



# Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Pengetahuan Khas Perempuan Melalui Konsep *Micro-Franchise* di Kota Kendari

Diamond Limbong<sup>1\*</sup>, Astriwati<sup>2</sup>, Ayuningtyas Putri Mumpuni<sup>3</sup>, Ami Nurhayati<sup>4</sup>, Yuni Maimuna<sup>5</sup>

<sup>12345</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Enam-Enam Kendari, Indonesia

Email: \*<sup>1</sup> [diamondliembong@gmail.com](mailto:diamondliembong@gmail.com)

(\*: corresponding author)

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan khas perempuan terhadap pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan konsep *micro-franchise* sebagai variabel mediasi di Kota Kendari. Permasalahan utama dalam penelitian ini belum optimalnya pemanfaatan pengetahuan khas perempuan, yang bersumber dari pengalaman, keterampilan tradisional, serta kearifan lokal, sebagai modal strategis dalam pengembangan UMKM. Pengetahuan tersebut umumnya masih dikelola secara individual dan belum terintegrasi ke dalam sistem usaha yang terstruktur, sehingga dampaknya terhadap pengembangan UMKM perempuan masih terbatas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian yakni pelaku UMKM yang dikelola oleh perempuan di Kota Kendari dengan sampel berjumlah 32 responden yang dipilih secara *purposive* berdasarkan kriteria UMKM yang telah beroperasi minimal tiga tahun dan memanfaatkan pengetahuan lokal dalam kegiatan usahanya. Teknik analisis data meliputi uji validitas dan reliabilitas instrumen, analisis regresi linear berganda, serta uji Sobel untuk menguji peran konsep *micro-franchise* sebagai variabel mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan khas perempuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerapan konsep *micro-franchise* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,967 dan tingkat signifikansi 0,00. Namun, pengetahuan khas perempuan tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap pengembangan UMKM, yang ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,276 dengan signifikansi 0,31. Sebaliknya, konsep *micro-franchise* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan UMKM dengan nilai koefisien sebesar 0,684 dan signifikansi 0,00. Hasil uji Sobel menunjukkan nilai t-hitung sebesar 2,781 yang lebih besar dari t-tabel 2,045, yang membuktikan bahwa konsep *micro-franchise* mampu memediasi hubungan antara pengetahuan khas perempuan dan pengembangan UMKM. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM perempuan akan lebih efektif apabila pengetahuan khas perempuan diintegrasikan ke dalam model bisnis yang terstruktur, seperti *micro-franchise*, melalui proses standarisasi, replikasi usaha, dan pengelolaan bisnis yang sistematis berbasis potensi lokal.

**Kata Kunci:** Pengetahuan khas, Perempuan, *micro-franchise*, Mediasi, UMKM,

## Abstract

This study aims to analyze the effect of women's distinctive knowledge on the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), with the micro-franchise concept as a mediating variable in Kendari City. The main issue addressed is the suboptimal utilization of women's distinctive knowledge derived from experience, traditional skills, and local wisdom as a strategic resource for MSME development. This knowledge is generally managed individually and has not been integrated into a structured business system, limiting its contribution to the growth of women-owned MSMEs. This study employs a quantitative approach using a survey method. The research population consists of women-owned MSMEs in Kendari City. A total of 32 respondents were selected through purposive sampling based on the criteria that the enterprises had been operating for at least three years and utilized local knowledge in their business activities. Data analysis techniques included validity and reliability testing, multiple linear regression analysis, and the Sobel test to examine the mediating role of the micro-franchise concept. The results show that women's distinctive knowledge has a positive and significant effect on the adoption of the micro-franchise concept, with a regression coefficient of 0.967 and a significance level of 0.00. However, women's distinctive knowledge does not have a significant direct effect on MSME development, as indicated by a regression coefficient of 0.276 and a significance value of 0.31. In contrast, the micro-franchise concept has a positive and significant effect on MSME development, with a regression coefficient of 0.684 and a significance level of 0.00. The Sobel test produced a t-value of 2.781, exceeding the critical value of 2.045, confirming the mediating role of the micro-franchise concept. These findings indicate that women-owned MSMEs can be developed effectively when women's distinctive knowledge is integrated into structured micro-franchising models.

**Keywords:** Specific knowledge, Womens, Micro-franchise, Mediation, MSMEs.

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam struktur perekonomian nasional, khususnya dalam menciptakan kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat perekonomian daerah. UMKM di Indonesia selama beberapa tahun terakhir menunjukkan peningkatan jumlah pelaku usaha secara bertahap, namun pertumbuhan tersebut masih dihadapkan pada



ketimpangan dan berbagai tantangan structural [1]. Berdasarkan data Kementerian UMKM tahun 2024, tercatat sekitar 65 juta unit usaha yang berkontribusi sebesar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap hampir 97% tenaga kerja. Data tersebut menegaskan bahwa UMKM merupakan tulang punggung perekonomian nasional sekaligus pilar utama dalam pembangunan ekonomi berbasis kerakyatan.

