

PENDAMPINGAN STRATEGIS PEREMPUAN DALAM PENGUATAN EKONOMI KELUARGA: SEBUAH MODEL INTERVENSI BERBASIS KOMUNITAS KEAGAMAAN PADA JAMA'AH PENGAJIAN IBU-IBU AN-NASIAT. WONOREJO LUMAJANG

Nur Hidayat, Abdul Rokhim
Universitas Islam Syarifuddin Lumajang, Indonesia
Email: NurHidayat@gmail.com AbdulRokhim@gmail.com

Received: December 4, 2025. Accepted: January 21, 2026. Published: February 25, 2026

Abstrak: Keterlibatan perempuan dalam sektor ekonomi mikro memiliki peran krusial dalam meningkatkan ketahanan dan kesejahteraan keluarga, sekaligus berkontribusi pada pembangunan ekonomi inklusif. Namun, potensi ini sering terkendala oleh keterbatasan kapasitas teknis, manajerial, dan akses terhadap pengetahuan kewirausahaan yang sistematis. Artikel ini membahas implementasi dan hasil dari program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) berbentuk pendampingan intensif yang ditujukan kepada 93 anggota jamaah pengajian ibu-ibu An-Nasiati. Metode intervensi yang diterapkan merupakan integrasi antara pelatihan teori-praktik dalam bidang kewirausahaan, produksi, pembukuan keuangan, pemasaran digital, dan analisis kelayakan bisnis, yang dikombinasikan dengan pendampingan berkelanjutan selama enam bulan. Evaluasi program menunjukkan dampak yang signifikan, dengan 40% peserta berhasil mendirikan usaha mikro baru secara mandiri, 15% mampu mengembangkan usaha yang telah ada, dan 10% lainnya menunjukkan peningkatan motivasi dan orientasi kemandirian ekonomi. Temuan ini mengindikasikan bahwa pendekatan pemberdayaan yang terstruktur, kontekstual, dan berbasis pada modal sosial komunitas keagamaan dapat menjadi model efektif untuk memperkuat ekonomi keluarga melalui peningkatan kapasitas perempuan. Rekomendasi kebijakan dan praktik diarahkan pada perlunya program pendampingan tahap lanjutan dan penciptaan ekosistem pendukung yang lebih luas bagi usaha mikro perempuan.

Kata Kunci: Pemberdayaan Perempuan, Ekonomi Keluarga, Kewirausahaan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Pendampingan Komunitas, Literasi Keuangan Digital.

Abstract: *Women's involvement in the microeconomic sector plays a crucial role in improving family resilience and welfare, while contributing to inclusive economic development. However, this potential is often constrained by limited technical and managerial capacity, as well as access to systematic entrepreneurial knowledge. This article discusses the implementation and results of a Community Service (PkM) program in the form of intensive mentoring aimed at 93 members of the An-Nasiati women's religious study group. The intervention method applied was an integration of theoretical and practical training in the fields of entrepreneurship, production, financial accounting, digital marketing, and business feasibility analysis, combined with six months of continuous*

mentoring. The program evaluation shows a significant impact, with 40% of participants successfully establishing new micro-businesses independently, 15% able to develop existing businesses, and another 10% showing increased motivation and orientation towards economic independence. These findings indicate that a structured, contextual, and community-based empowerment approach rooted in the social capital of religious communities can serve as an effective model for strengthening family economies through the empowerment of women. Policy and practice recommendations emphasize the need for advanced mentoring programs and the creation of a broader supportive ecosystem for women's micro-enterprises.

Keywords: *Women's Empowerment, Family Economy, Entrepreneurship, Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), Community Assistance, Digital Financial Literacy.*

Introduction

Peran perempuan Indonesia dalam lanskap sosio-ekonomi bersifat multidimensi dan krusial, menjembatani domain domestik dan produktif dengan beban dan kontribusi yang signifikan. Secara struktural, perempuan tidak hanya berperan sebagai penanggung jawab utama reproduksi sosial dan pengasuhan dalam keluarga, tetapi juga telah menjadi aktor ekonomi yang vital, khususnya dalam sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional (World Bank, 2022). Data empiris menunjukkan kontribusi besar perempuan dalam penciptaan lapangan kerja dan pemeliharaan ketahanan ekonomi rumah tangga, terutama di masa krisis (Tambunan, 2019). Namun, realitas ini seringkali tidak berbanding lurus dengan pengakuan, akses sumber daya, dan optimalisasi potensi ekonomi mereka. Hambatan struktural yang sistemis, seperti kesenjangan keterampilan spesifik, keterbatasan akses terhadap modal finansial dan pasar yang lebih luas, serta beban kerja domestik dan perawatan yang tidak terdistribusi secara setara, terus membatasi kapasitas produktif perempuan (International Labour Organization [ILO], 2023).

