwisata wellness merupakan sektor prioritas pertumbuhan ekonomi inklusif dan telah dipilih sebagai sektor percontohan untuk mendorong bisnis inklusif. Bisnis semacam ini menggunakan model bisnis inovatif yang melibatkan masyarakat berpenghasilan rendah dan komunitas marginal di sepanjang rantai nilai mereka, termasuk perempuan (United Nations ESCAP, 2021). Misalnya, Martha Tilaar Group, sebuah bisnis inklusif di Indonesia, adalah perusahaan kosmetik dan wellness besar yang, sebagai bagian dari program "pemberdayaan perempuan", mendukung perempuan berpenghasilan rendah di Indonesia dengan pelatihan pengembangan keterampilan untuk menjadi terapis pijat profesional. Sejak tahun 2003, perusahaan telah melatih lebih dari 6,000 perempuan. Setelah kontrak berdurasi tiga tahun, para perempuan yang dilatih dapat memperbarui kontrak mereka dengan Martha Tilaar atau memulai bisnis mereka sendiri. Dalam kedua kasus tersebut, perusahaan membantu perempuan mendapatkan akses terhadap keuangan, termasuk dengan merekomendasikan mereka ke bank komersial dan bertindak sebagai penjamin. (United Nations ESCAP, 2021).

perempuan yang menyewakan rumah kos kepada para migran musiman dan memberi mereka makanan dan kamar, serta mengambil keuntungan dari kebutuhan perumahan mereka (Fagertun, 2013).

Banyak perempuan Bali yang bekerja di hotel atau restoran sebagai karyawan hingga menikah. Pada saat itu, mereka cenderung berhenti dari pekerjaannya, dan malah membuka warung makan pinggir jalan atau membuat dan menjual kerajinan tangan. Kegiatan-kegiatan ini memberi perempuan lebih banyak fleksibilitas jika mereka perlu mengurus keluarga mereka. Ekspansi sektor pariwisata mengakibatkan

berdirinya banyak usaha informal skala kecil yang secara langsung dan tidak langsung berdampak positif terhadap pemilik usaha perempuan.

Namun, fakta bahwa perempuan dapat menggabungkan tanggung jawab profesional dan keluarga melalui kewirausahaan mereka berarti bahwa mereka sering kali lebih memilih untuk tetap menjadi usaha informal kecil daripada mengembangkan usaha mereka dan mengembangkan keterampilan pemasaran dan manajemen utama mereka (Tajeddini et al., 2017). Hal ini mengurangi keuntungan dari perdagangan bagi perempuan pengusaha di sektor pariwisata

karena mereka adalah usaha yang berorientasi pada kelangsungan hidup dan biasanya kurang inovatif, sebagian besar beroperasi dalam kegiatan dengan produktivitas rendah dan bernilai tambah rendah, serta menghasilkan layanan tradisional dengan teknologi yang sudah mapan. Bagi usaha mikro ini, keuntungan dari perdagangan, yang mencakup peningkatan skala, akses terhadap pasar baru, dan integrasi dengan rantai nilai global, lebih sulit diperoleh.

Bahkan sebagai wirausaha, perempuan di sektor pariwisata di Indonesia bekerja di ranah yang memperkuat peran gender mereka. Misalnya saja di Bali, meski telah sukses dalam berwirausaha, perempuan tidak merasa berdaya karena peran mereka sebagai wirausaha serupa dengan peran mereka di rumah (Bras and Dahles, 1998). Selain itu, tradisi gender berperan penting dalam menentukan pemberdayaan ekonomi perempuan dan mengharuskan mereka untuk memprioritaskan peran mereka sebagai ibu, istri, dan ibu rumah tangga dibandingkan peran mereka sebagai wirausaha dan pengusaha perempuan (Tajeddini et al., 2017).

Selain pertimbangan masyarakat, ada juga faktor lain yang membatasi perempuan untuk memperoleh manfaat penuh dari kewirausahaan di sektor pariwisata Indonesia. Teknologi, misalnya, memainkan peran yang semakin penting dalam meningkatkan kewirausahaan dan peluang bisnis bagi perempuan di sektor ini (Kotak 6). Namun, meskipun banyak perempuan Indonesia yang terhubung secara digital, sebagai pemilik bisnis dan pekerja, mereka masih tertinggal dalam hal keterampilan digital dan, oleh karena itu, dalam memanfaatkan teknologi digital untuk usaha mereka (Tourism Watch, 2020). Akses terhadap keuangan dan modal merupakan kendala lain yang dihadapi perempuan dalam memulai kewirausahaan pariwisata mereka. Misalnya, survei terhadap 75 perempuan Batak di bidang pariwisata menemukan bahwa 48 persen merasa bahwa mereka tidak memiliki cukup modal untuk memulai usaha baru, dan 31 persen merasa bahwa mereka tidak memiliki cukup pengetahuan untuk memulai usaha mereka sendiri (Manurung et al., 2020). Kemajuan teknologi dan akses terhadap keuangan dapat secara signifikan meningkatkan keuntungan perdagangan bagi pengusaha perempuan dengan membantu mereka

Kotak 6. Gender, teknologi, dan pariwisata di Indonesia

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia meningkatkan keunggulan kompetitif usaha kecil dan menengah di sektor pariwisata dengan memasarkan potensi pariwisata mereka melalui teknologi informasi dan komunikasi. Perempuan bisa mendapatkan manfaat dari inisiatif ini jika mereka memiliki keterampilan digital yang diperlukan untuk menggunakan teknologi. Saat ini, rasio pengguna internet perempuan terhadap laki-laki di Indonesia adalah 0.85 dan untuk pengguna seluler adalah 0.91.¹

Di Ubud, Bali, perempuan cenderung mengungguli laki-laki dalam hal kepemilikan dan pengelolaan penginapan, panti pijat, dan restoran kecil. Namun mereka sering kali memilih untuk menyerahkan penggunaan komputer dan telepon untuk tujuan bisnis kepada putra atau suami mereka. Selain itu, pekerja terampil perempuan, seperti penenun dan perajin tembikar di Lombok, memberikan kontribusi signifikan terhadap popularitas wilayah tersebut karena foto-foto yang diambil oleh wisatawan dan kemudian dibagikan di platform media sosial. Namun, keuntungan dari popularitas ini mungkin akan dirasakan oleh para operator tur, pengemudi, atau pemilik butik laki-laki yang mengiklankan atau menjual jasa mereka di platform-platform tersebut untuk mengunjungi para perajin perempuan tersebut. Para perempuan hanya memperoleh sebagian kecil dari hasil penjualan kerajinan mereka dan biasanya tidak menerima keuntungan finansial apa pun dari operator tur.

Teknologi dapat membantu mengurangi ketimpangan gender ini dengan membantu pengusaha perempuan mengakses pasar pariwisata melalui pelatihan daring dan platform penjualan/pemasaran. Terdapat beberapa inisiatif di Indonesia untuk meningkatkan keterampilan digital para wirausaha, namun tidak ada yang menasar pengusaha perempuan saja. Misalnya, Mercy Corps meluncurkan platform MicroMentor di Indonesia, yang memfasilitasi 98,000 koneksi antara mentor terlatih dan wirausaha selama 16 bulan. Sembilan puluh satu persen usaha kecil yang berpartisipasi bertahan dan 19 persen melaporkan pertumbuhan pendapatan. Mastercard juga menghadirkan Small Business Toolkit dari Global Cybersecurity Alliance ke Indonesia, membantu lebih dari 15,000 usaha kecil menjadi juara keamanan siber mereka sendiri. Banyak dari usaha kecil yang berpartisipasi berada dalam atau terkait dengan sektor pariwisata.

¹ Lihat situs web Ketimpangan Gender Digital di <https://www.digitalgendergaps.org/> (diakses 17 Agustus 2023).

meningkatkan skala usaha dan mengakses pasar baru dengan biaya lebih rendah.

Pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia

Ekonomi kreatif merupakan komponen penting dari sektor jasa dan berperan penting dalam strategi pertumbuhan dan pembangunan Indonesia. Hal ini penting dalam konteks sektor pariwisata karena mencakup kegiatan utama yang berhubungan dengan pariwisata seperti seni kuliner dan kerajinan.

Ekonomi kreatif adalah "...sebuah konsep yang terus berkembang yang dibangun berdasarkan interaksi antara kreativitas dan gagasan manusia serta kekayaan intelektual, pengetahuan dan teknologi. Pada dasarnya, merupakan kegiatan ekonomi berbasis pengetahuan yang menjadi landasan 'industri kreatif'" (UNCTAD, n.d.). Namun, pendekatan umum untuk mengklasifikasikan aktivitas kreatif masih kurang di tingkat internasional. Terlebih lagi, kegiatan-kegiatan tersebut berkembang sangat pesat, terutama karena perubahan cepat dalam teknologi komunikasi dan industri budaya.

Berdasarkan Perpres Nomor 72 Tahun 2015 dan Perpres Nomor 142 Tahun 2018, ekonomi kreatif di Indonesia mencakup sektor-sektor berikut (Lestariningsih et al., 2018): (1) arsitektur; (2) desain interior; (3) desain komunikasi visual; (4) desain produk; (5) film, animasi dan video; (6) fotografi; (7) kerajinan; (8) seni kuliner; (9) musik; (10) fesyen; (11) pengembangan aplikasi dan game; (12) penerbitan; (13) periklanan; (14) televisi dan radio; (15) seni pertunjukan; dan (16) seni rupa (Government of Indonesia, 2018).

Berdasarkan hasil Survei Khusus Ekonomi Kreatif yang dilakukan pada tahun 2016, terdapat 8.2 juta pelaku usaha ekonomi kreatif di Indonesia, 92 persen di antaranya merupakan usaha kecil dan mikro. Tingkat pendidikan rata-rata wirausahawan di bidang ekonomi kreatif adalah pendidikan pasca sekolah menengah, dan mayoritas (55 persen) wirausaha adalah perempuan. Seni kuliner, fesyen, serta seni dan kerajinan mendominasi ekonomi kreatif negara ini, dan total kontribusinya terhadap PDB adalah sebesar 7.4 persen pada tahun 2016. Ekspor hanya menyumbang 8.4 persen dari total keluaran, sehingga pasar domestik mendominasi ekonomi kreatif (Lestariningsih et al., 2018).

Perusahaan yang dipimpin/dimiliki perempuan memainkan peran utama dalam sektor makanan/

kuliner dan fesyen dalam ekonomi kreatif. Namun, sebagian besar perusahaan yang dipimpin/dimiliki perempuan lebih berorientasi pada kelangsungan hidup dibandingkan pertumbuhan. Menurut studi lapangan yang dilakukan Talib (2018), kendala utama yang mereka hadapi adalah kurangnya keterampilan bisnis dan kewirausahaan, terbatasnya pilihan produk keuangan, kurangnya jaringan profesional, dan terbatasnya dukungan pemerintah. Di sektor fesyen, produk peniru adalah hal biasa, dan sebagian besar pengusaha perempuan tidak memahami pentingnya memiliki produk orisinal. Ada hubungan positif antara inovasi dan kinerja pemasaran dan penjualan para wirausahawan ini (Hendrayati and Gaffar, 2016).

4.3.2. Sektor perbankan

Sektor keuangan Indonesia didominasi oleh bank, yang memegang sebagian besar aset keuangan di negara ini. Sebagian besar bank terkemuka di Indonesia adalah bank milik negara atau bank swasta. Selain bank, sektor keuangan Indonesia juga mencakup perusahaan multifinance, perusahaan pasar modal, perusahaan asuransi, dan dana pensiun (Djaja et al., 2016). Baru-baru ini, perusahaan start-up dan teknologi semakin banyak memasuki sektor fintech dan inovasi keuangan (Women's World Banking, 2023). Pada tahun 2021, Indonesia memiliki hampir 800 perusahaan fintech (Young et al., 2021).

Partisipasi perempuan di sektor perbankan

Pada tahun 2015, perempuan mewakili 33 persen angkatan kerja di sektor jasa keuangan dan asuransi di Indonesia, menurut basis data ILOStat. Pada tahun 2022, di enam bank terbesar di Indonesia, partisipasi perempuan mencapai 50.7 persen (Women's World Banking, 2023). Partisipasi perempuan di sektor perbankan pada tingkat junior sebagai asisten, pegawai dasar, dan pejabat bank lebih tinggi dibandingkan laki-laki, namun laki-laki memiliki porsi pekerjaan yang lebih besar pada posisi yang lebih senior. Misalnya saja, pada enam bank terbesar di Indonesia, laki-laki menduduki 58 persen posisi asisten manajer, manajer, dan manajer senior (Women's World Banking, 2023). Selain itu, pada posisi yang lebih tinggi seperti wakil presiden eksekutif senior, wakil presiden eksekutif, wakil presiden senior, wakil presiden, dan asisten wakil presiden, ketimpangan gender semakin meningkat, dengan laki-laki memegang 67 persen posisi tersebut (Women's World Banking, 2023). Di seluruh bank yang beroperasi di Indonesia, pemimpin perempuan

memegang 19 persen dari total 543 kursi dewan direksi (Women's World Banking, 2023).

Ketimpangan gender serupa juga terjadi pada perusahaan fintech di Indonesia. Pada tahun 2021, menurut Survei Anggota Tahunan yang dilakukan Asosiasi Fintech Indonesia, 53 persen responden menyatakan bahwa mereka memiliki 26-50 persen karyawan perempuan di semua posisi. Persentase ini menurun seiring dengan tingkat senioritas, dengan persentase perempuan yang menduduki posisi manajemen senior atau dewan direksi lebih kecil (Fintech Indonesia, 2021).

Jelas sekali bahwa perempuan menghadapi segregasi pekerjaan di sektor keuangan, karena mereka terkonsentrasi pada posisi-posisi yang berketerampilan rendah dan administratif. Posisi-posisi ini, seperti di bidang akuntansi, kepatuhan, dan administrasi pinjaman, cenderung tidak mengarah pada posisi senior di bank bagi perempuan, juga tidak memerlukan tanggung jawab manajemen yang kuat (Women's World Banking, 2023). Segregasi pekerjaan di sektor ini semakin diperburuk bagi pekerja perempuan karena tantangan yang mereka hadapi dalam hal terbatasnya mobilitas untuk relokasi, kurangnya jadwal atau hari libur yang fleksibel, dan tidak memadainya waktu untuk mengejar peluang pengembangan profesional. Kendala-kendala ini menimbulkan hambatan besar terhadap promosi dan kemajuan perempuan di sektor keuangan.

4.4. PELUANG E-COMMERCE DAN PEREMPUAN PENGUSAHA

E-commerce menghadirkan peluang bagi pertumbuhan ekonomi perempuan dengan mendukung pertumbuhan dan diversifikasi bisnis, termasuk memfasilitasi perdagangan lintas batas (Ho et al., 2011). Hal ini dapat membantu usaha kecil, yang sebagian besar dimiliki oleh perempuan, mengurangi investasi awal yang diperlukan untuk memulai operasi (World Bank, 2020) dan juga dapat membantu meningkatkan jumlah pelanggan dengan memungkinkan menjangkau pasar yang jauh (UNCTAD, 2023a). Selain itu, platform e-commerce menyediakan ekosistem layanan, termasuk alat pemasaran, layanan pembayaran, dan logistik yang dapat menurunkan hambatan masuk dan membantu perusahaan mengatasi tantangan yang ditimbulkan oleh pengiriman jarak jauh. Terakhir, platform ini dapat

meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan akses terhadap informasi tentang peluang kewirausahaan (UNCTAD, 2023a).

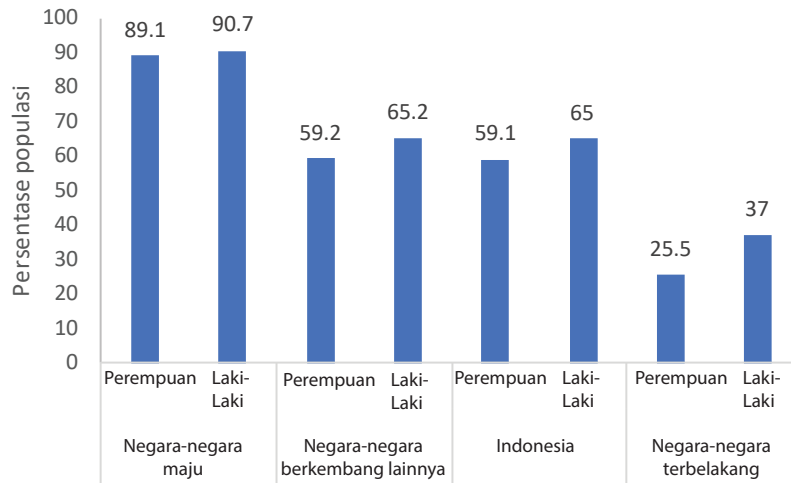
E-commerce dapat mendorong perekonomian jasa dengan meningkatkan jumlah layanan yang dapat diberikan secara digital, dan dimana banyak perempuan dipekerjakan. Ini termasuk layanan keuangan, penjurubahasaan dan penerjemahan lepas, fotografi, dan bimbingan belajar daring. Secara keseluruhan, solusi digital yang menghilangkan kebutuhan interaksi tatap muka dalam bertransaksi dapat membantu perempuan mengatasi kendala mobilitas dan diskriminasi, dan bahkan mengurangi paparan terhadap kekerasan (WTO dan OECD, 2017; World Bank dan WTO, 2020; UNCTAD, 2023).