Meskipun memiliki kontribusi yang signifikan, perkembangan UMKM saat ini menghadapi tantangan yang semakin kompleks, terutama terkait dengan peningkatan daya saing, keberlanjutan usaha, serta kemampuan beradaptasi terhadap dinamika pasar yang semakin terbuka dan kompetitif. Globalisasi, digitalisasi, serta perubahan preferensi konsumen menuntut UMKM untuk tidak hanya mengandalkan faktor produksi konvensional, tetapi juga mampu mengembangkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Kondisi tersebut menuntut adanya strategi pengembangan UMKM yang tidak semata-mata berfokus pada aspek permodalan dan pemanfaatan teknologi, tetapi juga berorientasi pada optimalisasi potensi sumber daya lokal sebagai basis penciptaan nilai tambah. Menurut [2], keunggulan kompetitif suatu usaha ditentukan oleh kemampuan memanfaatkan sumber daya yang unik, bernilai, dan sulit ditiru, termasuk pengetahuan lokal yang melekat pada konteks sosial dan budaya tertentu. Oleh karena itu, pengembangan UMKM perlu diarahkan pada pemanfaatan potensi khas daerah sebagai fondasi strategi pertumbuhan jangka panjang.

Salah satu potensi strategis yang belum sepenuhnya dimanfaatkan dalam pengembangan UMKM adalah pengetahuan lokal yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat. Pengetahuan ini bersifat kontekstual, lahir dari pengalaman sosial dan budaya, serta diwariskan secara turun-temurun melalui praktik kehidupan sehari-hari. Dalam konteks UMKM, pengetahuan lokal berpotensi menjadi sumber inovasi, pembentuk identitas produk, sekaligus pembeda yang dapat meningkatkan daya saing usaha. Namun demikian, dalam praktiknya pengetahuan lokal sering kali belum diintegrasikan secara terencana dan sistematis ke dalam strategi pengembangan usaha, sehingga kontribusinya terhadap peningkatan kinerja UMKM masih terbatas dan bersifat sporadis.

Perempuan merupakan aktor kunci dalam pelestarian dan pengembangan pengetahuan lokal tersebut. Melalui peran sosial dan budaya yang dijalankan, perempuan banyak terlibat dalam pengolahan pangan tradisional, produksi kerajinan berbasis budaya, serta pengelolaan usaha skala rumah tangga. Pengetahuan khas perempuan terbentuk melalui pengalaman hidup, interaksi sosial, dan proses pembelajaran informal yang berlangsung secara berkelanjutan. Namun, secara struktural, pengetahuan khas perempuan sering kali belum diposisikan sebagai modal strategis dalam pengembangan UMKM, melainkan masih dipandang sebagai aktivitas domestik dengan nilai ekonomi yang rendah. Akibatnya, potensi ekonomi yang terkandung dalam pengetahuan khas perempuan belum sepenuhnya dioptimalkan untuk mendorong pengembangan usaha yang lebih berdaya saing.

Di sisi lain, UMKM yang dikelola oleh perempuan umumnya masih menghadapi berbagai kendala struktural, seperti keterbatasan modal, skala usaha yang relatif kecil, rendahnya akses terhadap pasar dan jaringan bisnis, serta lemahnya sistem manajemen dan pemasaran. Keterbatasan tersebut menyebabkan UMKM perempuan cenderung sulit berkembang, sulit melakukan ekspansi usaha, dan rentan terhadap guncangan ekonomi. Kondisi ini mencerminkan adanya fenomena kesenjangan antara potensi pengetahuan khas perempuan yang melimpah dengan kemampuan UMKM perempuan untuk mengelola dan mengembangkan usahanya secara berkelanjutan. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa permasalahan utama bukan terletak pada ketiadaan sumber daya pengetahuan, melainkan pada belum tersedianya mekanisme pengelolaan usaha yang mampu mengorganisasi dan mengoptimalkan pengetahuan tersebut secara sistematis.

Salah satu pendekatan yang dinilai relevan untuk menjawab permasalahan tersebut adalah konsep micro franchise. Konsep micro franchise merupakan adaptasi dari sistem waralaba dengan skala usaha yang lebih kecil, kebutuhan modal yang lebih rendah, serta tingkat fleksibilitas yang lebih tinggi. Melalui sistem ini, pelaku UMKM dapat melakukan standarisasi produk dan proses usaha, mendokumentasikan pengetahuan usaha, serta mereplikasi model bisnis secara terstruktur. Dalam konteks UMKM berbasis pengetahuan khas perempuan, micro franchise berpotensi menjadi sarana strategis untuk mentransformasikan pengetahuan yang bersifat tacit menjadi sistem usaha yang terkelola, terukur, dan mudah ditransfer, tanpa menghilangkan nilai-nilai lokal yang melekat pada produk.