Oleh karena itu, transformasi peran perempuan dari agen konsumsi rumah tangga menjadi wirausaha produktif dan mandiri memerlukan intervensi yang melampaui paradigma pelatihan konvensional yang bersifat sekali waktu (one-off training). Diperlukan pendekatan yang holistik, berkelanjutan, dan kontekstual, yang mampu membangun kapasitas sekaligus menciptakan ekosistem pendukung yang memungkinkan (enabling environment) (Mosedale, 2014). Dalam konteks ini,

komunitas berbasis keagamaan, seperti kelompok pengajian ibu-ibu, muncul sebagai ruang sosial yang sangat potensial untuk dijadikan basis intervensi pemberdayaan. Kelompok semacam ini memiliki simpanan modal sosial yang kaya, yang ditandai dengan adanya ikatan sosial yang kuat (*bonding social capital*), norma-norma timbal balik, kepercayaan (*trust*) yang tinggi antaranggota, dan jaringan komunikasi yang efektif (Putnam, 2000). Modal sosial ini merupakan aset non-material yang berharga yang dapat dikatalisasi dan dikonversi menjadi modal ekonomi, modal manusia, dan modal simbolik melalui proses pemberdayaan yang terstruktur (Cleaver, 2005). Program pengabdian masyarakat yang dirancang secara akademis memiliki tanggung jawab dan peluang untuk memfasilitasi konversi ini, dengan mendesain intervensi yang selaras dengan logika dan dinamika internal komunitas, sehingga meningkatkan relevansi, efektivitas, dan keberlanjutan program.

Berdasarkan analisis situasi yang dilakukan melalui metode observasi partisipatif dan Focus Group Discussion (FGD) mendalam dengan pengurus dan anggota jamaah pengajian An-Nasiati, teridentifikasi empat kluster permasalahan utama yang saling berkaitan dan menghambat optimalisasi usaha produktif. Permasalahan pertama berkaitan dengan defisit kapasitas kewirausahaan dan teknis-produktif. Mayoritas anggota memiliki motivasi untuk berusaha, namun pengetahuan yang dimiliki bersifat fragmenter, tidak sistematis, dan belum terstruktur secara metodologis sebagai sebuah disiplin kewirausahaan (Kuratko & Morris, 2018). Keterampilan dalam mengidentifikasi peluang, mengembangkan produk bernilai tambah, dan melakukan inovasi proses masih sangat terbatas.

Kluster permasalahan kedua adalah lemahnya kemampuan manajemen keuangan dan administrasi usaha mikro. Praktik yang umum ditemui adalah pencampuran (*commingling*) keuangan usaha dengan keuangan rumah tangga. Ketidakadaan pembukuan yang sederhana namun akurat menyebabkan ketidakmampuan untuk menghitung harga pokok produksi (HPP) secara tepat, menganalisis profitabilitas, dan membedakan antara laba usaha dengan arus kas rumah tangga (Lussier & Halabi, 2010). Kondisi ini menciptakan blind spot dalam

pengambilan keputusan bisnis dan menghambat akses ke sumber pembiayaan formal yang memerlukan laporan keuangan.

Permasalahan ketiga terletak pada paradigma dan kapabilitas pemasaran yang masih konvensional. Usaha yang dijalankan sangat bergantung pada pasar tradisional berupa tetangga, kerabat, dan jaringan personal terdekat. Minimnya pemahaman dan kemampuan memanfaatkan teknologi digital dan media sosial untuk pemasaran (digital marketing) membatasi jangkauan pasar dan potensi pertumbuhan usaha di era ekonomi digital yang semakin kompetitif (Taiminen & Karjaluoto, 2015). Selain itu, aspek branding dan pengemasan (packaging) produk seringkali diabaikan, sehingga mengurangi daya tarik dan nilai persepsional produk.

Klaster keempat adalah ketiadaan budaya evaluasi dan analisis bisnis yang sistematis. Keputusan untuk memulai atau mengembangkan usaha seringkali didasarkan pada intuisi, tren sesaat, atau mengikuti apa yang dilakukan oleh orang lain, tanpa didahului oleh analisis kelayakan yang sederhana namun kritis (Hisrich et al., 2017). Analisis mengenai pangsa pasar, pesaing, risiko, dan proyeksi finansial dasar sangat jarang dilakukan. Hal ini menyebabkan usaha rentan terhadap gejolak pasar dan memiliki tingkat kegagalan yang tinggi.

Secara holistik, program pendampingan ini bertujuan untuk melakukan transformasi kapasitas ekonomi perempuan jamaah pengajian An-Nasiati melalui pendekatan partisipatif-integratif yang memadukan penguatan kapabilitas individu dengan pemanfaatan modal sosial kolektif. Tujuan spesifik yang hendak dicapai adalah: (1) Meningkatkan kompetensi teknis-operasional dan manajerial peserta dalam merintis, mengelola, dan mengembangkan usaha mikro yang berkelanjutan; (2) Mendorong terciptanya kemandirian ekonomi keluarga melalui diversifikasi dan penguatan sumber pendapatan yang dikelola secara profesional; (3) Menumbuhkan dan menginternalisasi pola pikir kewirausahaan (entrepreneurial mindset) yang berkarakter inovatif, adaptif, berorientasi pada pertumbuhan, dan berkelanjutan; serta (4) Memfasilitasi terbentuknya jejaring usaha dan sistem dukungan mutual (mutual support system) di antara anggota komunitas yang dapat berfungsi sebagai safety net dan inkubator bisnis mikro.

Signifikansi program ini bersifat ganda (twofold). Pada tataran praktis, program ini berfungsi sebagai pilot project atau model percontohan bagi pendampingan kewirausahaan berbasis komunitas keagamaan. Model yang teruji efektif dapat direplikasi dan diadaptasi oleh komunitas serupa atau oleh lembaga pemberdayaan masyarakat, sehingga multiplikasi efeknya dapat lebih luas. Pada tataran akademik dan keilmuan, program ini memberikan kontribusi empiris terhadap diskursus mengenai strategi pemberdayaan ekonomi perempuan, khususnya yang memanfaatkan modal sosial sebagai entry point dan katalis. Implementasi dan evaluasi program ini akan menghasilkan pembelajaran mengenai desain intervensi, mekanisme pendampingan, dan faktor-faktor penentu keberhasilan dalam konteks sosio-kultural Indonesia yang spesifik.