Oleh karena itu, e-commerce memiliki potensi untuk memampukan perempuan pengusaha di semua sektor yang dibahas di atas, dan akses internet serta keterampilan digital merupakan prasyarat penting bagi e-commerce. Indonesia memiliki populasi pengguna Internet yang berkembang pesat, namun terdapat ketimpangan gender dalam penggunaan Internet, seperti yang ditunjukkan pada Bagian 2. Pada tahun 2021, meskipun 62 persen penduduk Indonesia menggunakan internet, terdapat perbedaan sebesar 6 poin persentase dalam jumlah laki-laki dan perempuan yang menggunakannya (Gambar 6). Perbedaan-perbedaan ini disebabkan oleh adanya ketimpangan gender dalam akses terhadap pendidikan dan keterampilan, termasuk keterampilan digital, yang mendorong ketimpangan digital berbasis gender dalam masyarakat dan perekonomian (Suwana and Lily, 2017).

Meskipun ketimpangan gender dalam penggunaan Internet sebanding dengan yang terjadi di negara-negara berkembang lainnya, ketimpangan gender di Indonesia jauh lebih tinggi dibandingkan negara-negara maju (1.6 poin persentase) dan jauh lebih rendah dibandingkan negara-negara terbelakang (11.5 poin persentase) (gambar 7).

Di Indonesia, banyak usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang dikelola perempuan belum menggunakan platform e-commerce, meskipun mereka memiliki kompetensi dasar yang diperlukan. Hanya 17 persen UMKM yang dikelola perempuan yang pernah melakukan transaksi (beli atau jual) di platform e-commerce, meski sudah siap secara digital

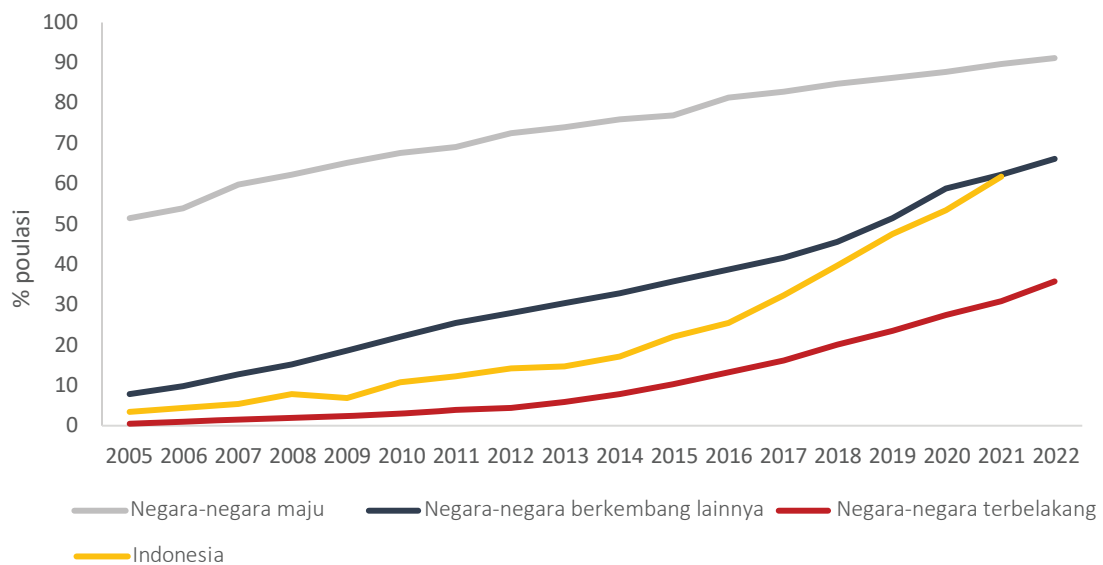
Gambar 6. Individu yang menggunakan Internet pada tahun 2021 (persen populasi laki-laki dan perempuan)



Sumber: Perhitungan UNCTAD berdasarkan perkiraan International Telecommunications Union.

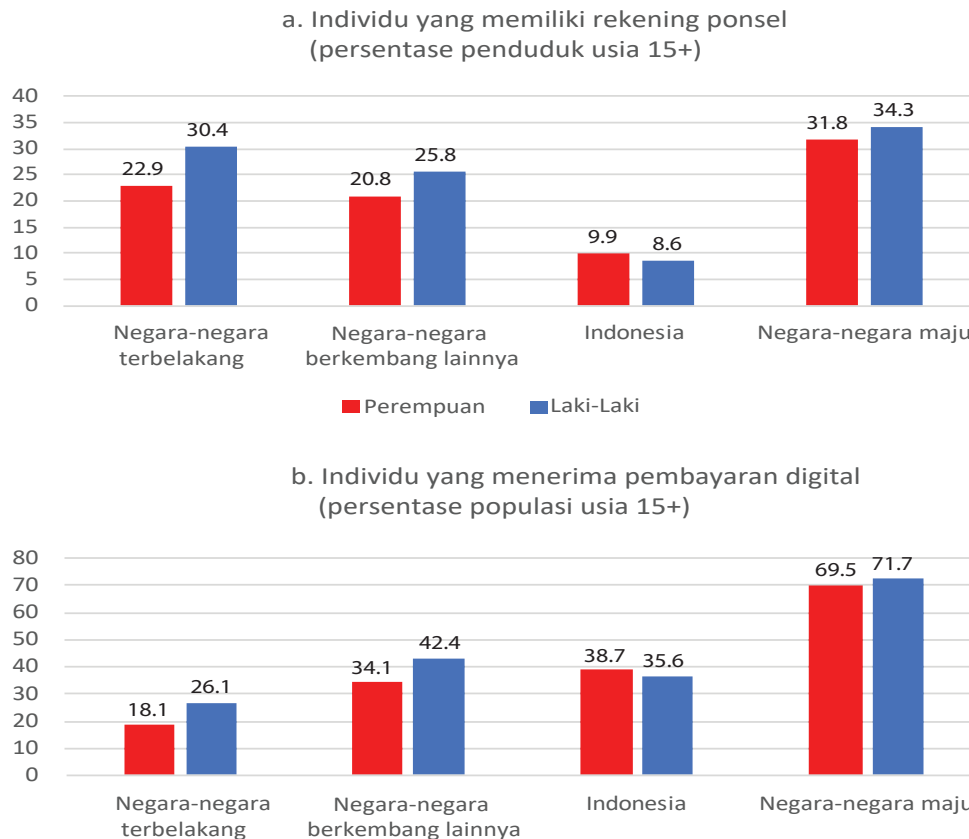
Catatan: LDC: negara-negara terbelakang.

Gambar 7. Individu yang menggunakan Internet di Indonesia dan di seluruh dunia berdasarkan tingkat pembangunan, 2005–2022 (persen populasi)



Sumber: Perhitungan UNCTAD berdasarkan Basis Data Indikator Telekomunikasi/TIK Dunia dari International Telecommunications Union, Januari 2023.

Catatan: LDC: negara-negara terbelakang.

Gambar 8. Individu yang memiliki rekening ponsel dan menerima pembayaran digital, 2021 (persen)

Sumber: UNCTAD perhitungan berdasarkan Basis Data World Bank Global Findex.

Catatan: LDC: negara-negara terbelakang.

(Taufik et al., 2021).²⁵ Selain itu, meskipun lebih banyak perempuan di Indonesia yang memiliki rekening ponsel pada tahun 2021 dibandingkan laki-laki, dan 39 persen perempuan menerima pembayaran digital pada tahun 2021 dibandingkan dengan 36 persen laki-laki (gambar 8), perempuan hanya menyumbang 35 persen dari pendapatan ritel daring pada tahun 2018 (Das et al., 2018). Survei International Telecommunication Union (ITU) mengidentifikasi kurangnya literasi digital, terbatasnya pemahaman tentang manfaat penggunaan Internet, dan tingginya biaya sebagai alasan utama untuk tidak menggunakan Internet secara umum (ITU, 2022). Faktor-faktor ini semakin diperparah oleh norma-norma gender sosial dan budaya yang mengurangi penggunaan dan manfaat e-commerce oleh perempuan (UNCTAD,

2023a). Indonesia dapat menunjukkan alasan serupa atas rendahnya penggunaan Internet oleh perempuan. Kurangnya peluang untuk mengakses teknologi digital serta rendahnya tingkat keterampilan digital di kalangan perempuan diperburuk oleh norma-norma gender yang memandang perempuan kurang memiliki minat dan keterampilan untuk menggunakan teknologi digital (Suwana and Lily, 2017).

Sebuah studi yang dilakukan oleh International Finance Corporation (IFC) terhadap pemilik usaha perempuan di platform e-commerce Lazada menemukan bahwa sekitar sepertiga bisnis di Lazada di Indonesia adalah milik perempuan dan 41 persen lainnya dijalankan oleh perempuan, yang berarti perempuan memiliki peran manajemen senior atau duduk di dewan direksi (IFC,

²⁵ Kesiapan digital mengacu pada kemampuan menggunakan alat digital dengan mudah.

2021). Proporsi usaha milik perempuan di Lazada lebih baik dibandingkan dengan kewirausahaan perempuan dalam perekonomian nasional, dimana usaha milik perempuan hanya mencakup 22 persen dari perusahaan yang terdaftar secara formal.²⁶

Melihat sektor-sektor di mana pengusaha perempuan mempunyai kinerja yang baik di sektor e-commerce, elektronik merupakan kategori produk dengan nilai tambah tertinggi, dimana perempuan Indonesia mencapai rata-rata nilai barang dagangan kotor yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki, baik sebelum maupun selama pandemi. Usaha milik perempuan juga mengungguli laki-laki dalam bidang fesyen. Selain itu, meskipun pengusaha perempuan lebih cenderung menjajaki e-commerce sebagai peluang bisnis, kecil kemungkinan mereka dapat mempertahankan usahanya setelah tiga hingga lima tahun. Hanya 44 persen perempuan pengusaha yang berhasil mencapai fase start-up, dan bahkan lebih sedikit lagi yang dapat mempertahankan usaha mereka hingga beroperasi lebih dari lima tahun (Salyanty, 2023). Selain itu, proporsi perempuan yang berjualan di Lazada tetap stabil yaitu sebesar 33 persen selama tahun-tahun pandemi, namun penjualan mereka turun sebesar 44 persen selama periode tersebut (IFC, 2021). Penurunan penjualan ini mencerminkan persaingan yang dihadapi para perempuan pengusaha dalam menjual produk bernilai tambah rendah secara daring.

Perdagangan daring melalui platform sosial juga semakin populer. Perempuan pengusaha semakin banyak yang beralih ke platform sosial di Asia Tenggara untuk tujuan bisnis dibandingkan pengusaha laki-laki (IFC, 2021). Di Indonesia, 58 persen perempuan yang menjalankan UMKM menggunakan platform media sosial untuk menjual produknya (UNCTAD, 2023a). Pada

tahun 2013, dari 549,740 pengguna yang terdaftar di Facebook sebagai pemilik UKM di Indonesia, 176,300 di antaranya adalah perempuan (Melissa et al., 2013). Namun, platform media sosial juga membawa risiko yang terkait dengan penyalahgunaan data pelanggan dan kurangnya mekanisme penyelesaian perselisihan, dan hal ini juga dapat memperkuat sektor informal.

Meskipun e-commerce memberikan peluang yang lebih mudah bagi perempuan untuk memasuki dunia kerja, rendahnya tingkat pendidikan, rendahnya kemampuan komputer dan teknologi informasi, serta norma-norma gender tradisional menjadi hambatan struktural bagi perempuan pengusaha untuk meningkatkan usaha mereka melalui e-commerce. Selain itu, birokrasi peraturan dalam ekonomi digital juga menciptakan hambatan masuk bagi usaha mikro milik perempuan. Selain izin usaha reguler, Kementerian Perdagangan (Kemendag) mewajibkan penjual daring yang memiliki situs web sendiri untuk mendapatkan izin melalui Peraturan Menteri Perdagangan No. 50/2020 (Kemendag 50/2020), dengan sanksi administratif seperti teguran tertulis, daftar hitam, dan pemblokiran layanan karena ketidakpatuhan (Dina and Dewaranu, 2022). Namun, sebagian besar usaha mikro tidak mengetahui kewajiban perizinan. Karena pengusaha mikro menganggap kepatuhan perizinan sebagai proses yang panjang dan mahal, persyaratan ini mungkin membuat mereka enggan bergabung dengan pasar digital atau bahkan mendorong mereka ke platform yang kurang aman, seperti platform media sosial yang berpotensi menghambat formalisasi usaha. Peningkatan kapasitas pengusaha perempuan dapat memastikan bahwa mereka dapat terus mengembangkan bisnis daring mereka dan memperoleh manfaat dari setiap fase pertumbuhan bisnis.

²⁶ World Bank, TCdata360, tersedia di <https://tcdata360.worldbank.org/> (diakses 17 Agustus 2023).

5. PETA JALAN PEMBERDAYAAN EKONOMI PEREMPUAN DAN KEWIRAUSAHAAN PEREMPUAN DI INDONESIA MELALUI PERDAGANGAN: REKOMENDASI KEBIJAKANS

Bagian ini memberikan rekomendasi kebijakan untuk menjadikan kebijakan perdagangan responsif gender di Indonesia baik secara langsung melalui kebijakan perdagangan itu sendiri maupun secara tidak langsung melalui kebijakan dalam negeri yang mendukung. Pembahasan yang disajikan pada bagian ini didasarkan pada temuan pada bagian sebelumnya dan tinjauan terhadap kebijakan yang ada di Indonesia dan negara-negara tetangga. Kebijakan perdagangan dapat berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi perempuan dan mendukung kewirausahaan perempuan dalam beberapa cara. Salah satu caranya adalah dengan secara eksplisit memasukkan pertimbangan gender ke dalam teks perjanjian perdagangan. Hal ini telah menjadi strategi yang populer sejak tahun 2016. Namun, mengarusutamakan gender dalam kebijakan perdagangan saja tidak cukup. Untuk memastikan perempuan memperoleh manfaat penuh dari perdagangan, penting untuk mengurangi hambatan dalam mengakses perdagangan dan peluang kewirausahaan. Mempermudah akses terhadap peluang perdagangan memerlukan perubahan dalam kebijakan dan program dalam negeri. Oleh karena itu, kebijakan perdagangan tidak dapat menyelesaikan semua permasalahan terkait gender dengan sendirinya; hal ini perlu disertai dengan langkah-langkah yang memadai di bidang kebijakan dalam negeri yang relevan. Hal ini pula yang menyebabkan ketentuan gender dalam perjanjian perdagangan sering kali menguraikan ketentuan-ketentuan dalam kebijakan dalam negeri.

Bidang-bidang tertentu perlu ditargetkan untuk memastikan bahwa hambatan dalam mengakses peluang perdagangan dihilangkan, dan bahwa perdagangan memberikan kontribusi terhadap pemberdayaan ekonomi perempuan dan kewirausahaan perempuan. Bagian ini menyajikan ikhtisar kebijakan yang ada di Indonesia, mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, dan menyajikan praktik baik serta pengalaman keberhasilan dari negara lain, terutama di Asia.

5.1. KEBIJAKAN PERDAGANGAN

Ada berbagai cara untuk mengarusutamakan gender dalam kebijakan perdagangan. Bagian ini pertama-tama membahas cara-cara untuk melakukan hal tersebut di tingkat multilateral dan kemudian di tingkat bilateral dan regional.