Kota Kendari memiliki potensi UMKM perempuan yang cukup besar, khususnya pada sektor kuliner, pengolahan hasil laut, dan kerajinan berbasis budaya lokal. Sebagian besar UMKM perempuan di Kota Kendari masih mengandalkan pengetahuan tradisional dalam menjalankan usahanya. Namun, pengembangan usaha tersebut cenderung bersifat individual dan belum terintegrasi dalam strategi pengembangan yang lebih sistematis, terutama melalui pendekatan micro franchise. Akibatnya, potensi pengetahuan khas perempuan belum



memberikan kontribusi optimal terhadap peningkatan skala usaha, daya saing, dan keberlanjutan UMKM di daerah tersebut. Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi lokal yang dimiliki dengan model pengembangan usaha yang diterapkan di lapangan.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengetahuan lokal perempuan berperan penting dalam keberlanjutan UMKM, khususnya pada sektor kuliner [3]. Namun, penelitian tersebut masih berfokus pada aspek pelatihan dan pendampingan, tanpa mengkaji bagaimana pengetahuan tersebut dapat diintegrasikan ke dalam model bisnis yang terstruktur. Penelitian lain menekankan pentingnya pemberdayaan UMKM perempuan berbasis pengetahuan tradisional [4], tetapi belum mengaitkannya dengan konsep *micro franchise* sebagai strategi pengembangan usaha. Dengan demikian, terdapat gap penelitian yang jelas, yaitu minimnya kajian empiris yang menguji peran *micro franchise* sebagai mekanisme mediasi antara pengetahuan khas perempuan dan pengembangan UMKM.

Berdasarkan gap fenomena dan gap riset tersebut, penelitian ini menjadi penting dan relevan untuk dilakukan guna mengidentifikasi bentuk-bentuk pengetahuan khas perempuan, serta menganalisis bagaimana pengetahuan tersebut dapat diintegrasikan ke dalam sistem *micro franchise* sebagai strategi pengembangan UMKM. Penelitian juga ini diharapkan dapat meningkatkan literasi UMKM berbasis gender dengan mengintegrasikan perspektif *knowledge-based view* dan model bisnis *micro franchise*. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pelaku UMKM perempuan dalam merancang strategi pengembangan usaha yang lebih terstruktur dan berorientasi pada keberlanjutan.

## 2. METODE PENELITIAN

### 2.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan untuk mengukur dan menganalisis hubungan serta pengaruh antarvariabel, yaitu pengetahuan khas perempuan, konsep *micro franchise*, dan pengembangan UMKM, secara objektif dan terukur. Pendekatan kuantitatif memungkinkan peneliti untuk menguji hipotesis penelitian melalui analisis statistik sehingga hasil yang diperoleh dapat digeneralisasikan pada populasi yang diteliti. Selain itu, pendekatan kuantitatif digunakan untuk memperoleh gambaran empiris mengenai tingkat pemanfaatan pengetahuan khas perempuan dan sejauh mana konsep *micro franchise* diterapkan oleh pelaku UMKM perempuan dalam mendukung pengembangan usahanya. Melalui pengukuran berbasis angka, pendekatan ini memberikan dasar yang kuat dalam mengidentifikasi pola hubungan, arah pengaruh, serta signifikansi antarvariabel yang diteliti.

### 2.2 Populasi dan Sampel

Subjek penelitian adalah pelaku UMKM yang dikelola oleh perempuan di Kota Kendari. Responden angket dipilih secara purposive dengan kriteria tertentu, yakni UMKM yang telah beroperasi dalam jangka waktu tiga tahun dan fokus pada usaha yang memanfaatkan pengetahuan lokal dalam usahanya. Sementara itu, informan wawancara ditentukan secara selektif untuk memperoleh informasi yang relevan dan mendalam, yakni pelaku UMKM perempuan dengan kriteria usaha konsisten selama lima tahun terakhir dan berpeluang untuk pengembangan *micro-franchise*. Ukuran sampel yang direkomendasikan dalam penelitian berkisar antara 30 hingga 500 responden [5]. Mengacu pada ketentuan tersebut, penelitian ini menetapkan jumlah sampel sebanyak 32 responden yang dinilai telah memenuhi persyaratan minimal untuk mendukung analisis penelitian.

### 2.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan instrumen angket yang dirancang untuk memperoleh data kuantitatif terkait karakteristik UMKM perempuan, tingkat pemanfaatan pengetahuan khas perempuan dalam kegiatan usaha, persepsi pelaku UMKM terhadap penerapan konsep *micro franchise*, serta berbagai kendala yang dihadapi dalam pengembangan usaha. Angket disusun menggunakan skala Likert guna mengukur tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan yang diajukan secara sistematis dan terukur.