Pendampingan strategis merupakan proses fasilitasi yang terencana, sistematis, dan berkelanjutan untuk meningkatkan kapasitas individu atau kelompok agar mampu mandiri secara sosial dan ekonomi. Pendampingan tidak hanya berupa pelatihan teknis, tetapi juga mencakup penguatan kesadaran, motivasi, keterampilan, serta akses terhadap sumber daya.

Pendekatan pendampingan modern menekankan partisipasi aktif sasaran program. Menurut Robert Chambers, model pembangunan partisipatif menempatkan masyarakat sebagai subjek, bukan objek intervensi. Pendamping berperan sebagai fasilitator yang membuka ruang belajar, refleksi, dan praktik langsung.

Dalam konteks ekonomi keluarga, pendampingan strategis diarahkan pada peningkatan kemampuan produktif, pengelolaan usaha, dan literasi keuangan rumah tangga. Pemberdayaan perempuan adalah proses peningkatan kapasitas, akses, dan kontrol perempuan terhadap sumber daya ekonomi, sosial, dan pengambilan keputusan. Pemberdayaan tidak hanya menyentuh aspek pendapatan, tetapi juga kepercayaan diri, posisi tawar, dan partisipasi sosial.

Menurut Naila Kabeer, pemberdayaan perempuan dapat dipahami melalui tiga dimensi utama, yaitu akses terhadap sumber daya (*resources*), kemampuan untuk membuat pilihan dan keputusan strategis (*agency*), serta capaian nyata yang dihasilkan dari pilihan tersebut (*achievement*). Ketiga dimensi ini saling berkaitan dan membentuk

kerangka analitis yang komprehensif dalam memahami proses transformasi sosial-ekonomi perempuan. Akses terhadap sumber daya—baik material, sosial, maupun manusia—menjadi prasyarat awal, tetapi pemberdayaan sejati baru terwujud ketika perempuan memiliki agensi untuk menentukan arah hidupnya serta memperoleh hasil konkret dari keputusan yang diambil.

Sejalan dengan itu, pendekatan kapabilitas yang dikemukakan oleh Amartya Sen menekankan bahwa pembangunan seharusnya tidak semata-mata diukur dari pertumbuhan ekonomi, melainkan dari sejauh mana ia memperluas kemampuan (*capabilities*) individu untuk menjalani kehidupan yang mereka nilai bermakna. Dalam kerangka ini, pemberdayaan ekonomi perempuan berarti memperluas pilihan dan peluang ekonomi, sehingga perempuan memiliki kebebasan substantif untuk menentukan aktivitas produktif, mengelola pendapatan, serta berpartisipasi dalam pengambilan keputusan ekonomi baik di tingkat rumah tangga maupun komunitas.

Dalam praktiknya, program pemberdayaan perempuan sering diarahkan pada penguatan kapasitas ekonomi berbasis rumah tangga dan komunitas. Intervensi umumnya mencakup pelatihan keterampilan usaha mikro, penguatan kemampuan pengelolaan keuangan keluarga, pengembangan kewirausahaan rumahan, serta pembentukan jaringan usaha berbasis komunitas. Pendekatan ini bertujuan meningkatkan kemandirian ekonomi sekaligus memperkuat posisi tawar perempuan dalam struktur sosial-ekonomi lokal. Dengan demikian, pemberdayaan ekonomi perempuan tidak hanya berimplikasi pada peningkatan pendapatan, tetapi juga pada transformasi relasi kuasa dan perluasan ruang partisipasi dalam kehidupan sosial yang lebih luas.

Ekonomi keluarga adalah sistem pengelolaan sumber daya rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan hidup. Perempuan memiliki peran strategis dalam ekonomi keluarga, baik sebagai pengelola keuangan, pelaku usaha rumahan, maupun pencari nafkah tambahan. Penguatan ekonomi keluarga melalui perempuan memiliki beberapa keunggulan: perempuan cenderung mengalokasikan pendapatan untuk kebutuhan keluarga, usaha rumahan lebih fleksibel dengan peran domestik, jaringan

sosial perempuan kuat dalam komunitas, tingkat ketahanan ekonomi keluarga meningkat.

Teori ekonomi rumah tangga menempatkan perempuan sebagai manajer sumber daya keluarga, sehingga peningkatan kapasitas ekonomi perempuan berdampak langsung pada kesejahteraan keluarga.

Program intervensi ekonomi keluarga yang efektif biasanya mencakup: literasi keuangan, keterampilan produksi, strategi pemasaran sederhana, manajemen usaha mikro, tabungan dan perencanaan keuangan.

Intervensi berbasis komunitas adalah pendekatan pemberdayaan yang menggunakan kelompok sosial yang sudah ada sebagai basis program. Model ini dinilai efektif karena memanfaatkan kepercayaan, kedekatan sosial, dan struktur relasi yang telah terbentuk.

Menurut teori pengembangan komunitas, perubahan sosial lebih tahan lama jika dibangun melalui struktur komunitas, bukan intervensi individual semata. Kelompok menjadi ruang belajar kolektif, saling dukung, dan berbagi praktik baik. Komunitas keagamaan merupakan salah satu bentuk komunitas sosial yang memiliki kekuatan kohesi tinggi karena diikat oleh nilai, keyakinan, dan praktik ibadah bersama. Kelompok pengajian, majelis taklim, dan jamaah keagamaan sering menjadi ruang sosial yang efektif untuk program pemberdayaan.