5.1.1. Tingkat multilateral

Indonesia telah mengambil langkah-langkah di tingkat multilateral untuk memperjuangkan kesetaraan gender dalam kebijakan perdagangan. Deklarasi Buenos Aires tentang Perdagangan dan Pemberdayaan Ekonomi Perempuan tahun 2017 merupakan deklarasi pertama komunitas perdagangan yang menyerukan inklusi perempuan yang lebih besar dalam perdagangan dan penghapusan hambatan yang dihadapi perempuan untuk memasuki pasar global (WTO, 2017). Deklarasi ini mendorong kolaborasi dalam menjadikan kebijakan perdagangan dan pembangunan lebih responsif gender dengan berbagi pengalaman terkait kebijakan dan program yang bertujuan mendorong partisipasi perempuan dalam perdagangan; berbagi praktik terbaik untuk melakukan analisis kebijakan perdagangan berbasis gender dan mengumpulkan statistik yang berfokus pada gender terkait perdagangan; bekerja sama di WTO untuk menghilangkan hambatan terhadap pemberdayaan ekonomi perempuan dan meningkatkan partisipasi mereka dalam perdagangan; dan memastikan bahwa Aid for Trade mendukung upaya untuk menganalisis, merancang, dan menerapkan kebijakan perdagangan yang lebih responsif gender. Indonesia merupakan salah satu negara di kawasan yang mendukung deklarasi tersebut, termasuk Malaysia, Filipina, Jepang, dan Korea Selatan. Indonesia dapat lebih berkolaborasi dengan negara lain dan WTO untuk mewujudkan tujuan deklarasi tersebut.

Kelompok Kerja Informal WTO untuk Perdagangan dan Gender (IWG), yang didirikan pada bulan September 2020 untuk mewujudkan komitmen negara-negara yang tergabung dalam Deklarasi Buenos Aires, memberikan peluang untuk lebih terlibat

dalam perdebatan perdagangan dan gender di tingkat multilateral. Indonesia juga dapat meningkatkan kehadirannya dalam isu-isu perdagangan dan gender di tingkat multilateral dengan berperan aktif dalam IWG, termasuk dengan menyelenggarakan lokakarya mengenai bidang-bidang yang menjadi perhatian dan praktik-praktik yang baik. Para anggota secara rutin mengadakan diskusi, lokakarya, dan pertemuan di dalam IWG untuk memperdalam pemahaman mereka tentang isu-isu perdagangan dan gender serta berbagi praktik terbaik. Misalnya, Australia mempresentasikan beberapa karyanya terkait pemberdayaan ekonomi perempuan di salah satu pertemuan IWG pada tahun 2021.²⁷ Indonesia dapat melakukan pendekatan serupa.

5.1.2. Tingkat bilateral dan regional

Pada tingkat bilateral, pertimbangan perdagangan dapat disebutkan secara eksplisit dalam teks perjanjian perdagangan. Hal ini dapat dilakukan dalam bentuk bab terpisah mengenai perdagangan dan gender atau dengan memasukkan ketentuan-ketentuan gender dalam bab-bab lain dalam perjanjian, sering kali dalam bab perdagangan dan pembangunan berkelanjutan atau dalam konteks ketentuan kerja sama.

Saat ini, Indonesia hanya memasukkan ketentuan gender dalam sejumlah kecil perjanjian perdagangannya, dan hal ini termasuk dalam cakupan ketentuan kerja sama atau bab perdagangan dan pembangunan berkelanjutan. Misalnya, dalam Perjanjian Kemitraan Ekonomi Komprehensif Chile-Indonesia, Bab 9 mengenai kerja sama mencakup langkah-langkah kerja sama mengenai isu-isu gender terkait perdagangan di bidang-bidang berikut: (i) pertukaran sumber daya manusia, informasi, dokumentasi dan pengalaman; (ii) kerja sama di forum regional dan multilateral; (iii) kegiatan kerja sama langsung; (iv) kontak dengan komunitas bisnis, ilmuwan, dan akademisi; (v) bantuan teknis; (vi) dialog, konferensi, seminar, dan program pelatihan dengan

para pakar; (vii) pengembangan program penelitian bersama; (viii) fasilitasi alih teknologi; dan (ix) kegiatan lain yang disepakati bersama oleh negara-negara tersebut.²⁸ Bab Perdagangan dan Pembangunan Berkelanjutan dalam Perjanjian Kemitraan Ekonomi Komprehensif Indonesia dengan Asosiasi Perdagangan Bebas Eropa (European Free Trade Association/EFTA) menggarisbawahi “perlunya melindungi kesejahteraan dan meningkatkan penghidupan kelompok rentan seperti perempuan, anak-anak, petani kecil, petani subsisten atau nelayan”, sebagaimana tercantum dalam pasal 8.5 dalam perjanjian tersebut.²⁹

Indonesia bukan pihak dalam perjanjian perdagangan bilateral yang mencakup bab perdagangan dan gender. Pada September 2022, di seluruh dunia terdapat 14 perjanjian perdagangan dengan bab gender yang berdiri sendiri (WTO, 2022). Dimasukkannya bab-bab gender dalam perjanjian perdagangan membuat isu-isu gender lebih terlihat dan diakui dalam pembuatan kebijakan perdagangan. Bab-bab ini biasanya memuat ketentuan gender secara rinci dalam kebijakan dalam negeri dan mengacu pada komitmen kesetaraan gender global yang diambil oleh para pihak dalam perjanjian. Bab-bab gender juga mempunyai dua ciri yang luar biasa dibandingkan dengan ketentuan-ketentuan gender belaka (Korinek et al., 2021): tingkat kerincian yang dicurahkan pada kegiatan kerja sama dan peningkatan kapasitas dalam berbagai peran ekonomi perempuan; dan pelembagaan kegiatan monitoring melalui pembentukan komite perdagangan dan gender.

Di Asia, Singapura memiliki perjanjian perdagangan bebas (FTA) dengan Aliansi Pasifik yang mencakup satu bab mengenai perdagangan dan gender, yang menyoroti pentingnya berbagi kebijakan dan program untuk meningkatkan partisipasi perempuan dalam perekonomian nasional dan internasional.³⁰ Perjanjian Kemitraan Ekonomi Komprehensif Jepang-Inggris juga

²⁷ Upaya Australia mencakup kolaborasi dengan Indonesia, Kamboja, Bangladesh, dan Vietnam untuk Better Work Programme, dan menggambarkan dukungan yang diberikan Australia kepada Women's World Banking di Indonesia untuk meluncurkan produk dan layanan keuangan inovatif bagi perempuan miskin (WTO IWG, 2021).

²⁸ Lihat basis data WTO mengenai ketentuan gender dalam perjanjian perdagangan regional.

²⁹ EFTA dapat diakses di www.efta.int/sites/default/files/documents/legal-texts/free-trade-relations/indonesia/fta-indonesia-main-agreement.pdf. Negara-negara EFTA meliputi Islandia, Liechtenstein, Norwegia, dan Swiss.

³⁰ Lihat Pacific Alliance – Singapore, <https://alianzapacifico.net/en/pacific-alliance-singapore/> (diakses 17 Agustus 2023).

Kotak 7. Kemitraan Ekonomi Komprehensif Jepang-Inggris

Kemitraan Ekonomi Komprehensif Jepang-Inggris yang ditandatangani pada tahun 2020 mencakup materi substantif tentang perdagangan dan gender serta pemberdayaan ekonomi perempuan. Perjanjian ini menyoroti komitmen para pihak terhadap kesetaraan gender dalam pembukaan dan menekankan komitmen mereka untuk memastikan bahwa perempuan dapat memperoleh manfaat dari ketentuan-ketentuan perjanjian perdagangan.

Perjanjian tersebut selanjutnya memasukkan ketentuan tentang kesetaraan gender dalam bab tentang Perdagangan Jasa, Liberalisasi Investasi dan Perdagangan Elektronik. Berdasarkan pasal mengenai persyaratan perizinan dan kualifikasi, perjanjian ini memastikan bahwa segala tindakan yang berkaitan dengan persyaratan dan prosedur perizinan, serta persyaratan dan prosedur kualifikasi, tidak membedakan antara laki-laki dan Perempuan.

Ketentuan pokok mengenai perdagangan dan gender dalam perjanjian tersebut terdapat pada Bab 21 tentang Perdagangan dan Pemberdayaan Ekonomi Perempuan. Bab ini menyatakan perlunya meningkatkan peluang perdagangan dan ekonomi bagi perempuan dan mengurangi hambatan sistemik yang membatasi partisipasi mereka dalam perdagangan domestik dan internasional. Hal ini juga mencakup kegiatan kerja sama yang terperinci untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut, termasuk memberikan saran atau pelatihan, serta bertukar informasi dan pengalaman tentang (a) program untuk meningkatkan akses perempuan terhadap pasar, teknologi, dan pembiayaan; (b) pengembangan kepemimpinan dan jaringan bisnis perempuan; (c) identifikasi praktik terbaik terkait fleksibilitas tempat kerja; dan (d) kegiatan yang berkaitan dengan Deklarasi Bersama tentang Perdagangan dan Pemberdayaan Ekonomi Perempuan. Terakhir, bab ini membentuk Kelompok Kerja Perdagangan dan Pemberdayaan Ekonomi Perempuan dengan peran serupa dengan komite perdagangan dan gender.

Sumber: Kementerian Luar Negeri Jepang, www.mofa.go.jp/ecm/ie/page24e_000270.html (diakses 17 Agustus 2023).

memuat bab tentang Perdagangan dan Pemberdayaan Ekonomi Perempuan (Kotak 7).³¹

Perjanjian Komprehensif dan Progresif untuk Kemitraan Trans-Pasifik (Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership/CPTPP) tahun 2018, yang juga beranggotakan para pihak dari Asia, merupakan contoh yang baik dari perjanjian-perjanjian yang membahas isu-isu gender tanpa memiliki bab tersendiri mengenai perdagangan dan gender.³² Sepanjang teks perjanjian, CPTPP mencantumkan tujuan dan kegiatan rinci yang dapat diikuti oleh negara-negara anggota untuk memajukan kesetaraan gender. Hal ini termasuk mendorong kesetaraan gender, menghapuskan diskriminasi berbasis gender, dan memajukan kepentingan ketenagakerjaan perempuan.

CPTPP juga mengakui bahwa peningkatan peluang bagi perempuan untuk berpartisipasi dalam perekonomian domestik dan global berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi. Oleh karena itu, organisasi

ini mempunyai visi untuk merancang, melaksanakan, dan memperkuat program-program yang mendorong perempuan untuk berbagi pengalaman mereka. Selain itu, perjanjian tersebut mencakup ketentuan tentang pembangunan jaringan kepemimpinan perempuan, mengidentifikasi praktik terbaik untuk fleksibilitas tempat kerja, dan memperkuat keterampilan dan peningkatan kapasitas bagi perempuan.

Sebagai bagian dari bab perdagangan dan gender dalam perjanjian perdagangan, negara-negara sering kali memasukkan pembentukan komite perdagangan dan gender. Tujuannya adalah untuk memastikan transparansi dengan melaporkan kegiatan-kegiatan yang terkait dengan perdagangan dan gender serta hasil-hasil yang dicapai. Komite ini juga menjalankan fungsi penasehatan dengan meninjau penerapan bab ini dan memberikan saran kepada pemerintah mengenai peluang untuk lebih memajukan tujuan dan hasil kesetaraan gender di seluruh FTA. Fokal poin

³¹ Untuk informasi lebih lanjut mengenai perjanjian tersebut, Lihat Kementerian Luar Negeri Jepang, https://www.mofa.go.jp/ecm/ie/page24e_000270.html (diakses 17 Agustus 2023).

³² Untuk informasi lebih lanjut mengenai kemitraan ini, lihat Departemen Luar Negeri Australia, <https://www.dfat.gov.au/sites/default/files/tpp-11-treaty-text.pdf>.

gender di Kementerian Perdagangan biasanya menjadi bagian dari komite gender dan memberikan informasi dalam diskusi mengenai dampak FTA terhadap perempuan di suatu negara.

Indonesia mungkin memutuskan untuk mengikuti contoh negara-negara lain dan memasukkan bab perdagangan dan gender dalam perjanjian perdagangannya di masa depan. Hal ini berarti membentuk komite perdagangan dan gender. Selain memonitor implementasi bab perdagangan dan gender, komite ini juga dapat memberikan informasi dalam diskusi mengenai dampak FTA terhadap perempuan di Indonesia. Hal ini juga dapat membantu merancang dan melaksanakan kebijakan dan program dalam negeri yang memitigasi dampak buruk perjanjian terhadap perempuan atau meningkatkan dampak positifnya. Agar efektif, komite tersebut harus memiliki sumber daya manusia dan keuangan yang memadai.

Isu gender idealnya harus didiskusikan dalam semua situasi yang relevan. Misalnya saja, Vietnam mempunyai komite untuk kemajuan perempuan di Kementerian Perindustrian dan Perdagangan, dan Nepal mempunyai staf yang fokus pada isu gender yang bertanggung jawab terhadap isu-isu perdagangan dan gender di Kementerian Perindustrian, Perdagangan, dan Pasokan.³³

5.1.3. Asesmen gender ex-ante dan ex-post mengenai langkah-langkah perdagangan dan kebutuhan data

Selain memasukkan ketentuan gender dalam perjanjian perdagangan, negara-negara dapat mengambil langkah-langkah menuju pengumpulan data perdagangan dan bisnis terpilah gender secara sistematis untuk menjadikan kebijakan perdagangan lebih peka gender. Meskipun BPS mengumpulkan berbagai macam statistik mengenai partisipasi perempuan dalam perekonomian secara umum, alur kerja tertentu dapat diterapkan untuk mengumpulkan statistik gender dan perdagangan. Misalnya, UNCTAD bekerja sama dengan Komisi Regional PBB untuk Eropa dan Afrika (UNECE dan UNECA) untuk memanfaatkan data statistik yang ada dan kapasitas negara-negara untuk mengembangkan pendekatan yang koheren dalam mengukur dampak perdagangan terhadap kesetaraan gender. Hasil yang diharapkan

adalah peningkatan kapasitas otoritas statistik nasional untuk mengumpulkan dan menyebarkan data dan statistik bagi para pembuat kebijakan untuk kebijakan perdagangan yang lebih peka gender (UNCTAD et al., 2023).

Data yang dipilah berdasarkan jenis kelamin memberikan dasar bagi asesmen dampak gender kebijakan perdagangan ex-ante dan ex-post. Indonesia adalah bagian dari analisis dampak gender yang dilakukan selama pembentukan Masyarakat Ekonomi ASEAN (AEC). Friedrich Ebert Stiftung et al. (2016) meneliti bagaimana perluasan perdagangan regional dan integrasi ekonomi mempengaruhi perempuan di AEC melalui analisis mendalam terhadap data pasar tenaga kerja yang terpilah berdasarkan perdagangan dan gender. Studi ini memperkirakan dampak signifikan dari pembentukan AEC terhadap perempuan di kawasan ASEAN dalam hal jumlah lapangan kerja yang akan dihasilkan, namun perkiraan dampaknya kecil dalam hal perubahan pola pekerjaan dan upah berdasarkan gender. Hal ini disebabkan karena dorongan ekonomi dari AEC diperkirakan tidak akan berdampak signifikan terhadap sektor-sektor yang sebagian besar mempekerjakan perempuan. Berdasarkan hasil asesmen dampak gender, serangkaian rekomendasi juga diberikan kepada negara-negara anggota ASEAN untuk meningkatkan partisipasi perempuan dalam perdagangan regional.

Meskipun saat ini Indonesia tidak secara teratur melakukan asesmen dampak gender terhadap kebijakan dan perjanjian perdagangannya, Indonesia mungkin akan memutuskan untuk melakukan hal tersebut di masa depan. Asesmen dampak gender kebijakan perdagangan ex-ante memberikan perkiraan potensi dampak kebijakan perdagangan terhadap perempuan dan laki-laki, dan terhadap kesetaraan gender secara keseluruhan. Hal ini memungkinkan untuk mengembangkan langkah-langkah pelengkap yang mungkin diperlukan untuk memitigasi potensi dampak buruk dari kebijakan perdagangan yang direncanakan atau, sebaliknya, untuk meningkatkan potensi dampak positifnya. Asesmen dampak ex-post membantu menilai kebijakan perdagangan selama proses implementasi dan menentukan apa yang berhasil dan apa yang belum berhasil guna memberikan informasi untuk kebijakan perdagangan

³³ Lihat International Trade Centre SheTrades Outlook Database di <https://www.shetrades.com/outlook/home> (diakses 26 Juni 2023).

di masa depan dan untuk kemungkinan perubahan terhadap kebijakan yang sudah ada. Faktanya, seiring dengan kemajuan negosiasi antara Indonesia dan Kanada mengenai Perjanjian Kemitraan Komprehensif, Kanada telah melakukan analisis berbasis gender terhadap perjanjian tersebut dan dampaknya terhadap Kanada melalui proses Analisis Plus Berbasis Gender. Indonesia dapat mengikuti pendekatan serupa dan melakukan asesmen terhadap potensi dampak perjanjian perdagangan terhadap perempuan Indonesia sebagai pekerja dan wirausaha.