Sebelum penyebaran angket kepada para responden, terlebih dahulu dilakukan tahap pre-test atau uji coba instrumen kepada sejumlah pelaku UMKM perempuan yang memiliki karakteristik serupa dengan sampel penelitian. Tahap ini bertujuan untuk memastikan kejelasan pernyataan. Selain itu, pre-test juga dilakukan untuk mengidentifikasi potensi kesalahan penafsiran atau ambiguitas pada item pernyataan yang dapat memengaruhi kualitas data yang dikumpulkan. Berdasarkan hasil *pre-test*, dilakukan perbaikan dan penyempurnaan instrumen agar angket yang digunakan benar-benar mencerminkan variabel penelitian serta mudah dipahami oleh responden.



Setelah instrumen dinyatakan layak, angket kemudian digunakan dalam pengumpulan data utama dan selanjutnya dianalisis melalui uji validitas dan reliabilitas dan hasil uji sesuai tabel 1 di bawah.

#### 2.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data kuantitatif dilakukan pada data angket yang dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif, seperti persentase, rata-rata, dan distribusi frekuensi, untuk menggambarkan kondisi UMKM perempuan dan kecenderungan strategi pengembangan usaha untuk memperoleh pemahaman yang utuh mengenai strategi pengembangan UMKM berbasis pengetahuan khas perempuan melalui konsep *micro franchise*.

#### 2.5 Uji Validitas dan Realibilitas

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan instrumen angket yang disusun berdasarkan skala pengukuran tertentu. Sebelum angket digunakan untuk pengumpulan data penelitian, terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap seluruh butir pertanyaan. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila memiliki nilai koefisien korelasi ( $r \geq 0,300$ ), sedangkan reliabilitas instrumen ditunjukkan oleh nilai *cronbach's alpha* yang melebihi 0,6. Hasil pengujian validitas dan reliabilitas instrumen selanjutnya disajikan dalam bentuk tabel berikut:

**Tabel 1.** Uji Validitas dan Realibilitas

Variabel	Indikator	Validitas	Reliabilitas
Pengetahuan Khas Perempuan	Produk usaha tradisional	0,649	0,867
	Pengalaman usaha perempuan	0,652	
	Kreatifitas berbasis budaya	0,690	
	Modal sosial perempuan	0,869	
	Nilai dan Kearifan Lokal	0,824	
Konsep Micro-Franchise	Standarisasi usaha	0,762	0,880
	Replikasi usaha	0,871	
	Kemudahan penerapan	0,802	
	Transfer pengetahuan	0,777	
	Dukungan sistem usaha	0,838	
Pengembangan UMKM	Pertumbuhan usaha	0,858	0,887
	Daya saing produk	0,795	
	Inovasi usaha	0,751	
	Keberlanjutan usaha	0,740	
	Perluasan pasar	0,722	

Sumber : Hasil olah data, 2025

Hasil pengujian instrumen menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada masing-masing indikator memenuhi kriteria kelayakan pengukuran. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi yang berada di atas batas minimum 0,300 serta nilai *Cronbach's alpha* yang melampaui ambang 0,600, sehingga instrumen penelitian dinyatakan valid dan reliabel. Setelah instrumen dinyatakan layak, tahapan selanjutnya meliputi proses pengumpulan data lapangan dan pengolahan data melalui tabulasi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 24 untuk mengidentifikasi pengaruh langsung antara variabel independen dan variabel dependen. Selain itu, uji Sobel digunakan untuk menganalisis pengaruh tidak langsung serta menilai peran variabel mediasi dalam model penelitian yang dikembangkan.

### 3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Karakteristik Responden

Data karakteristik responden dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada pelaku usaha perempuan di Kota Kendari yang bergerak pada sektor kuliner, kerajinan khas Sulawesi Tenggara, dan fashion. Pengumpulan data dilakukan dengan mendatangi responden secara langsung dan memberikan kuesioner untuk diisi. Jumlah responden yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 32 orang wirausaha perempuan. Karakteristik responden yang dianalisis meliputi jenis usaha, usia responden, serta status pernikahan. Berikut tabel karakteristik responden berdasarkan jenis usahanya:

**Tabel 2.** Karakteristik responden berdasarkan jenis usaha

Jenis Usaha	Jumlah Responden	Persen
-------------	------------------	--------



Kuliner	17	0,532
Kerajinan khas	5	0,156
Fashion	10	0,312

Sumber : Hasil olah data, 2025

Hasil olah data pada tabel 2 menunjukkan bahwa responden yang memiliki jenis usaha di bidang kuliner sebanyak 17 responden atau 0,532 persen, responden yang menekuni bidang kerajinan khas Sulawesi Tenggara sebanyak 5 atau 0,156 persen, sedangkan sisanya adalah pengusaha yang menekuni bidang Fashion dengan jumlah responden 10 atau 0,312 persen.