Dalam konteks ini, kelompok seperti Jamaah Pengajian Ibu-Ibu An-Nasiat dapat menjadi media efektif untuk pendampingan ekonomi perempuan karena memiliki struktur pertemuan rutin, kedekatan emosional, dan budaya saling mendukung. Pendekatan berbasis komunitas keagamaan juga memperkuat motivasi internal karena kegiatan ekonomi dikaitkan dengan nilai ibadah, kemandirian, dan kemaslahatan keluarga.

Pendampingan usaha mikro perempuan berfokus pada pengembangan keterampilan produktif skala kecil yang dapat dijalankan dari rumah. Bentuknya meliputi pelatihan produksi, pengemasan, pencatatan keuangan sederhana, dan pemasaran. Pendampingan tidak berhenti pada pelatihan, tetapi berlanjut pada mentoring dan evaluasi agar usaha benar-benar berjalan.

Model pendampingan berkelanjutan adalah pendekatan jangka panjang dengan siklus belajar–praktik–refleksi–perbaikan. Model ini relevan untuk kelompok perempuan berbasis komunitas karena proses belajar berlangsung bertahap. Model ini menekankan kekuatan kelompok sebagai ruang saling belajar dan dukungan sosial, sehingga keberlanjutan program lebih terjaga. Secara teoretis, penguatan ekonomi keluarga berbasis kelompok pengajian perempuan terjadi melalui integrasi tiga pilar: pemberdayaan perempuan, pendampingan strategis berkelanjutan, intervensi berbasis komunitas keagamaan.

Integrasi ini menghasilkan model intervensi yang tidak hanya meningkatkan pendapatan, tetapi juga memperkuat kapasitas, kepercayaan diri, dan solidaritas sosial perempuan dalam keluarga dan komunitas di wilayah seperti Lumajang.

Method

Populasi sasaran dalam program ini adalah seluruh anggota aktif jamaah pengajian ibu-ibu An-Nasiati yang berjumlah 93 orang. Karakteristik populasi ini bersifat heterogen, mencakup spektrum yang luas dari ibu rumah tangga tanpa pengalaman usaha sama sekali (potential entrepreneurs), hingga mereka yang telah memiliki aktivitas usaha mikro dalam skala sangat kecil dan dikelola secara non-formal (nascent entrepreneurs). Untuk memastikan intervensi yang tepat sasaran (right-based approach) dan sesuai kebutuhan (needs-based approach), tahap pertama yang kritis adalah melakukan pemetaan kapasitas dan kebutuhan (capacity and needs assessment). Pemetaan ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner terstruktur yang didesain untuk mengungkap beberapa aspek kunci: (a) latar belakang pendidikan dan pengalaman kerja/usaha, (b) minat dan keterampilan spesifik yang dimiliki, (c) akses dan literasi terhadap perangkat teknologi informasi dan komunikasi, (d) jenis usaha yang sedang dijalankan atau yang diminati untuk dikembangkan, serta (e) persepsi terhadap hambatan utama dalam berusaha. Data dari kuesioner ini kemudian dianalisis untuk membuat segmentasi peserta, yang menjadi dasar penyusunan materi dan penentuan metode pembelajaran yang diferensiatif (Chambers, 2014).

Pendekatan ini mengakui keragaman kapasitas awal peserta dan menghindari pendekatan satu untuk semua (*one-size-fits-all*) yang seringkali tidak efektif.

Program ini dirancang dengan mengadopsi filosofi pembelajaran orang dewasa (*andragogy*) dan siklus pembelajaran berbasis aksi (*action learning cycle*). Kerangka ini menekankan pada pembelajaran melalui refleksi atas pengalaman nyata, kolaborasi, dan pemecahan masalah kontekstual. Secara operasional, program dibagi menjadi tiga tahap utama yang bersifat iteratif dan saling menguatkan.

Tahap pertama adalah Pelatihan Intensif dan Pembekalan Kognitif. Tahap ini berfokus pada transfer pengetahuan dan keterampilan dasar yang esensial melalui serangkaian *workshop* interaktif. Materi disampaikan secara modular, dengan menggunakan metode ceramah partisipatif, studi kasus, simulasi, dan diskusi kelompok. Tujuannya adalah membangun fondasi pengetahuan yang kuat dan memicu kesadaran akan pentingnya pengelolaan usaha yang profesional.

Tahap kedua adalah Implementasi dan Praktik Bisnis Terbimbing. Pada tahap ini, peserta didorong untuk secara aktif menerapkan ilmu yang telah diperoleh ke dalam konteks usaha mereka masing-masing, baik usaha yang sudah berjalan maupun usaha rintisan baru. Peserta diberikan tugas-tugas praktis, seperti membuat pembukuan sederhana, membuat desain kemasan, atau membuka akun media sosial untuk usaha. Tahap ini merupakan jembatan kritis antara teori dan praktik, di mana pengetahuan diujicobakan dan diadaptasi dalam kondisi riil.