Asesmen dampak gender terhadap kebijakan perdagangan juga dapat mencakup analisis rantai nilai yang peka gender di sektor-sektor ekspor utama untuk mengidentifikasi bidang-bidang pengembangan keterampilan dan investasi teknologi guna mendukung peralihan perempuan ke segmen rantai nilai yang bernilai tambah lebih tinggi. Pengembangan peraturan perdagangan baru dan asesmennya akan mendapat manfaat dari partisipasi organisasi perempuan.

5.2. AKSES TERHADAP KEUANGAN

Hambatan yang terus berlanjut membatasi akses perempuan terhadap layanan modal dan keuangan di Indonesia yang selanjutnya dapat membatasi partisipasi mereka dalam perdagangan internasional sebagai wirausaha. Secara umum, perempuan masih memiliki peluang yang lebih kecil untuk memiliki akses terhadap lembaga keuangan atau rekening bank dibandingkan laki-laki. Misalnya, secara global, terdapat ketimpangan pembiayaan sebesar USD300 miliar untuk usaha kecil formal milik perempuan, dan lebih dari 70 persen UKM milik perempuan tidak memiliki akses yang memadai atau sama sekali tidak memiliki akses terhadap layanan keuangan (IFC, n.d.).

5.2.1. Akses perempuan terhadap layanan keuangan

Untuk mengatasi permasalahan akses terhadap keuangan, Indonesia telah merencanakan dan melaksanakan beberapa program yang menasar perempuan pengusaha. Pemerintah Indonesia, didukung oleh Asian Development Bank (ADB), mengadopsi Rencana Aksi Kerangka Kerja Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Perempuan. Tujuannya termasuk membantu semua perempuan mengakses layanan keuangan formal, membekali mereka dengan keterampilan keuangan (termasuk digital) untuk membuat keputusan

keuangan dan manajemen yang tepat, dan membangun lembaga keuangan ramah perempuan yang menyesuaikan produk dan layanan mereka dengan kebutuhan spesifik perempuan. Perundang-undangan juga telah diberlakukan untuk membantu bank menjangkau dan membantu konsumen jasa keuangan, termasuk perempuan, dalam mengakses layanan perbankan, termasuk pembukaan rekening, menerima dan mendistribusikan tabungan, dan melakukan aktivitas keuangan tanpa memungut biaya apa pun atau memberlakukan persyaratan simpanan minimum (ADB, 2020).

Sesuai dengan pedoman tersebut, Bank BTPN Syariah telah membuat program yang dirancang khusus untuk peminjam perempuan di Indonesia. Selain pembiayaan dan layanan seperti perbankan digital, khususnya bagi masyarakat terpencil, bank ini berfokus pada penyediaan layanan non-keuangan yang ekstensif seperti pelatihan e-commerce dan keterampilan bisnis bagi perempuan. Bank BTPN Syariah juga mengarusutamakan gender dalam organisasinya dengan merekrut bankir perempuan muda lulusan SMA. Bank kemudian melatih mereka untuk mengisi posisi lapangan yang berhubungan dengan nasabah. Para bankir baru ini bertemu dengan nasabah di rumah dan toko mereka dan mengajari mereka keterampilan manajemen bisnis, dan kemudian berkumpul di kantor bank lokal yang digunakan sebagai asrama (IFC, 2019). Program Kredit Usaha Rakyat, yang dijalankan oleh pemerintah Indonesia, menyediakan skema kredit, modal kerja, dan pembiayaan investasi untuk UMKM dan koperasi. Terakhir, Program Bantuan Usaha Kecil dan Menengah Indonesia Bagian Timur memberikan bantuan keuangan kepada UMKM di wilayah termiskin Indonesia dengan bekerja sama dengan IFC (Istiandari and Anandhika, 2018).

Perempuan juga harus dimasukkan ke dalam sektor keuangan. Untuk tujuan ini, negara-negara biasanya membuat peta jalan melalui strategi inklusi keuangan nasional yang memprioritaskan berbagai aspek inklusi perempuan di sektor keuangan pada periode yang berbeda. Pada tahun 2020, pemerintah Indonesia memberlakukan Peraturan Presiden No. 114/2020 yang menguraikan Strategi Nasional Keuangan Inklusif untuk memastikan bahwa layanan keuangan mudah diakses oleh semua segmen masyarakat, termasuk perempuan. Strategi ini akan dilaksanakan melalui koordinasi dengan kementerian, pemerintah daerah, Bank Indonesia, bank komersial, dan mitra

swasta (Bank Indonesia, n.d.). Hal ini memberikan perhatian terfokus pada peningkatan inklusi keuangan perempuan, mulai dari kepemilikan rekening bank hingga kewirausahaan.

Praktik terbaik dari strategi nasional keuangan inklusif di negara-negara di kawasan ini dapat memberikan contoh yang berguna untuk lebih meningkatkan strategi Indonesia. Bangladesh memberikan contoh informatif mengenai kerangka kebijakan untuk meningkatkan inklusi keuangan perempuan (Kotak 8).

Transformasi digital juga menawarkan solusi untuk meningkatkan akses keuangan bagi pengusaha perempuan. Pasar jasa keuangan digital di Indonesia mempunyai kapasitas untuk berkembang lebih jauh. Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menemukan bahwa 79 persen responden menggunakan Internet untuk transaksi daring, sementara 72 persen mengakses layanan keuangan (Pratama, 2022). Perkembangan lebih lanjut dari layanan keuangan digital di Indonesia menawarkan peluang bagi sekitar 110 juta masyarakat yang bankable namun belum memiliki layanan perbankan di negara ini untuk mengakses layanan dan produk perbankan (Deloitte, 2015).

Korea Selatan, India, dan Jepang menawarkan layanan keuangan digital seperti perbankan seluler, perbankan daring, penerbitan pembayaran serta

peminjaman dan penerimaan uang internasional, dan pinjaman peer-to-peer. Inisiatif Korea Selatan untuk mencapai inovasi digital termasuk memastikan adanya perbaikan terhadap peraturan untuk menghapus peraturan yang menghalangi lembaga keuangan untuk memasuki bidang bisnis digital baru. Inisiatif ini juga bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperlukan dikumpulkan dan diperluas untuk membangun infrastruktur data yang diperlukan untuk mendorong penggunaan kecerdasan buatan dalam layanan keuangan. Berkat infrastruktur, sumber daya, dan TIK yang canggih di bidang keuangan digital di Korea Selatan, 67 persen masyarakat Korea yang aktif secara digital telah mengadopsi penggunaan layanan keuangan digital dalam kehidupan sehari-hari mereka (Nam and Lee, 2023).

5.2.2. Akses perempuan terhadap literasi dan pelatihan keuangan

Selain inklusi keuangan, perempuan juga harus memiliki pengetahuan yang diperlukan untuk memanfaatkan aset keuangan mereka dan bantuan keuangan yang diberikan kepada mereka. Pelatihan dan program literasi keuangan sangat penting untuk membantu perempuan menabung lebih banyak, berinvestasi lebih baik, lebih sadar akan alat keuangan yang tersedia bagi mereka, dan dengan demikian memiliki peluang kewirausahaan yang lebih baik. Indonesia memiliki strategi literasi keuangan

Kotak 8. Meningkatkan akses pengusaha perempuan terhadap keuangan: Kasus Bangladesh

Pengusaha perempuan di Bangladesh menghadapi kesulitan besar dalam mengakses keuangan. Untuk mengatasi hal ini, Departemen UKM dan Program Khusus Bank Bangladesh merumuskan dan menerapkan kerangka kebijakan yang akan diterapkan oleh bank dan lembaga keuangan nonbank. Kerangka ini mencakup saran kebijakan khusus, rencana pembiayaan usaha kecil dan menengah (UKM) berbasis target, skema pembiayaan kembali, dan program pelatihan. Kebijakan tersebut juga menetapkan target bahwa setidaknya 15 persen dari seluruh dana UKM dialokasikan untuk usaha milik perempuan.

Bank Bangladesh juga menginstruksikan bank dan lembaga keuangan untuk mengiklankan semua fasilitas yang disediakan oleh kerangka kebijakan di media cetak dan elektronik. Hasilnya, lebih dari 35,000 perempuan yang bercita-cita menjadi pengusaha, termasuk banyak di daerah pedesaan, mampu meluncurkan usaha mereka. Bank dan lembaga keuangan meminjamkan modal sebesar USD106 juta dan pembiayaan kembali sebesar USD3 miliar kepada usaha milik perempuan pada tahun 2018 dan 2019.

Kerangka kebijakan telah menyebabkan banyak bank dan lembaga keuangan memberikan prioritas lebih tinggi kepada pemohon perempuan, menerapkan ketentuan khusus bagi usaha milik perempuan yang tidak mampu memberikan jaminan, dan menyediakan pusat nasihat dan layanan khusus bagi pengusaha perempuan. Kerangka kebijakan tersebut berhasil mempengaruhi ekosistem keuangan Bangladesh menjadi lebih inklusif dan peka terhadap isu gender. Hal ini telah menghasilkan perubahan struktural dan konkrit dalam mengurangi ketimpangan gender terkait akses terhadap keuangan.

Sumber: ITC (n.d.).

yang berfokus pada pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan indeks literasi keuangan dengan membangun dan meningkatkan aliansi strategis dalam pelaksanaan program literasi dan pendidikan keuangan, serta memperluas akses dan ketersediaan produk dan layanan keuangan inklusif. Namun, perempuan tidak diprioritaskan dalam strategi ini. Meningkatkan pengetahuan keuangan perempuan harus menjadi tujuan prioritas strategi ini untuk memastikan bahwa kapasitas perempuan juga meningkat sama seperti laki-laki (Government of Indonesia, 2021). Kotak 9 menyajikan beberapa inisiatif efektif yang bertujuan untuk meningkatkan akses perempuan terhadap instrumen keuangan dan pendidikan keuangan.

Langkah-langkah yang ada untuk memudahkan akses pengusaha terhadap pendanaan di sektor pertanian juga dapat dibuat peka gender melalui mekanisme insentif. Misalnya, dalam kasus sektor kelapa sawit, Kementerian Keuangan Indonesia dapat memperkenalkan sistem insentif berdasarkan indikator gender untuk menyalurkan dana perkebunan kelapa sawit kepada pemerintah daerah yang memiliki kinerja baik dalam menangani diskriminasi dan kekerasan berbasis gender di sektor perkebunan kelapa sawit. Demikian pula, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dapat menggunakan indikator gender ketika menilai calon peminjam di sektor perkebunan kelapa sawit untuk memberikan penghargaan atas tindakan

Kotak 9. Instrumen keuangan dan pendidikan keuangan untuk perempuan pengusaha di India

India memiliki beragam instrumen keuangan yang diluncurkan oleh pemerintah yang menargetkan perempuan pengusaha di negara tersebut. Misalnya, Kementerian Keadilan dan Pemberdayaan Sosial mempunyai skema keuangan mikro untuk perempuan dengan potongan bunga. Skema ini memberikan bantuan keuangan hingga INR 1,40,000 (USD1,700). Sasarannya adalah perempuan yang kurang beruntung secara sosial dan ekonomi yang memiliki pendapatan keluarga kurang dari USD3,600 per tahun.

Kementerian Keuangan menawarkan pinjaman hingga INR 100.000 (USD1.200) kepada perempuan pengusaha, tanpa memerlukan jaminan apa pun, dan dengan bunga rendah serta jangka waktu pembayaran yang fleksibel. Pinjaman ini diperuntukkan bagi perempuan pengusaha yang memimpin dan mengelola usaha manufaktur atau produksi, seperti perajin, penenun, dan pengrajin, serta mereka yang bekerja di bidang reparasi telepon, bengkel mobil, penjahitan, jasa fotokopi, pusat servis peralatan elektronik, serta spa dan jasa salon kecantikan. Pinjaman tersebut dapat digunakan untuk mendirikan bisnis baru, memperluas bisnis yang sudah ada, atau memodernisasi bisnis yang sudah ada dengan teknologi dan peralatan terkini.

Kementerian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memberikan bantuan dalam bentuk hibah hingga 30 persen dari total biaya proyek kepada organisasi non-pemerintah untuk mempromosikan kewirausahaan di kalangan kelompok sasaran perempuan. Sisanya sebesar 70 persen dari biaya proyek dibiayai oleh lembaga pemberi pinjaman sebagai pinjaman untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan seperti yang digambarkan dalam proyek.

Selain memberikan akses terhadap pendanaan, beberapa program menawarkan perpaduan layanan keuangan dan pendidikan keuangan untuk usaha perempuan. Misalnya, Niti Ayog menjalankan Platform Kewirausahaan Perempuan yang menyediakan layanan di enam bidang: komunitas dan jaringan; pendanaan dan bantuan keuangan; inkubasi dan akselerasi; kepatuhan dan bantuan perpajakan; keterampilan dan bimbingan wirausaha; dan bantuan pemasaran.

Pusat Edukasi Keuangan Nasional, yang beroperasi di bawah naungan Kementerian Keuangan, meluncurkan Program Edukasi Keuangan untuk Orang Dewasa (FEPA) pada tahun 2019 untuk meningkatkan kesadaran finansial di kalangan penduduk dewasa dengan fokus antara lain pada kelompok perempuan.¹ Pelatihan diberikan kepada kelompok terpilih tanpa dipungut biaya dan sudah termasuk pemberian materi pembelajaran. Topik yang dibahas dalam program ini meliputi pendapatan, pengeluaran dan penganggaran; tabungan, perbankan, kredit, dan pengelolaan utang; transaksi digital; asuransi, investasi, masa pensiun, dan dana pensiun; skema inklusi keuangan pemerintah; dan perlindungan terhadap penipuan, termasuk kehati-hatian terhadap skema Ponzi dan penasihat investasi yang tidak terdaftar, serta penanganan keluhan. Pelatihan ini juga tersedia secara daring melalui komputer dan ponsel, sehingga membantu untuk lebih mempromosikan literasi keuangan di seluruh negeri.

Sumber: *StartUp India* (n.d.).

¹Untuk informasi lebih lanjut tentang FEPA, lihat <https://ncfe.org.in/program/fepa>.

positif terhadap kesetaraan gender (Hardiyanto et al., 2021).

Menganalisis dampak yang berbeda dari berbagai alat dan layanan keuangan terhadap kinerja pengusaha perempuan diperlukan untuk memahami apa yang berhasil dan apa yang tidak. Ketersediaan data terpilah berdasarkan jenis kelamin mengenai akses terhadap keuangan merupakan pintu masuk yang sangat penting untuk lebih memahami kemampuan semua perempuan – termasuk UMKM yang dimiliki atau dipimpin oleh perempuan – untuk mengakses layanan keuangan. Indonesia dapat mempertimbangkan untuk mewajibkan pengumpulan data jasa keuangan yang terpilah gender secara hukum. Misalnya, di Republik Demokratik Rakyat Laos, bank dan lembaga keuangan komersial diberi mandat untuk mengumpulkan data yang dipilah berdasarkan jenis kelamin melalui formulir pelaporan ke Bank of Laos, yang mengharuskan penyerahan data keuangan yang dipilah berdasarkan gender. Indonesia saat ini sedang bekerja sama dengan ADB untuk menyusun peta jalan pengumpulan sistematis data terpilah berdasarkan jenis kelamin dari penyedia jasa keuangan (ADB, akan datang-b).

Meningkatkan literasi keuangan digital perempuan merupakan rencana aksi prioritas pemerintah Indonesia saat memimpin G20 antara tahun 2021 dan 2022. Bank Indonesia mengakui tiga langkah penting untuk mengatasi tantangan yang menghambat UMKM dalam hal terbatasnya kemampuan ekonomi, literasi keuangan, dan akses terhadap infrastruktur digital: (i) pemberdayaan ekonomi, termasuk perempuan sebagai pengusaha mikro; (ii) peningkatan kapasitas untuk meningkatkan produktivitas, literasi, dan pengelolaan keuangan melalui pendidikan yang didukung oleh inovasi dan digitalisasi proses bisnis untuk memperkuat UMKM yang lebih kompetitif; dan (iii) harmonisasi kebijakan, melalui dukungan Bank Indonesia terhadap Undang-Undang Cipta Kerja, yang menyederhanakan proses perizinan, sekaligus mendukung ekosistem UMKM dan platform e-commerce yang membuka akses ke pasar domestik dan global (Bank Indonesia, 2022).