Data responden berdasarkan umur menunjukkan bahwa pelaku UMKM di kota Kendari berada pada rentang usia 18 sampai 58 tahun. Selanjutnya data responden berdasarkan sumber modal usaha ditampilkan pada tabel berikut ini:

**Tabel 3.** Karakteristik responden berdasarkan sumber modal

Sumber Modal Usaha	Jumlah Responden	Persen
Modal sendiri	14	0,438
Pinjaman bank	7	0,218
Pinjaman pribadi	11	0,344

Sumber : Hasil olah data, 2025

Hasil olah data pada tabel 3 menunjukkan bahwa responden yang membiaya usahanya dengan modal sendiri sebanyak 14 responden atau 0,438 persen, responden yang memperoleh pendanaan melalui pinjaman bank atau lembaga keuangan sebanyak 7 atau 0,218 persen, sedangkan sisanya adalah pengusaha yang memperoleh pinjaman modal pribadi dari pihak keluarga atau bukan lembaga resmi dengan jumlah responden 11 atau 0,344 persen.

### 3.2 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan metode analisis yang digunakan untuk menguji hubungan antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan serta besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat[6]. Tabel 4 menyajikan hasil analisis regresi linear berganda yang menunjukkan pengaruh pengetahuan khas perempuan terhadap konsep *micro-franchise*.

**Tabel 4.** Hasil uji hipotesis

Variabel	Koefisien	Sig.	Keterangan
Constant	0,894		
Pengetahuan Khas Perempuan	0,967	0,00	Signifikan
R-Square	0,849		
Adjusted Square	0,721		
Standar error	0,110		

Variabel Dependen : Konsep *Micro-Franchise*

Sumber : Output SPSS 24, 2025

Hasil pengolahan data menggunakan analisis regresi menunjukkan bahwa variabel pengetahuan khas perempuan memiliki pengaruh terhadap penerapan konsep *micro franchise* sebagai variabel terikat. Nilai konstanta sebesar 0,894 menunjukkan bahwa pada kondisi ketika pengetahuan khas perempuan diasumsikan tidak mengalami perubahan, tingkat penerapan konsep *micro franchise* berada pada nilai dasar tersebut. Sementara itu, koefisien regresi pengetahuan khas perempuan yang bernilai 0,967 dengan tingkat signifikansi 0,00 ( $\alpha < 0,05$ ) mengindikasikan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap penerapan konsep *micro franchise*. Temuan ini mengonfirmasi bahwa peningkatan pemanfaatan pengetahuan khas perempuan cenderung diikuti oleh meningkatnya kesiapan dan kecenderungan UMKM dalam mengadopsi model usaha *micro franchise*.

Lebih lanjut, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,849 menunjukkan bahwa sebagian besar variasi dalam penerapan konsep *micro franchise*, yaitu sebesar 84,9%, dapat dijelaskan oleh kontribusi variabel pengetahuan khas perempuan, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian. Nilai Adjusted  $R^2$  sebesar 0,721 memperlihatkan bahwa model regresi memiliki kemampuan penjelasan yang kuat dan stabil dalam menggambarkan hubungan antarvariabel yang dianalisis. Selain itu, nilai standar error sebesar 0,110 menunjukkan bahwa tingkat kesalahan prediksi yang relatif rendah, sehingga model regresi yang digunakan dinilai memadai dan layak untuk mendukung analisis dalam penelitian ini.

**Tabel 5.** Hasil analisis linear

Variabel	Koefisien	Sig.	Keterangan
Constant	4,921		



Pengetahuan Khas Perempuan	0,276	0,31	Tidak Signifikan
Konsep <i>Micro-Franchise</i>	0,684	0,00	Signifikan
R-Square	0,800		
Adjusted Square	0,641		
Standar error	0,237		
Variabel Dependen : Pengembangan UMKM			

Sumber : Output SPSS 24, 2025

Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel pengetahuan khas perempuan dan konsep *micro franchise* secara bersama-sama berkontribusi terhadap pengembangan UMKM. Nilai konstanta sebesar 4,921 menunjukkan bahwa apabila variabel independen dianggap konstan, maka pengembangan UMKM berada pada nilai dasar tersebut. Koefisien regresi variabel pengetahuan khas perempuan sebesar 0,276 dengan nilai signifikansi 0,31, yang lebih besar dari taraf signifikansi 0,05, menunjukkan bahwa pengetahuan khas perempuan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap pengembangan UMKM. Sementara itu, variabel konsep *micro franchise* memiliki koefisien regresi sebesar 0,684 dengan nilai signifikansi 0,00, yang lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa konsep *micro franchise* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan UMKM.