Tahap ketiga adalah Pendampingan Berkelanjutan dan Evaluasi Formatif. Tahap ini berlangsung selama periode enam bulan setelah pelatihan intensif. Fokusnya adalah memberikan dukungan teknis, mentoring, dan fasilitasi pemecahan masalah yang muncul selama implementasi. Pendampingan dilakukan secara rutin melalui mekanisme *coaching clinic* kelompok kecil dan konsultasi individual. Tahap ini dirancang untuk mengonsolidasikan pembelajaran, mengatasi kendala adaptasi, dan memastikan keberlanjutan perubahan perilaku (Korten, 1980). Ketiga tahap ini membentuk sebuah spiral pembelajaran di mana refleksi dari tahap implementasi dan pendampingan dapat memberikan umpan balik untuk penyempurnaan pengetahuan dan keterampilan.

Kurikulum pembelajaran dikembangkan dengan menekankan prinsip aplikabilitas tinggi dan kontekstualitas, sehingga materi yang disampaikan selaras dengan kebutuhan riil dan kapasitas peserta. Tujuh modul inti dirancang secara integratif untuk membangun pilar-pilar kompetensi kewirausahaan yang saling memperkuat, mulai dari aspek mindset hingga penguatan jejaring usaha.

Modul pertama berfokus pada dasar-dasar kewirausahaan dan pengembangan *entrepreneurial mindset*. Materi mencakup pemahaman hakikat kewirausahaan sebagai proses penciptaan nilai (*value creation*), karakteristik wirausaha yang adaptif dan inovatif, teknik identifikasi serta validasi peluang usaha, dan proses kreatif dalam mengembangkan solusi berbasis kebutuhan pasar (Drucker, 2014). Penekanan utama diberikan pada transformasi paradigma dari orientasi “mencari kerja” menuju “menciptakan kerja”, sehingga peserta terdorong untuk melihat keterbatasan sebagai peluang inovasi.

Modul berikutnya membahas pengembangan produk dan penjaminan mutu. Peserta diperkenalkan pada prinsip pengembangan produk berbasis kebutuhan konsumen, teknik penyempurnaan produk yang telah ada, serta pentingnya diferensiasi nilai. Untuk produk pangan, ditekankan aspek kebersihan, keamanan, dan standar mutu sederhana yang dapat diterapkan pada skala usaha mikro. Strategi pengemasan (*packaging*) yang fungsional dan menarik juga dibahas sebagai instrumen peningkatan daya saing dan persepsi kualitas produk di mata konsumen.

Penguatan kapasitas manajerial dilakukan melalui modul pembukuan sederhana dan manajemen keuangan usaha mikro. Peserta dilatih untuk memisahkan keuangan usaha dari keuangan rumah tangga sebagai langkah awal profesionalisasi usaha. Materi meliputi pencatatan kas masuk dan keluar secara sistematis, perhitungan harga pokok produksi (HPP) secara komprehensif, penetapan harga jual yang rasional, serta interpretasi sederhana atas laporan keuangan untuk membaca kesehatan usaha (McLaney & Atrill, 2020). Pendekatan yang digunakan bersifat praktis dan berbasis studi kasus dari usaha peserta sendiri.

Literasi pemasaran diperkuat melalui modul strategi pemasaran dan pemanfaatan media digital. Modul ini dirancang untuk meningkatkan kemampuan

peserta dalam membangun citra merek (*personal branding*), memilih platform digital yang sesuai dengan karakteristik pasar sasaran, serta memproduksi konten promosi yang efektif dan persuasif. Materi juga mencakup etika komunikasi daring dan manajemen hubungan pelanggan untuk membangun loyalitas (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2022). Pendekatan pembelajaran bersifat demonstratif dan langsung dipraktikkan menggunakan perangkat yang dimiliki peserta.

Modul analisis kelayakan bisnis sederhana bertujuan membekali peserta dengan kemampuan melakukan penilaian awal terhadap ide usaha. Pembahasan meliputi analisis pasar (identifikasi kebutuhan, segmentasi pelanggan, dan pemetaan pesaing), analisis operasional (ketersediaan bahan baku dan peralatan), serta proyeksi keuangan dasar untuk mengestimasi titik impas (*break-even point*) dan potensi profitabilitas. Pendekatan ini membantu peserta mengambil keputusan usaha secara lebih rasional dan terukur.

Aspek legalitas dan etika usaha dibahas dalam modul berikutnya. Peserta diperkenalkan pada pentingnya legalitas sederhana seperti Nomor Induk Berusaha (NIB), perlindungan hak konsumen, serta prinsip-prinsip etika bisnis dan tanggung jawab sosial. Penekanan pada integritas, transparansi, dan akuntabilitas dimaksudkan untuk membangun fondasi usaha yang berkelanjutan dan terpercaya.

Kurikulum ditutup dengan modul pembangunan jejaring dan kolaborasi usaha. Peserta difasilitasi untuk mengidentifikasi peluang sinergi antar-usaha dalam komunitas, seperti pengadaan bahan baku bersama, sistem bundling produk, pemasaran kolektif, atau berbagi saluran distribusi. Pendekatan kolaboratif ini bertujuan meningkatkan efisiensi biaya, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat posisi tawar kolektif di tengah persaingan.

Mekanisme pendampingan didesain untuk bersifat fleksibel, responsif, dan mendukung. Pendekatan hybrid diterapkan dengan menggabungkan pertemuan tatap muka berkala dan dukungan daring. Coaching clinic kelompok kecil dilaksanakan setiap dua minggu sekali, berfungsi sebagai forum berbagi pengalaman, diskusi kasus, dan pemecahan masalah kolektif yang difasilitasi oleh mentor. Di luar pertemuan terjadwal, konsultasi individual tersedia melalui platform percakapan daring (seperti

WhatsApp grup khusus) untuk menangani pertanyaan atau kendala spesifik yang bersifat urgent. Tim pendamping terdiri dari dosen/pakar di bidang kewirausahaan dan manajemen, serta praktisi UMKM yang sukses, sehingga memadukan perspektif teoritis dan praktis.