Seperti yang telah dibahas sejauh ini, intervensi kebijakan terhadap kewirausahaan biasanya berfokus pada pendanaan. Namun, terdapat kebutuhan untuk memperkenalkan langkah-langkah pendamping di bidang kewirausahaan lainnya, yang akan disajikan selanjutnya.

5.3. AKSES KE PASAR

Ada beberapa faktor yang menghambat akses perempuan pengusaha ke pasar. Hal ini mencakup hambatan kebijakan dan hukum, norma sosiokultural yang bias gender, kurangnya informasi tentang persyaratan produk dan proses di pasar luar negeri, dan terbatasnya akses terhadap teknologi, infrastruktur, keuangan, dan pendidikan.

5.3.1. *Transparansi peraturan perdagangan dan kepabeanaan serta fasilitasi perdagangan*

Pemerintah dapat membantu meningkatkan akses ke pasar bagi pengusaha perempuan melalui beberapa cara. Jalan utamanya adalah memudahkan akses terhadap informasi mengenai peraturan perdagangan dan bea cukai melalui pelatihan dan halaman web yang dapat diakses pedagang kapan saja, program peningkatan kesadaran, dan layanan penyiaran informasi. Pemberitahuan mengenai langkah-langkah perdagangan baru atau yang diubah dapat dikirimkan kepada pengusaha perempuan melalui jaringan seperti koperasi, asosiasi pengusaha perempuan, dan kamar dagang.

Memiliki national single window di mana formulir bea cukai diserahkan secara daring juga dapat membantu mempermudah proses dan membuat pasar internasional lebih mudah diakses. Indonesia memiliki national single window untuk penerbitan izin impor/ekspor, pemeriksaan dokumen, pengurusan bea cukai, dan pengurusan barang di lingkungan dengan dokumen yang lebih sedikit. Negara-negara lain di kawasan ini yang memiliki single window yang efisien adalah Jepang dan Korea Selatan, yang keduanya memiliki single window untuk penyerahan formulir bea cukai dan import/export declarations secara daring. Single window milik Jepang, Nippon Automated Cargo and Port Consolidated System (NACCS), dikembangkan sebagai kemitraan pemerintah-badan usaha. Hal ini telah menyebabkan otomatisasi prosedur impor/ekspor serta layanan lain yang disediakan oleh sektor swasta seperti penyimpanan dan pengelolaan kargo. NACCS juga berkontribusi terhadap prosedur impor/ekspor yang lebih cepat, tidak hanya untuk bea cukai tetapi juga untuk lembaga pemerintah lainnya (Customs Japan, n.d.).

Portal daring untuk penyerahan formulir bea cukai juga dapat mengurangi kejadian pelecehan seksual dan bahasa serta perilaku tidak pantas yang sering

dihadapi perempuan di perbatasan. Untuk mengatasi tantangan ini, Indonesia dapat terus menggunakan Alat Asesmen Organisasi Kesetaraan Gender (GEOAT) milik Organisasi Kepabebean Dunia (WCO) untuk melakukan asesmen kesetaraan gender pada operasi Kepabebean mereka, dan juga menggunakan pelatihan WCO bagi petugas bea cukai untuk meningkatkan kesadaran dan kepekaan gender mereka. Hasil dari asesmen GEOAT menunjukkan ketimpangan gender yang terus berlanjut di Bea Cukai Indonesia, dimana 82 persen pegawai bea cukai adalah laki-laki pada tahun 2021. Untuk mengatasi situasi ini, Bea Cukai Indonesia menunjuk lebih banyak pegawai perempuan untuk posisi lapangan seperti petugas penegakan hukum, petugas patroli, dan dog handler (Directorate General of Customs and Excise of Indonesia, 2021).

5.3.2. Peluang bagi perempuan pengusaha melalui pengadaan publik

Akses perempuan pengusaha ke pasar juga dapat ditingkatkan melalui keterlibatan mereka dalam proses pengadaan publik. Selama dekade terakhir, Indonesia secara aktif berupaya meningkatkan efisiensi, transparansi, dan akuntabilitas sistem manajemen pengadaan publik nasional. Namun, pemerintah belum secara aktif mencari beragam vendor atau mengumpulkan statistik mengenai perusahaan milik perempuan yang mendaftar sebagai vendor, mengajukan proposal, atau memenangkan kontrak. Peningkatan pengadaan dari usaha milik perempuan harus menjadi prioritas kebijakan publik yang semakin berkembang demi terciptanya sektor swasta yang kuat, pertumbuhan ekonomi yang inklusif, dan solusi pengadaan yang efisien. Dalam hal ini, pemerintah Indonesia telah bekerja sama dengan WeConnect International dan ADB sejak tahun 2022 dalam menyusun strategi dan peta jalan pengadaan publik yang responsif gender. Upaya-upaya tersebut mencakup penggunaan platform e-procurement untuk menandai calon pemasok bisnis milik perempuan, dan mengubah peraturan dan perundang-undangan yang memungkinkan lembaga pengadaan menyisihkan atau mengalokasikan pengadaan di bawah ambang batas moneter yang ditetapkan untuk persaingan di antara usaha milik perempuan (ADB, akan datang - A).

Seiring dengan upaya Indonesia yang terus berupaya dalam hal ini bersama ADB, Indonesia dapat mencari contoh di negara lain sebagai panduan. Misalnya saja, Thailand juga sudah melakukan kemajuan

dalam hal pengadaan publik yang responsif gender demi kepentingan UKM yang dipimpin perempuan, dan Kantor Promosi UKM Thailand (OSMEP) telah menandatangani Nota Kesepahaman dengan UN Women (UN Women, 2023). Kerangka kerjasamanya terdiri dari tiga tujuan berbeda. Pertama, hal ini mencakup studi penelitian bersama atau tinjauan kebijakan yang bertujuan untuk mendukung keberagaman pemasok dan pengadaan yang lebih responsif gender. Kedua, bertujuan untuk meningkatkan basis data dan menetapkan definisi yang jelas tentang “usaha milik perempuan” di Thailand, yang dikategorikan berdasarkan jenis usaha. Pengumpulan dan analisis data yang sistematis ini akan mendukung kebijakan di masa depan. Terakhir, kerangka kerja ini bertujuan untuk menciptakan peluang pasar dengan menghubungkan pembeli dari sektor swasta dan publik dengan pengusaha perempuan dan perusahaan yang responsif gender. Kotak 10 menyajikan kasus Chile sebagai contoh yang baik mengenai pengarusutamaan gender dalam sistem pengadaan publik. Selain itu, konsorsium koperasi atau organisasi produsen yang melibatkan pengusaha perempuan dapat didukung untuk mengumpulkan sumber daya mereka dan menyediakan barang dan jasa dengan harga dan kualitas yang sesuai dengan kebutuhan proyek pengadaan publik.

5.3.3. Jaringan transportasi dan komunikasi

Elemen penting dalam meningkatkan akses pengusaha ke pasar adalah pengembangan jaringan transportasi dan komunikasi. Indonesia dapat lebih meningkatkan konektivitas transportasi dan komunikasi antar provinsi untuk memudahkan akses perempuan ke pasar meskipun hal ini menjadi tantangan mengingat struktur geografis negara ini. Terdapat negara-negara di kawasan ini yang mengadopsi mekanisme untuk meningkatkan konektivitas transportasi dan komunikasi di wilayahnya masing-masing dan dapat memberikan kerangka yang baik untuk ditiru oleh Indonesia. Misalnya, India bermitra dengan Bank Dunia untuk memperbaiki jalan pedesaan guna meningkatkan akses perempuan terhadap pekerjaan non-pertanian dan peluang ekonomi (Chen, 2022). Pelayanan jalan dan transportasi yang lebih baik memungkinkan perempuan mengambil pekerjaan di luar rumah. Misalnya, melalui dukungan terhadap proyek jalan raya negara bagian di Gujarat untuk meningkatkan kapasitas, kualitas, dan keselamatan layanan jalan raya, India membantu meningkatkan pendapatan bulanan rata-rata perempuan sebesar

64 persen di Gujarat.³⁴ Selain itu, kemitraan antara Bank Dunia dan India juga berfokus pada upaya menjadikan transportasi lebih aman bagi perempuan melalui pengumpulan dan analisis data terpilah gender mengenai pengguna dan non-pengguna transportasi umum di 12 pusat perkotaan di negara tersebut. Berdasarkan hasil tersebut, fasilitas ramah perempuan, termasuk halte bus yang aman dengan jarak pandang yang lebih baik dan jalur landai, dibangun. Selain itu, kamera televisi sirkuit tertutup (CCTV) dipasang di bus dan sistem penanganan pengaduan diterapkan.

5.3.4. Skema sertifikasi yang peka gender

Skema sertifikasi sangat penting untuk mendorong pembangunan berkelanjutan, dan desain skema yang peka gender mempunyai implikasi positif bagi pemberdayaan ekonomi perempuan, seperti yang didokumentasikan dalam kasus beberapa tanaman ekspor seperti kopi dan teh. Kotak 11 menyajikan ikhtisar permasalahan yang harus diatasi dalam sertifikasi sektor kelapa sawit Indonesia untuk meningkatkan efektivitas skema ini.

Kotak 10. Menjadikan pengadaan publik responsif gender: Kasus ChileCompra

Undang-Undang Pengadaan di Chile tahun 2003 mengatur pengadaan publik dan mengatur pasokan barang dan jasa publik. Undang-undang pengadaan menyebabkan terbentuknya entitas pengadaan ChileCompra, yang portal Internetnya (www.chilecompras.cl) memusatkan pengadaan publik dan mendigitalkannya secara luas. Negara ini mempunyai pasar elektronik, Mercado Público (www.mercadopublico.cl), dimana 90 persen perusahaan mikro dan kecil menjual produk dan jasa mereka. Pasar daring membantu memerangi korupsi dan meningkatkan efisiensi melalui daya saing dan transparansi. Perusahaan kecil dan menengah memenangkan lebih banyak kontrak berkat sistem yang disederhanakan ini dan karena mereka lebih kompetitif dibandingkan perusahaan besar dalam banyak kasus.

Pada tahun 2015, ChileCompra menerapkan rencana aksi yang menargetkan kendala spesifik gender dan membantu perempuan mengakses peluang pengadaan publik yang sama dengan laki-laki. Peraturan dan pedoman telah dimodifikasi untuk memasukkan pertimbangan gender, dan kriteria evaluasi spesifik gender telah ditambahkan. Misalnya, Chile mengubah peraturannya untuk menjamin alokasi kontrak kepada perusahaan milik perempuan untuk pengadaan di bawah USD600. Kantor pemerintah menawarkan akses Internet gratis di berbagai lokasi. ChileCompra telah melaksanakan program pelatihan di kantor regional di seluruh negeri, dan memiliki program peningkatan manajemen dengan satu bab mengenai gender. Rencana aksi tersebut berhasil meningkatkan jumlah perempuan yang berpartisipasi dalam program pengadaan publik menjadi 36,5 persen pada tahun 2016. Dari jumlah perempuan tersebut, 64 persen merupakan pencari nafkah utama dalam rumah tangga mereka. Peningkatan efisiensi sistem pengadaan publik juga menguntungkan pemerintah, dengan penghematan lebih dari USD6,353 miliar antara tahun 2003 dan 2018 dibandingkan dengan biaya menjalankan program sebesar USD168 miliar.

Tantangan utama untuk meningkatkan jumlah perempuan dalam pengadaan publik adalah mengidentifikasi perusahaan mana yang benar-benar dipimpin atau dimiliki oleh perempuan. ChileCompra memfasilitasi pendaftaran daring usaha milik perempuan melalui program sertifikasi pemasoknya yang disebut Sello Mujer ("Segel Perempuan"). Suatu perusahaan dianggap milik perempuan jika lebih dari 50 persen sahamnya dimiliki oleh perempuan, dan kuasa hukum atau pimpinan perusahaan adalah perempuan.

Meskipun terdapat kemajuan yang luar biasa, hambatan masih tetap ada. Perempuan pengusaha mengatakan bahwa prosedur tender seringkali terlalu rumit dan teknis, dan persyaratan kelayakan finansial bisa menjadi tantangan. Mereka mengklaim bahwa kriteria evaluasi terkadang terlalu ketat dan terlalu fokus pada penawaran termurah. Mereka juga mengatakan bahwa kontraknya terlalu besar dan pembayarannya sering terlambat.

Sumber: (UNCTAD, 2023b)

³⁴ World Bank, Second Gujarat State Highway Project (GSHP II), 2014 (<https://projects.worldbank.org/en/projects-operations/project-detail/P114827>).

5.3.5. Kerangka peraturan dan kelembagaan

Berdasarkan temuan Indeks Bisnis dan Hukum Bank Dunia, Indonesia dapat mempertimbangkan reformasi kesetaraan gender dalam undang-undang yang berdampak pada upah perempuan, hambatan terkait pernikahan, undang-undang yang berdampak pada pekerjaan perempuan setelah memiliki anak, hambatan bagi perempuan untuk memulai dan menjalankan usaha, perbedaan gender dalam bidang properti dan warisan, dan undang-undang yang mempengaruhi besaran pensiun perempuan (World Bank, 2023).

Partisipasi aktif perempuan dalam koperasi dan organisasi produsen dapat ditingkatkan melalui pemotongan pajak atau subsidi yang diberikan secara eksklusif kepada perempuan dalam rumah tangga. Memasukkan perempuan sebagai peserta aktif dalam koperasi juga memerlukan transformasi budaya, karena banyak perempuan yang menganggap laki-laki sebagai wakil rumah tangganya di ruang publik.

5.4. PENGEMBANGAN KETERAMPILAN

Perempuan menghadapi beberapa tantangan dalam mengakses dan menyelesaikan pendidikan dan pelatihan berkualitas. Keteringgalan dalam bidang pendidikan ini berkontribusi pada segregasi pekerjaan, yang masih menjadi ciri utama realitas ekonomi perempuan. Selama perempuan masih memiliki kualifikasi yang rendah dan keterampilan yang lebih rendah dibandingkan laki-laki, mereka kemungkinan besar akan tetap berada pada pekerjaan berupah rendah dengan kondisi kerja yang buruk dan ketidakamanan kerja, dan menjadi wirausaha di sektor-sektor yang kurang dinamis, persaingan tinggi, dan bernilai tambah terbatas.

Memiliki program peningkatan keterampilan dan pelatihan yang menargetkan perempuan dapat menjadi batu loncatan penting bagi pemberdayaan ekonomi perempuan. Indonesia telah mempunyai berbagai program peningkatan keterampilan yang menasar perempuan di beberapa sektor (misalnya program BWP di sektor pakaian jadi yang dibahas di atas).

Kotak 11. Bagaimana cara untuk lebih mengintegrasikan isu gender ke dalam skema sertifikasi di sektor kelapa sawit Indonesia

Kesetaraan gender diperkenalkan dalam prinsip dan kriteria Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO) dan sistem sertifikasi Indonesia Sustainable Palm Oil (ISPO). Namun, kriteria sertifikasi dan indikator kesetaraan gender seringkali tidak konkrit dan jelas. Misalnya, ISPO melarang diskriminasi dan pelecehan/kekerasan berbasis gender melalui sebuah indikator, dan mewajibkan perusahaan untuk mengembangkan dokumen kebijakan mengenai isu tersebut. Namun, hal ini tidak spesifik bagi perempuan, dan tidak ada standar mengenai perlindungan khusus yang dibutuhkan perempuan dalam ranah seperti hak-hak reproduksi. Oleh karena itu, kriteria dan indikator terkait gender dalam skema sertifikasi di sektor kelapa sawit perlu dibuat komprehensif dan konkrit untuk mendukung kesetaraan gender. Kementerian Kesehatan telah mengembangkan sistem surveilans kesehatan reproduksi bagi pekerja perempuan di Indonesia. Hal ini juga perlu dikembangkan bagi pekerja perempuan di sektor perkebunan kelapa sawit. Lembaga sertifikasi ISPO dan RSPO juga harus berkolaborasi dengan pemerintah daerah dalam berbagi data dan informasi mengenai diskriminasi dan kekerasan berbasis gender di sektor ini (Hardiyanto et al., 2021).