Nilai R-Square sebesar 0,800 menunjukkan bahwa sebesar 80% variasi pengembangan UMKM dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan khas perempuan dan konsep *micro franchise*, sedangkan sisanya sebesar 20% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,641 mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan memiliki kemampuan penjelasan yang cukup kuat dan layak digunakan dalam penelitian ini. Selanjutnya, untuk mengetahui bagaimana peran konsep *micro-franchise* memediasi hubungan pengetahuan khas perempuan terhadap pengembangan UMKM yang akan diuji menggunakan *Sobel test* berikut ini.

$$Sab = \sqrt{b^2Sa^2 + a^2Sb^2 + Sa^2Sb^2}$$

Keterangan:

a : Koefisien Korelasi Pengetahuan Khas Perempuan terhadap Konsep *Micro-Franchise*

b : Koefisien Korelasi Konsep *Micro-Franchise* terhadap Pengembangan UMKM

Sa : Standar error a

Sb : Standar error b

Sab : Standar error Pengaruh tidak langsung (*indirect effect*)

$$Sab = \sqrt{((0,684^2)(0,110^2)) + ((0,967^2)(0,237^2)) + ((0,237^2)(0,110^2))}$$

$$Sab = \sqrt{(0,005) + (0,052) + (0,0006)}$$

$$Sab = 0,24$$

Menghitung pengaruh variabel mediasi dalam uji ini terlebih dahulu mencari  $t_{hitung}$  dalam nilai mutlak dengan persamaan berikut ini:

$$t_{hitung} = \frac{ab}{Sab}$$

$$t_{hitung} = \frac{0,684 \times 0,967}{0,24}$$

$$t_{hitung} = 2,781$$

Berdasarkan hasil pengujian statistik, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,781, sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,045 pada tingkat signifikansi 0,05. Nilai tersebut ditentukan dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) sebesar 29, yang diperoleh dari jumlah sampel penelitian sebanyak 32 dikurangi jumlah variabel yang dianalisis, yaitu variabel independen, mediasi, dan dependen yang berjumlah tiga variabel. Hasil perbandingan menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa konsep *micro franchise* berperan dalam memediasi hubungan antara pengetahuan khas perempuan dan pengembangan UMKM.

## 4. PENGUJIAN

### 4.1 Pengetahuan Khas Perempuan Terhadap Konsep *Micro-Franchise*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan khas perempuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penerapan konsep *micro franchise*. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengetahuan yang terbentuk dari pengalaman perempuan, keterampilan tradisional, serta praktik berbasis kearifan lokal berperan penting dalam mendorong UMKM mengadopsi model usaha yang lebih terstruktur. Pengetahuan khas perempuan tidak hanya berfungsi sebagai modal individual, tetapi juga menjadi fondasi dalam pembentukan sistem usaha yang dapat distandardisasi dan direplikasi melalui skema *micro franchise*.



Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan perspektif *knowledge-based view* yang menempatkan pengetahuan sebagai sumber daya strategis utama dalam pengembangan organisasi [7]. Pengetahuan yang bersifat *tacit*, seperti keterampilan produksi dan pengalaman perempuan dalam mengelola usaha, akan memberikan dampak yang lebih signifikan ketika dikonversi ke dalam sistem formal. Dalam konteks ini, *micro franchise* berperan sebagai mekanisme yang mentransformasikan pengetahuan khas perempuan menjadi model bisnis yang terstruktur, sehingga memungkinkan transfer pengetahuan dan perluasan usaha secara berkelanjutan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [8] menunjukkan bahwa UMKM perempuan yang memiliki penguasaan pengetahuan lokal yang kuat cenderung lebih siap mengadopsi model kemitraan berbasis standarisasi usaha. [9] menemukan bahwa keberhasilan implementasi *micro franchise* pada UMKM sangat dipengaruhi oleh kualitas pengetahuan internal pelaku usaha, khususnya pengetahuan yang diperoleh dari pengalaman dan praktik lokal. Selain itu, penelitian [10] mengungkapkan bahwa pengetahuan khas perempuan berkontribusi signifikan terhadap kesiapan UMKM dalam menerapkan sistem usaha terstruktur sebagai strategi pengembangan skala usaha.

Dengan demikian, penelitian ini memperkuat bukti bahwa pengetahuan khas perempuan merupakan prasyarat penting dalam penerapan konsep *micro franchise*. Model *micro franchise* tidak hanya memanfaatkan pengetahuan tersebut, tetapi juga mengoptimalkannya melalui proses standarisasi dan replikasi, sehingga mendukung pengembangan UMKM yang lebih berdaya saing dan berkelanjutan. Temuan ini memberikan kontribusi konseptual dalam kajian UMKM berbasis gender, khususnya dalam menjelaskan peran pengetahuan perempuan sebagai penggerak utama adopsi model bisnis inovatif.