Sistem evaluasi program dirancang secara komprehensif dengan mengacu pada kerangka evaluasi yang mencakup dimensi input, proses, output, outcome, dan dampak. Evaluasi dilaksanakan secara multi-metode dan berkelanjutan guna memastikan bahwa capaian program tidak hanya terukur secara kuantitatif, tetapi juga dapat dipahami secara kualitatif dalam konteks perubahan perilaku dan kapasitas peserta.

Evaluasi proses (*formative evaluation*) dilakukan selama pelaksanaan pelatihan untuk memantau kualitas fasilitasi, relevansi materi, serta tingkat partisipasi dan pemahaman peserta. Teknik yang digunakan meliputi observasi langsung terhadap dinamika pembelajaran, kuis singkat untuk mengukur pemahaman konseptual, serta lembar umpan balik harian yang memungkinkan peserta memberikan refleksi atas materi dan metode yang diterapkan. Pendekatan ini memungkinkan adanya penyesuaian strategi pembelajaran secara adaptif selama program berlangsung.

Evaluasi hasil (*summative evaluation*) dilaksanakan pada akhir fase pelatihan intensif dan berlanjut selama fase pendampingan untuk mengukur pencapaian output langsung. Penilaian difokuskan pada implementasi keterampilan yang telah dipelajari, seperti konsistensi dan kelengkapan pembukuan usaha, peningkatan kualitas produk, serta tingkat keaktifan dan profesionalisme pengelolaan akun media sosial usaha. Evaluasi ini bertujuan menilai sejauh mana pengetahuan yang diperoleh telah terkonsversi menjadi praktik nyata dalam pengelolaan usaha.

Evaluasi dampak (*impact evaluation*) dilakukan pada akhir periode pendampingan untuk menilai perubahan yang lebih mendalam dan berjangka menengah. Indikator kuantitatif mencakup proporsi peserta yang berhasil memulai usaha baru, peningkatan rata-rata omzet penjualan atau volume produksi pada usaha yang telah berjalan, serta pertumbuhan jaringan pemasaran seperti jumlah pengikut media sosial atau mitra distribusi. Sementara itu, indikator kualitatif diperoleh melalui

wawancara mendalam dan kuesioner sikap guna mengidentifikasi perubahan dalam pola pikir kewirausahaan, tingkat kepercayaan diri, kemandirian dalam pengambilan keputusan, serta persepsi terhadap prospek usaha di masa depan (Oakden et al., 2021). Data sebelum dan sesudah intervensi (*pre-test* dan *post-test*) dianalisis untuk mengidentifikasi signifikansi perubahan yang terjadi.

Melalui metodologi yang sistematis, partisipatif, dan berorientasi pada tindakan ini, program bertujuan tidak hanya untuk menghasilkan perubahan perilaku bisnis yang terukur, tetapi juga untuk memperkuat struktur sosial komunitas sebagai wahana kolektif untuk kemajuan ekonomi yang inklusif.

Result and Discussion

Implementasi program pendampingan menciptakan sebuah arena pembelajaran sosial yang dinamis, di mana struktur kohesif komunitas keagamaan berfungsi sebagai katalisator bagi proses adopsi pengetahuan dan perubahan perilaku. Tingkat partisipasi yang sangat tinggi, dengan rata-rata kehadiran melebihi 85% pada setiap sesi pelatihan, mengindikasikan tingkat keterikatan (*engagement*) dan motivasi intrinsik peserta yang kuat. Fenomena ini tidak dapat dipisahkan dari karakteristik kelompok itu sendiri; kepercayaan (*trust*) dan norma timbal balik yang telah terbangun sebelumnya dalam konteks pengajian menciptakan lingkungan psikologis yang aman (*psychologically safe environment*) untuk belajar dan berbagi (Edmondson, 1999). Dinamika kelompok yang telah mapan memfasilitasi proses pembelajaran kolektif, di mana peserta dengan leluasa mendiskusikan tantangan, mengungkapkan ketidaktahuan, dan saling memberikan umpan balik konstruktif berdasarkan pengalaman masing-masing.

Implementasi materi pembelajaran berlangsung secara evolusioner dan menunjukkan pola diferensiasi yang menarik. Pada peserta yang telah memiliki usaha mikro pra-eksis, intervensi program langsung bersifat korektif dan penyempurnaan. Mereka dengan cepat mengadopsi sistem pembukuan sederhana yang diajarkan, melakukan restrukturisasi terhadap pencatatan keuangan yang sebelumnya tercampur, dan mulai secara aktif membangun kehadiran digital untuk usaha mereka. Sementara

itu, bagi peserta yang berstatus sebagai calon wirausaha (potential entrepreneurs), program berfungsi sebagai katalisator untuk melakukan aktivasi potensi. Mereka melakukan serangkaian eksperimen mikro (micro-experiments) dengan memproduksi barang atau jasa berbasis keterampilan domestik yang mereka kuasai, seperti aneka olahan pangan rumahan atau kerajinan tangan, sebagai bentuk uji validasi pasar awal (Ries, 2011). Proses ini tidak berlangsung dalam isolasi, tetapi diamati, didiskusikan, dan didukung oleh sesama anggota kelompok. Mekanisme pembelajaran observasional (observational learning) dan modeling sosial ini, di mana individu belajar dari keberhasilan dan pengalaman orang lain dalam lingkungan sosialnya, terbukti sangat efektif dalam mempercepat adopsi perilaku kewirausahaan baru (Bandura, 1986). Atmosfer saling mendukung yang tercipta merupakan manifestasi konkret dari konversi modal sosial menjadi modal psikologis kolektif yang mendorong tindakan.