Berfokus pada perusahaan kelapa sawit dan mendorong mereka untuk menerapkan prinsip-prinsip pengarusutamaan gender merupakan langkah yang penting dan perlu, namun hal ini saja tidak cukup. Perhatian perlu dipusatkan pada kategori petani kecil mandiri dan hubungan masyarakat-perusahaan-pemerintah (termasuk melalui koperasi), di mana ketimpangan gender sering terjadi (Elmhirst et al., 2017a). Oleh karena itu, penting untuk melibatkan petani kecil dan perusahaan dalam skema ini agar dapat memberikan dampak yang luas pada sektor ini, baik dari sudut pandang gender maupun lingkungan (Li, 2015).

Selain itu, diperlukan sistem perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan nasional yang efektif yang didukung oleh kapasitas kelembagaan dan anggaran (Hardiyanto et al., 2021). Dengan cara ini, ketimpangan yang ada antara berbagai skema sertifikasi pengarusutamaan gender dapat diatasi, dan implementasi indikator gender serta indikator pembangunan berkelanjutan lainnya secara efektif dapat dipastikan.

Peningkatan keterampilan juga menjadi topik utama bagi perempuan di bidang teknologi digital. Di Indonesia, pelatihan literasi digital bagi perempuan dianggap penting melalui Program Kesiapan dan Pengembangan Tenaga Kerja Perempuan dalam STEM ILO antara tahun 2017 dan 2021.³⁵ Pelatihan ini membekali perempuan kurang mampu dengan keterampilan lunak dan teknis penting terkait STEM untuk membantu mereka mendapatkan pekerjaan berkualitas dan mendukung kemajuan karier mereka di sektor TIK (ILO, 2021b). Antara November 2020 hingga Mei 2021, program pelatihan pengembangan web menarik 2,093 pendaftar perempuan dari seluruh Indonesia dan berhasil melatih 683 perempuan, melampaui target awal sebanyak 600 orang.

Sektor pariwisata di Indonesia juga mendapat manfaat dari program pelatihan ILO, khususnya untuk pemulihan bisnis perempuan di era pasca pandemi COVID-19. Tujuan dari Proyek Wisata Desa, yang merupakan bagian dari Program Keterampilan untuk Kesejahteraan ILO, adalah untuk meningkatkan peluang kerja, lapangan kerja, dan mata pencaharian para penerima manfaat dengan mengajarkan mereka keterampilan seperti pembukuan, penghitungan biaya dan pemasaran, perhotelan, dan pariwisata (United Nations Indonesia, 2023).

Di sektor kelapa sawit, terdapat inisiatif terkait gender dalam proyek-proyek sektoral seperti yang terjadi di Kalimantan Barat (misalnya Indonesia Solidaridad Network Foundation). Petani perempuan telah dilibatkan dalam Sekolah Lapangan Petani dan Pelatihan Literasi Keuangan, yang masing-masing dimulai pada tahun 2015 dan 2013. Perempuan memiliki tingkat partisipasi yang jauh lebih tinggi dalam pelatihan terkait keuangan, yang mungkin mencerminkan norma gender dalam masyarakat Indonesia yang memberikan peran pengelolaan keuangan rumah tangga dan menghasilkan pendapatan tambahan kepada perempuan (Azahari, 2022).

Untuk memastikan pengembangan keterampilan perempuan, insentif keuangan, seperti biaya transportasi dan makanan, akan memfasilitasi keterlibatan perempuan. Fasilitas penitipan anak di pusat pelatihan juga dapat disediakan untuk

membantu perempuan yang mempunyai tanggung jawab mengasuh anak untuk berpartisipasi dalam program ini.

Banyak program yang ada untuk pengusaha perempuan memiliki pendekatan yang terstandarisasi dan luas, terutama berfokus pada pengentasan kemiskinan. Program yang ditargetkan mungkin terbukti lebih efektif, karena kebutuhan wirausaha dapat berubah sesuai dengan sektor perekonomian. Program pelatihan dan pengembangan keterampilan juga penting untuk membantu mengalihkan wirausaha yang berorientasi pada kebutuhan dari sektor yang bernilai tambah rendah dan sangat kompetitif (misalnya produksi makanan dan salon kecantikan) ke sektor yang bernilai tambah lebih tinggi (misalnya manufaktur dan TIK).

Memanfaatkan teknologi dan platform digital untuk melakukan pelatihan juga dapat memudahkan perempuan untuk mengaksesnya. Misalnya, India memiliki platform pelatihan nasional bernama Swayam yang menyediakan materi pembelajaran dari Kelas 9 hingga pasca kelulusan dan dapat diakses oleh siapa saja secara daring. Kursusnya interaktif dan tersedia gratis. Platform tersebut memberikan akses pendidikan kepada masyarakat yang tidak mampu mengikuti pendidikan formal dan tidak terdaftar di lembaga pendidikan.³⁶ Di Thailand, Badan Pengembangan Sains dan Teknologi Nasional telah meluncurkan platform e-learning dengan program pelatihan ulang dan peningkatan keterampilan bagi pekerja. Kursus-kursus tersebut terutama difokuskan pada ilmu pengetahuan dan teknologi untuk memastikan tenaga kerja terampil untuk kemajuan sektor (National Science and Technology Agency, 2022).

Forum bisnis merupakan pusat penting bagi organisasi pemerintah dan non-pemerintah, dan forum ini memfasilitasi arus informasi, jaringan, dan perluasan layanan dukungan kepada usaha mikro dan kecil, yang sebagian besar berupa usaha milik perempuan. Penyelenggaraan forum-forum bisnis di sektor-sektor ekspor utama dan partisipasi pengusaha perempuan dalam forum-forum tersebut atas dasar kesetaraan dengan laki-laki dapat didorong.

³⁵ STEM adalah singkatan dari sains, teknologi, teknik, dan matematika.

³⁶ Lihat halaman Swayam di situs web pemerintah India di <https://swayam.gov.in/about> (diakses 18 Agustus 2023).

Yang terakhir, sektor TIK penting bagi banyak sektor jasa yang bernilai tambah dan bergaji tinggi seperti jasa bisnis, keuangan, dan lain-lain. Mengingat tingginya tingkat pendidikan perempuan Indonesia, sektor ini berpotensi menarik banyak perempuan sekaligus memberi mereka opsi kerja yang fleksibel dan jarak jauh. Oleh karena itu, program

pengembangan keterampilan untuk meningkatkan keterampilan TIK perlu diperluas, dan partisipasi perempuan di dalamnya harus didorong. Misalnya, Filipina memiliki platform pelatihan nasional yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan digital perempuan pengusaha di sana (Kotak 12).

Kotak 12. Meningkatkan keterampilan digital perempuan pengusaha di Filipina

Karena kurangnya akses terhadap keuangan dan keterampilan, usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang dipimpin perempuan cenderung memiliki akses pasar yang terbatas. Dalam hal ini, Program UMKM E-Taas ang Pinay dari Departemen Perdagangan dan Industri (DTI) di Filipina memungkinkan perusahaan-perusahaan ini memanfaatkan teknologi untuk memperluas akses pasar.

Program ini memberikan pelatihan komprehensif, pendampingan, dan dukungan kepada pengusaha perempuan untuk meningkatkan keterampilan digital mereka dan terhubung dengan ekonomi digital melalui platform e-commerce. Telah mengembangkan program pelatihan pemasaran digital terintegrasi dan strategi dukungan promosi digital untuk membantu pengusaha perempuan.

Program pelatihan pemasaran digital terintegrasi mencakup kursus pelatihan tiga hari dan skema pendampingan 90 hari. Modul-modulnya mencakup pembentukan pola pikir pertumbuhan dan inovasi, lanskap dan tren e-commerce, dasar-dasar pemasaran digital, penjualan digital, manajemen media sosial, alat dan platform bisnis (oleh Lazada), persiapan kampanye belanja, dan tips pengoperasian gudang (oleh Shopee), dan pembuatan konten serta strategi pemasaran (oleh Facebook).

DTI bekerja sama dengan Konfederasi Koperasi Nasional (NATCCO) untuk menyelenggarakan sesi pelatihan yang dipimpin oleh para pakar yang berkualifikasi dan menyediakan sumber daya administratif dan logistik. DTI juga bermitra dengan Lazada, Shopee, dan Facebook Filipina untuk memfasilitasi lokakarya pemasaran digital dan e-commerce serta mengembangkan 10 modul pelatihan.

Dari Juli 2020 hingga Februari 2021, 505 pengusaha perempuan mendaftar untuk ikut program pelatihan. Di antara mereka, 348 pengusaha perempuan berhasil lulus dari program ini dan 227 kini memiliki bisnis daring. Perempuan pengusaha ini menghasilkan total penjualan sebesar PHP 36 juta (USD600,000 juta) dalam enam bulan pertama setelah meluncurkan bisnis daring mereka. Melalui program ini, lebih dari 90 koordinator dan mentor DTI dan NATCCO menerima pelatihan untuk pelatih.

Sumber: International Trade Centre, SheTrades Database, tersedia di <https://www.shetrades.com/outlook/home> (diakses 26 Juni 2023).

6. KESIMPULAN DAN KERANGKA IMPLEMENTASI PETA JALAN

Laporan ini mengkaji hubungan perdagangan dan gender di Indonesia berdasarkan survei studi yang ada dan data sekunder. Setelah mengkaji profil sosio-ekonomi, gender, dan perdagangan, studi ini mengkaji implikasi gender dari perdagangan terhadap pengusaha perempuan melalui kasus-kasus sektoral, yaitu sektor kelapa sawit dari sektor pertanian, sektor pakaian jadi dan furnitur dari industri, serta sektor pariwisata, ekonomi kreatif, wellness, dan sektor perbankan dari jasa. Semua sektor tersebut merupakan sektor-sektor utama yang penting bagi ekspor atau kegiatan ekonomi secara keseluruhan, dan juga penting bagi lapangan kerja perempuan. Sektor e-commerce juga dianalisis sebagai sektor yang memiliki potensi besar bagi pengusaha perempuan di negara ini.

Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk terbanyak keempat di dunia dan perekonomian terbesar di Asia Tenggara. Perempuan memiliki tingkat pendidikan yang sebanding dengan laki-laki, namun tingkat partisipasi angkatan kerja mereka relatif lebih rendah dibandingkan perempuan di beberapa negara tetangga di kawasan ini, dan perempuan yang bekerja cenderung terkonsentrasi di sektor dan pekerjaan berketerampilan rendah. Perempuan lebih terkonsentrasi pada pekerjaan di bidang jasa (misalnya, grosir dan ritel, akomodasi dan jasa makanan, pendidikan), diikuti oleh pekerjaan di bidang manufaktur dan pertanian. Pada tingkat kebijakan, Indonesia telah mengambil berbagai langkah untuk mendorong kesetaraan gender dan kewirausahaan perempuan, terutama di tingkat nasional melalui berbagai langkah seperti Strategi Nasional Keuangan Inklusif.

Indonesia memiliki reputasi yang baik dalam hal kesetaraan gender terkait partisipasi dalam kegiatan kewirausahaan: perempuan memiliki tingkat aktivitas kewirausahaan total yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki dan tingkat kepemilikan bisnis yang sudah mapan lebih tinggi. Namun, perlu dicatat bahwa hal ini belum tentu berarti peningkatan kesejahteraan, karena perempuan cenderung lebih terkonsentrasi pada bisnis yang berorientasi pada kebutuhan. Selain itu, ketimpangan gender tetap ada dalam hasil kewirausahaan bahkan setelah memperhitungkan perbedaan sumber daya. Hal ini berarti bahwa, selain

mengatasi ketimpangan dalam hal sumber daya, kita juga perlu mengatasi faktor sosio-kultural dan administratif yang menyebabkan ketimpangan gender terkait hasil.

Di sektor kelapa sawit, pekerjaan lapangan sangat disegregasi berdasarkan gender – laki-laki sebagian besar melakukan pekerjaan pemanenan dan perempuan aktif dalam pekerjaan pemeliharaan. Perempuan terkonsentrasi pada pekerjaan lepas sehingga tidak mempunyai jaminan kerja dan tunjangan non-upah sebagai pekerja (misalnya cuti sakit yang dibayar, cuti melahirkan). Perempuan juga lebih banyak menghadapi kondisi kerja yang berbahaya dibandingkan laki-laki karena mereka sebagian besar bekerja di kegiatan pemeliharaan yang membuat mereka terpapar pestisida dan pupuk, tanpa adanya peralatan keselamatan yang memadai. Namun, upah dan jam kerja sebanding antara pekerja perempuan dan laki-laki. Laki-laki dan perempuan berpartisipasi bersama sebagai petani dalam pengelolaan perkebunan kelapa sawit di pertanian keluarga. Perempuan juga membantu anggota keluarga laki-laki sebagai pekerja keluarga yang tidak dibayar di perkebunan. Kelapa sawit menghasilkan peluang kerja yang menguntungkan laki-laki dan perempuan, namun perempuan menghadapi beban kerja ganda karena mereka juga bertanggung jawab atas pekerjaan rumah tangga dan ketahanan pangan rumah tangga mereka. Koperasi berperan penting dalam sektor kelapa sawit di Indonesia, namun partisipasi perempuan terbatas karena norma gender. Praktik diskriminatif dan kekerasan terhadap pekerja perempuan merupakan permasalahan besar lainnya yang dihadapi perempuan di sektor kelapa sawit.

Indonesia termasuk dalam 10 negara produsen tekstil dan pakaian jadi terbesar di dunia dan mengandalkan sektor ini sebagai sumber ekspor dan lapangan kerja. Negara ini mengalami feminisasi pekerjaan di sektor pakaian jadi pada tahun 1970an dan 1980an, dan saat ini perempuan mencakup 63 persen angkatan kerja di sektor tersebut. Selain pekerjaan berupah, perempuan juga mendominasi pekerja upah borongan, sebagian besar informal, di sektor pakaian jadi. Ketimpangan upah berbasis gender lebih kecil dibandingkan negara-negara serupa, yang berarti bahwa proses feminisasi

lebih bergantung pada stereotip gender mengenai tugas dibandingkan keunggulan biaya yang dapat diberikan oleh perempuan. Pelecehan seksual juga menjadi masalah di tempat kerja di pabrik garmen, dan banyak perempuan tidak memiliki hak cuti hamil dan melahirkan.

Di bidang pariwisata, perempuan menghadapi beberapa hambatan seperti terbatasnya akses terhadap pendidikan teknis dan sumber daya serta kerentanan terhadap pelecehan seksual, yang membuat banyak dari mereka enggan memasuki sektor ini. Seperti halnya di sektor lain, terdapat tingkat segregasi pekerjaan berbasis gender yang tinggi. Perempuan terkonsentrasi pada pekerjaan yang berhubungan dengan pekerjaan rumah tangga, seperti housekeeping di hotel, pramusaji, pekerja dapur, dan juru masak, sedangkan laki-laki bekerja sebagai penjaga keamanan, pengemudi, staf pemeliharaan, dan pemandu. Berbeda dengan negara-negara lain, ketimpangan upah gender di Indonesia lebih besar di sektor pariwisata dibandingkan di sektor perekonomian secara umum. Meskipun pekerjaan di bidang pariwisata bersifat informal, bergaji rendah, dan berketerampilan rendah, perempuan masih menghargai pekerjaan-pekerjaan ini jika dibandingkan dengan alternatif lain di bidang pertanian. Mereka juga cenderung berwirausaha (misalnya, membuka warung

makan pinggir jalan) setelah menikah karena pekerjaan tersebut memberikan mereka fleksibilitas. Beban kerja ganda juga menjadi salah satu alasan pengusaha perempuan di sektor pariwisata tetap bertahan sebagai pemilik usaha kecil informal. Ketimpangan gender dalam keterampilan digital dan akses terhadap keuangan dan modal merupakan kendala utama yang dihadapi pengusaha perempuan di sektor pariwisata.

Indonesia telah mempunyai beberapa inisiatif dalam bidang kebijakan yang teridentifikasi untuk mendorong kesetaraan gender dan kewirausahaan perempuan, termasuk melalui penggunaan kebijakan perdagangan. Namun, masih ada tindakan lebih lanjut yang dapat dipertimbangkan oleh Indonesia untuk mendukung partisipasi perempuan yang bermanfaat dalam perekonomian. Bagian 5 dari laporan ini menyajikan beberapa rekomendasi mengenai “cara mencapainya” berdasarkan analisis hubungan gender dan perdagangan di Indonesia, praktik-praktik baik internasional, dan contoh negara-negara yang perekonomiannya serupa dengan Indonesia.