#### **4.2 Pengetahuan Khas Perempuan dan *Micro-Franchise* terhadap Pengembangan UMKM**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan khas perempuan dan konsep *micro franchise* secara simultan memiliki kontribusi yang kuat terhadap pengembangan UMKM. Namun, pengujian parsial memperlihatkan perbedaan peran kedua variabel tersebut. Pengetahuan khas perempuan menunjukkan pengaruh positif tetapi tidak signifikan, sedangkan konsep *micro franchise* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan UMKM. Temuan ini mengindikasikan bahwa keberadaan pengetahuan khas perempuan saja belum cukup untuk mendorong pengembangan UMKM secara nyata apabila tidak didukung oleh model bisnis yang mampu mengelola dan mengimplementasikan pengetahuan tersebut secara sistematis.

Secara teoritis, hasil ini dapat dijelaskan melalui pendekatan *resource-based view* dan *knowledge-based view* yang menekankan bahwa sumber daya, termasuk pengetahuan, akan memberikan dampak terhadap kinerja usaha apabila mampu diorganisasi dan dimanfaatkan secara efektif [11];[7]. Pengetahuan khas perempuan yang bersifat kontekstual dan berbasis pengalaman cenderung masih melekat pada individu pelaku usaha. Tanpa adanya struktur dan mekanisme pengembangan yang jelas, pengetahuan tersebut sulit diubah menjadi faktor pendorong pertumbuhan usaha.

Sebaliknya, konsep *micro franchise* berperan sebagai strategi pengembangan yang mampu menjembatani keterbatasan tersebut. Melalui standarisasi proses, replikasi usaha, dan pembagian peran yang jelas, *micro franchise* memungkinkan UMKM berkembang secara lebih terarah dan berkelanjutan. Temuan ini sejalan dengan penelitian [12] yang menunjukkan bahwa model usaha terstandar memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja UMKM. Penelitian [13] juga menemukan bahwa penerapan *micro franchise* berkontribusi terhadap peningkatan daya saing dan efisiensi UMKM. Studi terbaru oleh [14] menegaskan bahwa model kemitraan berbasis *micro franchise* mampu mempercepat pengembangan UMKM berbasis komunitas.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa pengembangan UMKM perempuan lebih efektif ketika pengetahuan khas yang dimiliki didukung oleh penerapan konsep *micro franchise* sebagai strategi bisnis yang terstruktur. Temuan ini memperkaya kajian UMKM berbasis gender dengan menekankan pentingnya integrasi pengetahuan lokal ke dalam model pengembangan usaha yang sistematis dan berorientasi pada keberlanjutan.

#### **4.3 Konsep *micro franchise* memediasi pengetahuan khas perempuan dan pengembangan UMKM**

Hasil uji mediasi yang menunjukkan bahwa konsep *micro franchise* berperan signifikan dalam memediasi hubungan antara pengetahuan khas perempuan dan pengembangan UMKM menegaskan pentingnya keberadaan mekanisme usaha yang terstruktur dalam mengoptimalkan potensi pengetahuan lokal. Pengetahuan khas perempuan, yang umumnya bersifat *tacit*, kontekstual, dan berbasis pengalaman, sering kali belum mampu memberikan dampak langsung terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM apabila tidak diorganisasi secara sistematis. Dalam hal ini, konsep *micro franchise* berfungsi sebagai instrumen strategis yang mentransformasikan pengetahuan tersebut ke dalam praktik usaha yang lebih terstandar, terkelola, dan mudah direplikasi.

Pendapat ini sejalan dengan [15] yang menyatakan bahwa *micro franchise* atau *semi-franchise* mampu memperkuat pengembangan usaha mikro melalui penyederhanaan sistem bisnis, standarisasi proses operasional, serta pengurangan risiko usaha. Melalui skema semi-franchise, pelaku UMKM tidak dituntut untuk memiliki kapasitas manajerial yang kompleks, tetapi tetap memperoleh panduan operasional, dukungan sistem, dan pola usaha yang telah teruji. [16] juga menegaskan bahwa keberhasilan *micro franchise* sangat ditentukan oleh



kemampuannya mengintegrasikan pengetahuan lokal ke dalam model bisnis yang fleksibel namun terstruktur, sehingga tetap relevan dengan konteks sosial dan budaya setempat. Selain pemanfaatan pengetahuan khas perempuan, dukungan permodalan merupakan faktor krusial dalam mendorong pengembangan UMKM secara berkelanjutan. Ketersediaan modal memungkinkan pelaku UMKM perempuan melakukan standarisasi proses usaha, peningkatan kapasitas produksi, serta perluasan jaringan yang dibutuhkan dalam penerapan skema micro franchise [15]. Artinya dukungan permodalan yang memadai, implementasi dan replikasi model usaha cenderung mengalami hambatan. Di sisi lain, pelatihan dan bimbingan yang diberikan oleh franchiser berperan penting dalam mengurangi tingkat ketidakpastian dan risiko yang dirasakan oleh perempuan dalam menjalankan usahanya.