Program ini menghasilkan dampak transformatif yang beroperasi pada dua ranah yang saling terkait: ranah kapabilitas instrumental (instrumental capabilities) dan ranah kapabilitas agensi (agential capabilities). Pada ranah kapabilitas instrumental, terjadi peningkatan kompetensi teknis yang dapat diukur dan diamati. Peserta menunjukkan penguasaan yang lebih baik dalam mengelola siklus keuangan usaha mikro, mulai dari pencatatan transaksi yang terpisah dari keuangan rumah tangga, penghitungan harga pokok produksi yang akurat dengan memperhitungkan seluruh biaya tersembunyi (hidden cost), hingga penentuan harga jual yang memperhatikan margin keuntungan yang wajar. Selain itu, muncul kemampuan baru dalam merancang dan melaksanakan strategi pemasaran digital dasar, seperti mengkurasi konten promosi di Instagram, mengelola pesanan melalui WhatsApp Business, dan membangun narasi merek personal sederhana di sekitar produk mereka.

Namun, dampak yang lebih mendalam dan fundamental terjadi pada ranah kapabilitas agensi, yaitu pada dimensi pola pikir dan keyakinan diri. Terjadi pergeseran paradigmatik dari identitas sebagai penerima manfaat pasif (passive

beneficiaries) atau konsumen, menuju identitas sebagai produsen dan pencipta nilai ekonomi aktif (active economic agents). Peserta mulai mengembangkan apa yang disebut sebagai “kewaspadaan kewirausahaan” (entrepreneurial alertness), yaitu kemampuan untuk secara konstan memindai lingkungan sehari-hari mereka—mulai dari bahan baku lokal, rutinitas komunitas, hingga keluhan dalam percakapan—sebagai sumber potensial ide usaha (Kirzner, 1973). Rasa percaya diri (self-efficacy) dalam kemampuan untuk memulai dan mengelola usaha mengalami peningkatan yang signifikan. Keyakinan ini tidak muncul dari ruang hampa, tetapi dibangun melalui pengalaman mastery kecil-kecilan (small wins) selama program, seperti keberhasilan menyelesaikan pembukuan pertama, menerima pesanan pertama dari promosi online, atau mendapatkan umpan balik positif dari pelanggan. Peningkatan self-efficacy ini merupakan komponen kritis dari proses pemberdayaan, karena secara langsung mempengaruhi motivasi, ketahanan menghadapi tantangan, dan tingkat aspirasi seseorang (Alsop et al., 2006). Dengan kata lain, program tidak hanya memberikan “ikan” (keterampilan) atau “kail” (alat), tetapi juga membangun keyakinan untuk “pergi memancing” dan “berani melaut lebih jauh”.

Evaluasi dampak yang komprehensif pada akhir siklus enam bulan pendampingan menghasilkan gambaran capaian yang multidimensi, mencerminkan keberhasilan program pada tataran output, outcome, dan dampak awal.

Secara kuantitatif, data menunjukkan dinamika aktivasi ekonomi yang nyata di dalam komunitas. Sebanyak 40% dari total peserta, atau setara dengan 37 orang, berhasil mentransisikan status mereka dari calon wirausaha menjadi wirausaha aktif dengan mendirikan usaha mikro baru yang beroperasi. Jenis usaha yang muncul sangat beragam dan berbasis potensi lokal serta keterampilan personal, mencakup katering rumahan spesialis hidangan tradisional, toko kelontong keliling (warung sembako), produksi kue kering dan camilan kemasan, serta jasa menjahit dan perawatan pakaian. Kelompok lain yang berjumlah 15% (14 orang) adalah peserta yang sebelumnya telah memiliki usaha. Pada kelompok ini, program berhasil memicu akselerasi dan skalalisasi kecil. Intervensi yang diberikan mendorong mereka untuk

melakukan diversifikasi varian produk, meningkatkan kapasitas produksi dengan penambahan peralatan sederhana, atau yang paling menonjol, memperluas jangkauan pasar secara signifikan melalui strategi pemasaran digital yang terencana. Sementara itu, 10% peserta lainnya (9 orang) berada pada tahap pra-aktivasi yang matang; mereka menunjukkan peningkatan motivasi dan kesiapan mental yang kuat serta telah menyusun rencana usaha yang rinci, meskipun belum secara operasional meluncurkan usahanya karena menunggu faktor pendukung seperti modal awal atau waktu yang tepat.