Tabel 5 menyajikan kerangka implementasi kebijakan beserta target, bidang tindakan utama, pemangku kepentingan, dan indikator monitoring untuk menilai kemajuan setiap bidang kebijakan yang tercakup dalam Bagian 5.

Tabel 5. Rekomendasi kebijakan dan kerangka implementasi untuk Indonesia

	Target	Ranah tindakan yang potensial	Indikator monitoring
Kebijakan perdagangan	<ul style="list-style-type: none"> - Peningkatan pengarusutamaan gender dalam kebijakan perdagangan - Peningkatan kapasitas perempuan untuk berpartisipasi dalam perluasan sektor ekspor - Partisipasi aktif perempuan dalam pengambilan keputusan kebijakan perdagangan 	<ul style="list-style-type: none"> - Bab gender dalam perjanjian perdagangan - Asesmen dampak gender ex-ante dari perjanjian perdagangan - Partisipasi kelompok hak-hak perempuan dan organisasi produsen dalam proses kebijakan perdagangan - Implementasi program peningkatan kapasitas yang berfokus pada perdagangan yang peka gender - Analisis rantai nilai yang peka gender - Implementasi proyek bantuan pembangunan yang peka gender (misalnya, Aid for Trade) - Program kerja mengenai statistik gender dan perdagangan 	<ul style="list-style-type: none"> - Asesmen gender ex-post dalam perjanjian perdagangan - Jumlah dan jangkauan program peningkatan kapasitas dan proyek bantuan pembangunan yang berfokus pada perdagangan dengan pendekatan peka gender - Jumlah publikasi Badan Pusat Statistik (BPS) mengenai statistik perdagangan dan gender

	Target	Ranah tindakan yang potensial	Indikator monitoring
Kerangka peraturan dan kelembagaan	<ul style="list-style-type: none"> - Peningkatan partisipasi perempuan di pasar tenaga kerja dan perdagangan - Pembagian kerja berdasarkan gender yang lebih setara - Partisipasi perempuan yang lebih tinggi dalam proses pengambilan keputusan 	<p><i>Kerangka sosial dan hukum</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Reformasi hukum yang diarahkan pada kesetaraan gender yang lebih besar di bidang-bidang yang membutuhkan (misalnya gaji, pensiun, kehamilan) - Kampanye peningkatan kesadaran tentang kesetaraan gender - Komponen kesetaraan gender dalam kurikulum di semua jenjang pendidikan <p><i>Domain pengasuhan</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Kampanye untuk mengurangi ketimpangan gender dalam beban kerja tidak berbayar - Memperluas fasilitas penitipan anak pemerintah - Memberikan subsidi kepada keluarga berpendapatan rendah untuk mendaftarkan anaknya ke fasilitas penitipan anak swasta ketika fasilitas pemerintah tidak tersedia - Memasukkan kesetaraan gender dalam kebijakan cuti melahirkan berbayar <p><i>Sektor ekspor</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Indikator gender dalam skema sertifikasi - Unit koordinasi nasional untuk skema sertifikasi agar peka gender - Sistem zonasi perizinan kelapa sawit untuk mendukung kesetaraan partisipasi petani kecil dan perempuan - Program insentif publik bagi perusahaan-perusahaan di sektor ekspor utama untuk meningkatkan lapangan kerja perempuan di sektor-sektor tersebut 	<ul style="list-style-type: none"> - Pengawasan tindakan hukum secara teratur - Jumlah dan jangkauan dari program peningkatan kesadaran terkait kesetaraan gender - Evaluasi independen terhadap kurikulum pendidikan melalui kacamata gender - Jumlah menit per hari yang dihabiskan oleh laki-laki dan perempuan untuk pengasuhan dan pekerjaan rumah tangga tidak berbayar - Tingkat pendaftaran di fasilitas penitipan anak - Porsi lapangan kerja perempuan di sektor ekspor - Porsi indikator gender di antara indikator skema sertifikasi

	Target	Ranah tindakan yang potensial	Indikator monitoring
Akses ke keuangan	<ul style="list-style-type: none"> - Meningkatnya penggunaan jasa keuangan oleh perempuan pengusaha - Mengurangi ketimpangan gender dalam akses terhadap keuangan 	<ul style="list-style-type: none"> - Peningkatan partisipasi perempuan dalam pelatihan literasi keuangan - Memperluas program kredit yang menysasar pengusaha perempuan dengan persyaratan preferensial - Insentif finansial untuk mendorong praktik baik yang dilakukan perusahaan yang mengarah pada kesetaraan gender - Satuan tugas nasional untuk mengoordinasikan program untuk mendukung pengusaha perempuan dalam akses terhadap keuangan dan bidang terkait lainnya 	<ul style="list-style-type: none"> - Tingkat akses pengusaha terhadap kredit berdasarkan gender - Pengawasan prosedur keuangan dengan kacamata gender - Jumlah perempuan di antara peserta program peningkatan kapasitas di bidang keuangan dan bidang terkait lainnya

	Target	Ranah tindakan yang potensial	Indikator monitoring
Akses ke pasar	<ul style="list-style-type: none"> -Meningkatkan partisipasi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) milik perempuan dalam perdagangan -Pergeseran UMKM milik perempuan ke sektor yang bernilai tambah lebih tinggi -Peningkatan partisipasi UMKM milik perempuan dalam pengadaan publik - Peningkatan partisipasi perempuan dalam koperasi - Peningkatan partisipasi pengusaha perempuan dalam e-commerce 	<ul style="list-style-type: none"> - Portal dan aplikasi daring tentang peraturan dan informasi bea cukai - Pelatihan tentang aturan dan prosedur perdagangan - Penyiaran informasi pasar melalui sumber daring dan organisasi produsen - Peningkatan kesadaran gender di kalangan petugas bea cukai - Dukungan finansial untuk memudahkan akses terhadap teknologi guna mendukung peralihan ke sektor yang bernilai tambah lebih tinggi - Memberikan layanan penyuluhan dan konsultasi yang disesuaikan dengan kebutuhan UMKM milik perempuan - Memperluas partisipasi perempuan dalam inisiatif keberagaman pemasok dan program sertifikasi - Memiliki kuota bagi pengusaha perempuan dalam proyek pengadaan publik - Konsorsium koperasi dan usaha yang dipimpin perempuan untuk pengadaan publik - Pengembangan platform digital yang mendukung internasionalisasi usaha kecil dan menengah serta promosi produk yang dijual UMKM 	<ul style="list-style-type: none"> - Porsi pengusaha perempuan yang menggunakan portal perdagangan daring dan aplikasi informasi pasar - Jumlah program pelatihan peningkatan kesadaran gender di perbatasan - Porsi program yang spesifik pada sektor tertentu di antara program peningkatan kapasitas di bidang perdagangan - Porsi usaha milik perempuan masing-masing di sektor ekspor dan sektor bernilai tambah tinggi - Porsi proyek pengadaan publik (dalam jumlah dan nilai) yang diselenggarakan oleh usaha milik perempuan atau konsorsium yang melibatkan pengusaha perempuan - Porsi perempuan di antara anggota dalam koperasi dan skema sertifikasi - Porsi perempuan yang menjalankan bisnis daring dan profitabilitas bisnis

	Target	Ranah tindakan yang potensial	Indikator monitoring
Pengembangan keterampilan	<ul style="list-style-type: none"> - Peningkatan partisipasi pengusaha perempuan dalam program pengembangan keterampilan dan pelatihan - Mengembangkan keterampilan digital perempuan - Peningkatan akses pengusaha kecil, termasuk perempuan, terhadap infrastruktur informasi, komunikasi, dan teknologi (TIK) (misalnya, jangkauan broadband, sistem pembayaran elektronik) 	<ul style="list-style-type: none"> - Rancangan program pelatihan yang peka gender (misalnya layanan penitipan anak di lokasi, pengaturan waktu yang tepat) - Program pelatihan yang ditargetkan untuk meningkatkan keterampilan perempuan agar beralih ke sektor yang bernilai tambah tinggi - Penyuluhan sektoral mengenai pelayanan usaha kepada UMKM, termasuk pengusaha perempuan - Meningkatkan jangkauan dan cakupan forum bisnis (misalnya platform untuk bertukar praktik yang baik, pembelajaran sejawat dari teladan) - Peningkatan pelatihan tentang keterampilan digital, keamanan siber, pembayaran daring, fungsi platform digital, dll. - Mempromosikan jangkauan pengusaha mikro dan kecil terhadap infrastruktur ICT, mengurangi biaya berlangganan Internet 	<ul style="list-style-type: none"> - Porsi pengusaha perempuan di antara peserta program pengembangan keterampilan dan pelatihan - Porsi perempuan yang masing-masing memiliki keterampilan literasi digital dasar dan keterampilan digital teknis tingkat lanjut - Porsi pengusaha perempuan yang memiliki akses terhadap infrastruktur TIK

Sumber: Sekretariat UNCTAD.

REFERENSI

- ADB (2020). *Innovative Financial Products and Services for Women in Asia and the Pacific*. Mandaluyong. Asian Development Bank.
- ADB (forthcoming-a). *Gender Responsive Public Procurement: Guidelines for the Indonesian Government*. Mandaluyong. Asian Development Bank.
- ADB (forthcoming-b). *Guideline on the Collection of Sex Disaggregated Data from Financial Services Providers to Support the Implementation of the National Women's Financial Inclusion Strategy in Indonesia*. Mandaluyong. Asian Development Bank.
- Antara D, Murni N, Tryuni N, Ruki M and Phuaphai boon N (2019). Gender equality of tourism graduates in tourism industry. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research* No. 34. Atlantis Press.
- ASEAN (2021). *ASEAN Gender Mainstreaming Strategic Framework 2021-2025*. Jakarta. Association of Southeast Asian Nations.
- Azahari D (2022). Gender mainstreaming in palm oil industry towards SDGs achievement. Blog (8 March). Available at www.kompasiana.com/suksmaratri/6226c6c83179495dc038ac24/gender-mainstreaming-in-palm-oil-industry-towards-sdgs-achievement?page=1&page_images=1
- Bank Indonesia (2022). Digitisation increases access to finance for women, youths, and MSMEs. News release (12 May). Available at www.bi.go.id/en/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_2412322.aspx
- Bank Indonesia (no date). Financial inclusion. Available at <https://www.bi.go.id/en/fungsi-utama/stabilitas-sistem-keuangan/keuangan-inklusif/default.aspx#:~:text=In%20response%2C%20financial%20inclusion%20overcomes,shadow%20banking%20and%20irresponsible%20finance> (accessed 6 September 2023).
- Better Work (2019). *Sexual Harassment at Work: Insights from the Global Garment Industry*. International Labour Organization and International Finance Corporation.
- Better Work (2021). *Better Work Indonesia - Annual Report 2020*. Geneva. International Labour Organization.
- Better Work (2022). *The Impact of Better Work Indonesia: A Ten-year Reflection*. Geneva. International Labour Organization.
- Better Work Indonesia (2017). *Guidelines for Employers on Maternity Protection at Work*. Available at https://betterwork.org/wp-content/uploads/GuidelinesPregnantWorkerProtection_Final_Final_English2-PDF.pdf
- BPS (2022a). *Women and men in Indonesia*. Jakarta. Badan Pusat Statistik (Statistics Indonesia).
- BPS (2022b). *Indonesia oil palm statistics 2021*. Jakarta. Badan Pusat Statistik (Statistics Indonesia).
- BPS (2022c). *Labor force situation in Indonesia August 2022*. Jakarta. Badan Pusat Statistik (Statistics Indonesia).
- BPS (2023). *Statistical Yearbook of Indonesia 2023*. Jakarta. Badan Pusat Statistik (Statistics Indonesia).
- Bras CH and Dahles H (1998). Women entrepreneurs and beach tourism in Sanur, Bali: Gender, employment opportunities, and government policy. *Pacific Tourism Review (January)*.
- Breucker F (no date). The impact of palm oil expansion on women in Indonesia - A feminist ecological perspective. Embra Collective. Available at <https://www.embracollective.com/longreads/the-impact-of-palm-oil-expansion-on-women-in-indonesia-a-feminist-ecological-perspectivestrong>
-

- Chen G (2022). Gender-smart infrastructure improves gender equality in South Asia. World Bank Blog (8 March). Available at <https://blogs.worldbank.org/endpovertyinsouthasia/gender-smart-infrastructure-improves-gender-equality-south-asia>
- Customs Japan (no date). Facilitation of import/export procedures. Available at https://www.customs.go.jp/zeikan/pamphlet/report/pdf/report_005e.pdf
- Das K, Tamhane T, Vatterott B, Wibowo P and Wintels S (2018). *Indonesia's Online Commerce Journey*. McKinsey & Company.
- Dekker B (2020). The impact of COVID-19 measures on Indonesian value chains. CRU Policy Brief. Clingendael (Netherlands Institute of Policy Relations).
- Deloitte (2015). The future is now: Digital financial services in Indonesia. Available at <https://www2.deloitte.com/id/en/pages/financial-services/articles/digital-financial-indonesia.html>
- Dina SA and Dewaranu T (2022). Regulatory reforms to increase women micro-entrepreneurs participation in e-commerce. Center for Indonesian Policy Studies.
- Djaja K, Mardanugraha E and Sihombing M (2016). An assessment of the Indonesian financial services sector. Geneva. International Labour Organization. Available at www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-jakarta/documents/meetingdocument/wcms_396166.pdf
- Directorate General of Customs and Excise of indonesia (2021). Ensuring gender equality and diversity: Indonesia's experience. World Customs Organization Dossier (18 June). Available at <https://mag.wcoomd.org/magazine/wco-news-95-june-2021/ensuring-gender-equality-and-diversity-indonesias-experience/>
- Elhan-Kayalar Y, Sawada Y and van der Meulen Rodgers (2022). Gender, entrepreneurship, and coping with the COVID-19 pandemic: The case of GoFood merchants in Indonesia. *Asia & the Pacific Policy Studies*. 9: 222–45.
- Elmhirst R, Siscawati M, Basnett B and Ekowati D (2017a). Gender and generation in engagements with oil palm in East Kalimantan, Indonesia: Insights from feminist political ecology. *The Journal of Peasant Studies*. 44(6): 1135–157.
- Elmhirst R, Basnett B, Siscawati M and Ekowati D (2017b). Gender issues in large scale land acquisition: Insights from oil palm in Indonesia. Center for International Forestry Research.
- Fagertun A (2013). Gendered labor in “paradise:” Tourism as an engine of change in Bali. International Institute for Asian Studies Newsletter No. 66. Available at https://www.iias.asia/sites/iias/files/nwl_article/2019-05/IIAS_NL66_50.pdf
- Fair Labor Association and the Consumer Goods Forum (2018). Assessing forced labour risks in the palm oil sector in Indonesia and Malaysia. 6 November.
- FAO (2019). Country gender assessment of agriculture and the rural sector in Indonesia. Rome. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Fintech Indonesia (2021). Annual members survey, 2021. Asosiasi FINTECH Indonesia. Available at https://fintech.id/storage/files/shares/Annual%20Member%20Survey%202019/2022/Spreads%20lowres_AFTECH%20-%20Annual%20Members%20Survey%202021_Bahasa%20update%2028mar%20final.pdf
- Ford M and Parker L (2008). Women and work in Indonesia. Asian Studies Association of Australia.
-