Lebih lanjut, [2] menjelaskan bahwa keunggulan kompetitif usaha kecil dapat diperkuat apabila sumber daya unik, seperti pengetahuan lokal dan keterampilan tradisional, dikombinasikan dengan strategi pengelolaan yang tepat tentunya disertai dengan ketersediaan modal yang mendukung. Dalam konteks UMKM perempuan, *micro franchise* berperan sebagai jembatan yang menghubungkan keunikan pengetahuan khas perempuan dengan sistem pengembangan usaha yang berorientasi pada pertumbuhan dan keberlanjutan. Dengan demikian, konsep *micro franchise* tidak hanya memperkuat daya saing UMKM, tetapi juga memastikan bahwa pengetahuan khas perempuan dapat memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan UMKM berbasis potensi lokal secara inklusif dan berkelanjutan.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas disimpulkan bahwa pengetahuan khas perempuan merupakan modal penting dalam pengembangan UMKM, namun pengaruhnya terhadap pengembangan usaha tidak terjadi secara langsung. Pengetahuan khas perempuan baru memberikan dampak yang lebih signifikan ketika diintegrasikan ke dalam model bisnis yang terstruktur. Konsep micro franchise terbukti berperan strategis sebagai mekanisme yang menghubungkan pengetahuan khas perempuan dengan pengembangan UMKM, melalui proses standarisasi, replikasi, dan pengelolaan usaha yang lebih sistematis. Micro-franchise tidak hanya berfungsi sebagai strategi pengembangan usaha, tetapi juga sebagai variabel mediasi yang memungkinkan optimalisasi pemanfaatan pengetahuan lokal perempuan secara berkelanjutan. Dengan demikian, pengembangan UMKM berbasis gender perlu diarahkan pada integrasi pengetahuan khas perempuan ke dalam model bisnis yang terstruktur seperti micro-franchise agar mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM.

## REFERENCES

- [1] Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, "Data UMKM Indonesia tahun 2024," 2024, Jakarta, Indonesia.
- [2] M. E. Porter, "Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance," 1998, New York.
- [3] D. P. Sari and A. Wibowo, "Pengetahuan khas perempuan dan kesiapan UMKM dalam sistem usaha terstruktur," *J. Gend. Dan Ekon*, vol. 3, no. 2, pp. 88–101, 2023.
- [4] N. Rahmawati and R. Nugroho, "Kesiapan UMKM perempuan dalam adopsi model usaha terstandar," *J. Manaj. Usaha Kecil*, vol. 6, no. 3, pp. 201–214, 2021.
- [5] M. P. K. Sugiyono, *Kualitatif, dan R&D*. Bandung, Indonesia: Alfabeta, 2017.
- [6] I. Ghozali, *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26*, 10th ed. Yogyakarta: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021.
- [7] I. Nonaka and H. Takeuchi, *he Knowledge-Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. New York: Oxford University Press, 1995.
- [8] N. Rahmawati, S. Hidayah, and A. R. Putri, "Pemberdayaan UMKM perempuan berbasis pengetahuan tradisional," 2022.
- [9] S. Hidayah, A. R. Putri, and D. Lestari, "Implementasi micro franchise pada UMKM berbasis lokal," *J. Inov. Bisnis*, vol. 7, no. 1, pp. 55–69, 2022.
- [10] D. P. Sari and R. Nugroho, "Peran pengetahuan lokal perempuan dalam keberlanjutan UMKM kuliner," *J. Pemberdaya. Ekon. Lokal*, vol. 5, no. 2, pp. 112–124, 2021.
- [11] J. B. Barney, "Firm resources and sustained competitive advantage," *J. Manag.*, vol. 17, no. 1, pp. 99–120, 1991.
- [12] D. P. Sari and S. Hidayah, "Model usaha terstandar dan kinerja UMKM," *J. Ekon. Dan Kewirausahaan*, vol. 9, no. 2, pp. 134–147, 2023.
- [13] A. R. Putri, D. Lestari, and A. Wibowo, "Micro franchise sebagai strategi peningkatan daya saing UMKM," *J. Manaj. Dan Bisnis*, vol. 11, no. 1, pp. 77–90, 2022.
- [14] A. Wibowo and D. Lestari, "Pengembangan UMKM berbasis komunitas melalui model micro franchise," *J. Pengemb. Ekon. Lokal*, vol. 8, no. 1, pp. 1–15, 2023.
- [15] F. S. Fairbourne, *Microfranchising: Creating Wealth at the Bottom of the Pyramid*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2010.
- [16] I. Alon, *Microfranchising and International Business*. New York, USA: Palgrave Macmillan, 2014.