- Friedrich Ebert Stiftung, UN Women and ASEAN (2016). Projected gender impact of the ASEAN Economic Community. Association of Southeast Asian Nations Secretariat. Available at <https://asean.org/wp-content/uploads/2021/09/Final-Gender-Dimensions-of-the-ASEAN-Economic-Community-updated-on-13.03.pdf>
- GEM (2021). *Women's Entrepreneurship 2020/21: Thriving Through Crisis*. London. Global Entrepreneurship Monitor.
- GEM (2023). *2022/2023 Global Report: Adapting to a "New Normal"*. London. Global Entrepreneurship Monitor.
- Global Wellness Institute (2023). The global wellness economy: Indonesia. February. Available at <https://globalwellnessinstitute.org/geography-of-wellness/wellness-in-indonesia/>
- Government of Indonesia (2018). Presidential Decree 142 of 2018 about National Creative Economy Development Masterplan Year 2018-2025.
- Government of Indonesia (2021). National Strategy on Indonesian Financial Literacy 2021-2025. Jakarta. Available at [https://www.ojk.go.id/en/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/National-Strategy-on-Indonesian-Financial-Literacy-\(SNLKI\)-2021---2025.aspx](https://www.ojk.go.id/en/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/National-Strategy-on-Indonesian-Financial-Literacy-(SNLKI)-2021---2025.aspx)
- Halim D, Hambali S and Purnamasari R (2023). Not all that it seems: Narrowing of gender gaps in employment during the onset of COVID-19 in Indonesia. Policy Research Working Paper. Washington, DC. World Bank.
- Hardiyanto A, Saputra W, Noersyachbana S and Putra A (2021). Gender and human rights issues in palm oil plantation. Policy Paper. Jakarta. Yayasan WWF-Indonesia.
- Hendrayati H and Gaffar V (2016). Innovation and marketing performance of womenpreneur in fashion industry in Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 219: 299–306.
- Ho S-C, Kauffman RJ and Liang T-P (2011). The impact of Internet-based selling technology: A hybrid growth theory perspective with cross-model inference. *Information Technology and Management*. 12(4): 409–29.
- Hutchings K, Moyle C-I, Chai A, Garofano N and Moore S (2020). Segregation of women in tourism employment in the APEC region. *Tourism Management Perspectives*. 34: 100655. Available at <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2211973620300222>
- IFC (2019). This Indonesian bank puts financing for women on the Menu. Washington, DC. International Finance Corporation.
- IFC (2021). *Women and E-commerce in Southeast Asia*. Washington, DC. International Finance Corporation.
- IFC (no date). *Bridging the Gender Gap in Access to Finance*. Washington, DC. International Finance Corporation.
- ILO (2015). Homeworkers in Indonesia: Results from the Homeworker Mapping Study in North Sumatra, West Java, Central Java, Yogyakarta, East Java and Banten. Geneva. International Labour Organization MAMPU Project.
- ILO (2019). Labour and human rights frameworks promoting childcare for all workers. ILO and WIEGO Policy Brief No. 2. Geneva. International Labour Organization.
- ILO (2021a). *Moving the Needle: Gender Equality and Decent Work in Asia's Garment Sector*. Bangkok. International Labour Organization.
- ILO (2021b). Women in STEM Programme in Indonesia. Geneva. International Labour Organization.
- ILO (2022). The state of the apparel and footwear industry: Employment, automation and their gender dimensions. Geneva. International Labour Organization.
-

- Imron A, Pramesti M and Wahyuni S (2017). Why is gender inequality still appearing in garment factories in Indonesia? *Advances in Economics, Business and Management Research*. 36: 250–59.
- Indriansyah NR, Rossika A and Rahmat YN (2020). Women in transition: Gendered hosts in Karimunjawa Island tourism, Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. (447): 012011.
- Istiadari R and Anandhika M (2018). *The Role of Gender in Micro and Small Enterprise Business Development in Indonesia: A Firm-Level Analysis*. Asia Pacific Foundation of Canada.
- ITC (no date). Bangladesh - Banks build women-friendly financial structures. International Trade Centre SheTrades Good Practices. Available at https://www.shetrades.com/outlook/admin/upload/good-practices/Bangladesh_Bank_EN.pdf
- ITU (2022). *Global Connectivity Report. International Telecommunications Union*. Available at <https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/global-connectivity-report-2022/>
- Kis-Katos K, Pieters J and Sparrow R (2018a). Globalization and social change: Gender-specific effects of trade liberalization in Indonesia. *IMF Economic Review*. 66(4): 763–93.
- Kis-Katos, K, Pieters J and Sparrow R (2018b). Gender, labour markets and trade liberalisation in Indonesia. In: Patunru A, Pangestu M and Basri içinde M, eds., *Indonesia in the New World: Globalisation, Nationalism and Sovereignty*. ISEAS–Yusuf Ishak Institute: 157–79.
- Knowles J (2018). Mobile financial services for women in Indonesia: A baseline survey analysis. Background Paper. Washington, DC. Center for Global Development.
- Korinek J, Moisé E and Tang J (2021). Trade and gender: A framework of analysis. OECD Trade Policy Paper No. 246. Paris. Organisation for Economic Co-operation and Development.
- Kubitza C, Krishna V, Alamsyah Z and Qaim M (2018). The economics behind an ecological crisis: Livelihood effects of oil palm expansion in Sumatra, Indonesia. *Human Ecology*. 46: 107–16.
- Lestariningsih E, Maharani K and Lestari T (2018). Measuring creative economy in Indonesia: Issues and challenges in data collection. *Asia-Pacific Sustainable Development Journal*. 25(2): 99–114.
- Li TM (2015). Social impacts of oil palm in Indonesia: A gendered perspective from West Kalimantan. Bogor, Indonesia. Center for International Forestry Research (CIFOR).
- Li TT (2018). Evidence-based options for advancing social equity in Indonesian palm oil: Implications. Bogor, Indonesia. Center for International Forestry Research (CIFOR).
- Manurung R, Ismail R, Munthe H and Nababan TS (2020). Batak Toba empowerment In Lake Toba tourism area, North Sumatera, Indonesia: Analysis of entrepreneurship potential in Batak women. *International Journal of Scientific and Technology Research*. 9(3).
- Mardiharini M, Azahari D, Chaidirsyah R and Obaideen K (2021). Palm oil industry towards Sustainable Development Goals (SDGs) achievements. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. 892: 1–9.
- Marsan GA, Litanía A, Sabrina LM and Sanders A (2022). Empowering women entrepreneurs in Eastern Indonesia. Economic Research Institute for ASEAN and East Asia Project Report FY2022 No. 13.
- Mehraban N, Debela B, Ummi K and Qaim M (2022). What about her? Oil palm cultivation and intra-household gender roles. *Food Policy*. 110(102276): 1–10.
- Meikassandra P, Prabawa IW and Mertha IW (2020). Wellness tourism in Ubud: A qualitative approach to study the aspects of wellness tourism development. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*. 6(1). Available

- at <https://jbhost.org/jbhost/index.php/jbhost/article/view/191#:~:text=The%20results%20showed%20that%20wellness,retreats%2C%20detoxes%20and%20spa%20resorts.>
- Melati M, Purnomo H and Shantiko B (2013). Making research work for small-scale furniture makers: Action research in the Jepara furniture industry, Indonesia. Bogor, Indonesia. Center for International Forestry Research (CIFOR).
- Melissa E, Hamidati A and Saraswati MS (2013). Social media empowerment: How social media helps to boost women entrepreneurship in Indonesian urban areas. *The IAFOR Journal of Media, Communication and Film*. 1(1).
- Ministry of National Development Planning (2013). Review of a decade of gender mainstreaming in education in Indonesia. Government of Indonesia.
- Nam Y and Lee ST (2023). Behind the growth of FinTech in South Korea: Digital divide in the use of digital financial services. *Telematics and Informatics*. 81(C). <https://doi.org/10.1016/j.tele.2023.101995>
- Nansereko S (2010). A gender perspective to value chain analysis for wood-furniture industry upgrading: A case of Jepara, Central Java, Indonesia. Faculty of Life Sciences, University of Copenhagen.
- National Science and Technology Agency (2022). NSTDA unveils an e-learning platform to support reskilling and upskilling of Thai workforce. Press release (27 May). Available at <https://www.nstda.or.th/en/news/news-years-2022/nstda-unveils-an-e-learning-platform-to-support-reskilling-and-upskilling-of-thai-workforce.html>
- Pratama MA (2022). Digital financial inclusion driving economic growth. Bank Indonesia Institute. 7 October.
- Purnomo H, Irawati R., Fauzan A and Melati M (2011). Scenario-based actions to upgrade small-scale furniture producers and their impacts on women in Central Java, Indonesia. *International Forestry Review*. 13(2): 152–62.
- Purnomo H, Suyamto D, Achdiawan R, Irawati R, Shantiko B and Melati M (2013). Innovation diffusion of producer institution to achieve better equity in furniture industry in Indonesia. In: *Commoners and the Changing Commons: Livelihoods, Environmental Security, and Shared Knowledge: The Fourteenth Biennial Conference of the International Association for the Study of the Commons*. Kyoto, Japan.
- Rafiki A and Nasution F (2019). Business success factors of Muslim women entrepreneurs in Indonesia. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*. 13(5): 584–604.
- Republic of Indonesia (2020). The National Medium-Term Development Plan for 2020-2024.
- Salyanty A (2023). Women E-commerce entrepreneurs: A demand-side exploration in Indonesia. Women's World Banking.
- Sarasi V and Satyakti Y (2023). Sustainable supply chain of Indonesia's textile & apparel industry: Opportunities and challenges. *Research Journal of Textile and Apparel*: 1560–6074. doi: 10.1108/RJTA-08-2022-0091
- Satrya A, Wulandari P, Pramesti M, Wahyuni S and Zuhdi M (2017). Working condition and quality of life for female workers in garment factories in Indonesia. *Advances in Economics, Business and Management Research*. 36: 335–46.
- Shackleton S, Paumgarten F, Kassa H, Hussleman M, Zida M, Purnomo H...and Melati M (2012). Forests: Gender and value chains. CIFOR Info Brief No. 49. Bogor, Indonesia. Center for International Forestry Research.
-

- Sinaga H (2020). *Competitive Pressures and Labour Rights: The Indonesian Oil Palm Plantation and Automobile Sectors*. München. Rainer Hampp Verlag.
- StartUp India (no date). Women entrepreneurship in India. Ministry of Commerce and Industry. Available at https://www.startupindia.gov.in/content/sih/en/women_entrepreneurs.html
- Suwana F and Lily (2017). Empowering Indonesian women through building digital media literacy. *Kasetsart Journal of Social Sciences*. 38(3): 212–17. Available at <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2452315117303818>
- Tajeddini K, Ratten V and Denisa M (2017). Female tourism entrepreneurs in Bali, Indonesia. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 31: 52–58.
- Talib N (2018). Women-led/owned small and medium enterprises in the food and fashion industries in Indonesia: Opportunities and challenges for the implementation of impact investing. Sydney. Australian National Internship Program (ANIP) and the Investing in Women Initiative.
- Tambunan T (2017). Women entrepreneurs in MSEs in Indonesia: Their motivations and main constraints. *International Journal of Gender and Women's Studies*. 1(2): 56–86.
- Taufik AA, Estiko F and Karina N (2021). E-commerce platforms as a path to women's financial inclusion. IFII Blog Series (16 December). J-PAL. Massachusetts Institute of Technology.
- Tijdens K, van Klaveren M and Pralitaras N. (2018). Compliance with labour law and minimum wages in the garment industry in Indonesia. Amsterdam. WageIndicator Foundation.
- Tourism Watch (2020). Towards gender equality in Indonesian tourism. Blog (21 February).
- TPSA Project and AKATIGA Center for Social Analysis (2018). Opening the world of trade to women: How gender affects trade benefits for Indonesian SMEs. Canada-Indonesia Trade and Private Sector Assistance Project.
- UNCTAD (2022). *Looking at the Trade and Gender Nexus from a Development Perspective: A Brief Overview*. UNCTAD/DITC/2021/2. Geneva. Available at https://unctad.org/system/files/official-document/ditc2021d2_en.pdf.
- UNCTAD (2023a). *E-Commerce from a Gender and Development Perspective*. UNCTAD/DITC/2023/1. Geneva. Available at <https://unctad.org/publication/e-commerce-gender-and-development-perspective>
- UNCTAD (2023b). Linking Trade and Gender towards Sustainable Development: An Analytical and Policy Framework. UNCTAD/DITC/2022/1. Geneva. Available at https://unctad.org/system/files/official-document/ditc2022d1_en.pdf
- UNCTAD (no date). Creative Economy Programme. Geneva. United Nations Conference on Trade and Development. Available at <https://unctad.org/topic/trade-analysis/creative-economy-programme> (accessed 19 August 2023).
- UNCTAD, UNECA, UNECE, and UN Women (2023). Data and statistics for more gender-responsive trade policies in Africa, the Caucasus and Central Asia. Geneva. United Nations Conference on Trade and Development. Available at <https://unctad.org/project/data-and-statistics-more-gender-responsive-trade-policies-africa-caucasus-and-central-asia>
- UNDP (2022). *Human Development Report 2021/2022*. New York. United Nations Development Programme.
- UNIDO (2022). *Industrial Development Report 2022*. The Future of Industrialization in a Post-Pandemic World. Vienna. United Nations Industrial Development Organization.
-

- United Nations ESCAP (2021). Towards a roadmap for inclusive business in wellness tourism in Indonesia. Economic and Social Commission for Asia and the Pacific. Available at <https://www.unescap.org/kp/2021/towards-roadmap-inclusive-business-wellness-tourism-indonesia>
- United Nations Indonesia (2023). Sunshine, sea...and skills in tourism: ILO supports women in northeastern Indonesia in sustainable tourism development. 12 January. Available at <https://indonesia.un.org/en/214581-sunshine-sea...-and-skills-tourism-ilo-supports-women-northeastern-indonesia-sustainable>
- UNWTO and UN Women (2011). *Global Report on Women in Tourism 2010*. United Nations World Tourism Organization and UN Women.
- UN Women (2020). Leveraging digitalization to cope with COVID-19: An Indonesia case study on women-owned micro and small businesses. Jakarta. UN Women.
- UN Women (2023). New agreement to boost procurement from women-led SMEs in Thailand. Jakarta. Press release (27 March). Available at <https://asiapacific.unwomen.org/en/stories/press-release/2023/03/new-agreement-to-boost-procurement-from-women-led-smes-in-thailand>
- White J and White B (2012). Gendered experiences of dispossession: Oil palm expansion in a Dayak Hibun community in West Kalimantan. *The Journal of Peasant Studies* 39(3-4): 995–1016.
- Women's World Banking (2023). Catalyzing women's advancement into decision making roles in Indonesia's banking and fintech sectors. April. Available at www.womensworldbanking.org/wp-content/uploads/2023/05/Catalyzing-Womens-Advancement-into-Decision-Making-Roles.pdf
- World Bank (2016). *Women Entrepreneurs in Indonesia: A Pathway to Increasing Shared Prosperity*. Washington, DC. World Bank.
- World Bank (2020). *World Development Report 2020*. Washington, DC. World Bank. Available at <https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2020>
- World Bank (2022). Gender insights from the Covid-19 Digital Merchant Survey. Indonesia Covid-19 Observatory Brief No. 6. Washington, DC. World Bank.
- World Bank (2023). *Women, Business, and the Law 2023*. Washington, DC. World Bank.
- World Bank and WTO (2020). *Women and Trade: The Role of Trade in Promoting Gender Equality*. Washington, DC. World Bank.
- WTO (2017). Buenos Aires Declaration on Trade and Women's Economic Empowerment. Geneva. World Trade Organization. Available at https://www.wto.org/english/tratop_e/womenandtrade_e/buenos_aires_declaration_e.htm
- WTO (2022). Informal Working Group on Trade and Gender - Trade and Gender-related Provisions in Regional Trade Agreements. Geneva. World Trade Organization.
- WTO IWG (2021). Presentation by Australia – Supporting the work programme delivery on gender. Geneva. World Trade Organization Informal Working Group on Trade and Gender Aid for Trade. Available at www.wto.org/english/tratop_e/womenandtrade_e/16july21/item_3.2.a._presentation_by_australia.pdf
- WTO and OECD (2017). *Aid for Trade at a Glance 2017 – Promoting Trade, Inclusiveness and Connectivity for Sustainable Development*. Geneva. World Trade Organization. Paris; Organization for Economic Co-operation and Development.
- WTTC (2022). More than five million new Travel & Tourism jobs to be created in Indonesia within the next decade. Press release (4 July). World Travel and Tourism Organization. Available at <https://wttc.org/>
-

news-article/more-than-five-million-new-travel-and-tourism-jobs-to-be-created-in-indonesia-within-the-next-decade#:~:text=London%2C%20UK%3A%20The%20World%20Travel%20%26%20Tourism%20Council%E2%80%99s,five%20million%20new%20jobs%20over%20the%20next%20decade

YanthyPS, DewiLGand JuwitasariWC (2015). Quality of life of Balinese women working in spa tourism industry. Faculty of Tourism, Udayana University. Available at https://www.researchgate.net/publication/313087914_Quality_of_Life_QOL_of_Balinese_Women_Working_in_Spa_Tourism_Industry/fulltext/588fbd92851c9794c49f9f/Quality-of-Life-QOL-of-Balinese-Women-Working-in-Spa-Tourism-Industry.pdf

Young J, Wong W and Taiyabi S (2021). Fintech in ASEAN 2021: Digital takes flight. Singapore. UOB, PWC and Singapore Fintech Association. Available at www.uobgroup.com/techecosystem/pdf/fintech-in-asean-2021.pdf

Yaumidin U (2021). Is the virus gender neutral? Korea Institute for International Economic Policy Visiting Scholars Program Opinion Paper.