Di balik angka-angka tersebut, capaian kualitatif memberikan gambaran yang lebih kaya tentang perubahan sosial yang terjadi. Observasi dan wawancara mendalam mengungkapkan peningkatan nyata dalam kepercayaan diri peserta, bukan hanya dalam konteks bisnis tetapi juga dalam menyampaikan pendapat di ruang publik. Kemampuan analitis dan pengambilan keputusan bisnis menjadi lebih sistematis; peserta mulai mampu mempertimbangkan variabel biaya, risiko, dan peluang sebelum mengambil langkah. Aspek yang sangat menggembirakan adalah munculnya inisiatif kolaborasi ekonomi berbasis komunitas. Terbentuknya sistem reseller atau pemasaran kolektif, di mana beberapa peserta sepakat untuk menjual produk milik peserta lain di jaringan mereka sendiri, merupakan indikator kuat dari penguatan ikatan sosial instrumental (*instrumental social ties*) yang langsung memberikan nilai ekonomi (Lin, 2001). Jejaring yang awalnya bertumpu pada aktivitas religius kini telah diperkaya dengan dimensi ekonomi produktif, menciptakan ekosistem usaha mikro yang saling mendukung di dalam komunitas itu sendiri.

Keberhasilan relatif program ini dapat ditelusuri dari konfigurasi faktor pendukung yang saling memperkuat, sekaligus pengakuan terhadap hambatan struktural yang membatasi dampak maksimalnya.

Faktor pendukung utama bersifat endogen, berasal dari dalam komunitas itu sendiri. Kuatnya modal sosial bonding, berupa ikatan emosional yang erat, norma

reciprocitas, dan kepercayaan tinggi antaranggota, berfungsi sebagai infrastruktur sosial (social infrastructure) yang mempercepat difusi inovasi dan mengurangi biaya transaksi dalam kolaborasi (Putnam, 2000). Motivasi intrinsik peserta, yang didorong oleh keinginan untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga dan berkontribusi secara ekonomi, menjadi motor penggerak yang tangguh. Di sisi eksternal, pendekatan pendampingan yang adaptif yang mampu menyesuaikan materi dan tempo pembelajaran dengan kondisi heterogen peserta serta kemudahan akses terhadap teknologi digital dasar (kepemilikan smartphone) memungkinkan integrasi cepat antara pembelajaran konvensional dan praktik digital.

Namun, program juga menghadapi serangkaian hambatan yang bersifat sistemik dan memberikan pembelajaran kritis. Hambatan struktural paling dominan adalah keterbatasan akses terhadap modal kerja. Meski keterampilan manajemen keuangan meningkat, sumber daya finansial untuk modal awal, pembelian peralatan, atau peningkatan kapasitas produksi tetap menjadi kendala utama. Ini memperkuat temuan literatur tentang kesenjangan finansial yang dihadapi perempuan pelaku UMKM (Aterido, Hallward-Driemeier, & Pagés, 2011). Hambatan kultural yang berurat akar adalah beban ganda (double burden) tanggung jawab domestik dan pengasuhan yang belum terdistribusi secara setara. Manajemen waktu menjadi tantangan kompleks yang mempengaruhi skalabilitas usaha. Hambatan teknis muncul dalam bentuk kesenjangan literasi digital (digital divide) yang bersifat generasional dan pendidikan. Meski memiliki smartphone, sebagian peserta, terutama dari kelompok usia yang lebih tua, mengalami kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi di luar fungsi dasar media sosial dan pesan instan, seperti spreadsheet sederhana untuk pembukuan atau alat desain grafis dasar. Ini mencerminkan apa yang oleh Van Dijk (2020) disebut sebagai digital divide tingkat kedua, yaitu ketimpangan dalam keterampilan dan penggunaan yang bermakna (usage gap), bukan sekadar akses. Hambatan-hambatan ini menggarisbawahi bahwa pemberdayaan ekonomi perempuan tidak dapat berdiri sendiri; ia memerlukan pendekatan yang juga menyentuh aspek keuangan inklusif, dinamika gender dalam rumah tangga, dan literasi digital yang komprehensif.

Conclusion

Program pendampingan terintegrasi bagi perempuan jamaah pengajian An-Nasiati ini telah berhasil mendemonstrasikan sebuah model intervensi pemberdayaan ekonomi yang efektif dan kontekstual. Program membuktikan bahwa komunitas keagamaan, dengan simpanan modal sosialnya yang kaya, dapat berfungsi sebagai platform yang sangat potensial untuk inkubasi dan akselerasi usaha mikro perempuan. Keberhasilan fundamental program ini tidak semata-mata diukur dari kuantitas usaha baru yang terbentuk atau peningkatan omset, tetapi lebih pada terjadinya transformasi kapabilitas yang mendalam. Program telah memfasilitasi peralihan dari potensi ekonomi yang laten (*latent*) dan tersebar (*diffused*) menjadi kapasitas ekonomi yang aktif (*active*) dan terorganisir (*organized*). Transformasi ini mencakup dimensi instrumental berupa penguasaan keterampilan kewirausahaan yang aplikatif, dan yang lebih penting, dimensi agensial berupa penguatan pola pikir inovatif, kepercayaan diri, dan sikap kemandirian. Dengan demikian, program tidak hanya menciptakan wirausaha, tetapi juga memperkuat ketahanan sosial-ekonomi keluarga dan komunitas melalui pemanfaatan dan pengayaan sumber daya sosial yang sudah ada.

Berdasarkan temuan empiris dan refleksi kritis selama pelaksanaan, beberapa rekomendasi strategis dirumuskan untuk memperdampak, menskalakan, dan memastikan keberlanjutan dari inisiatif serupa.

Pertama, mengenai pendalaman dan keberlanjutan program. Disarankan untuk merancang Program Pendampingan Tahap II yang berfokus pada penguatan aspek yang masih menjadi kendala utama, khususnya akses permodalan. Pendampingan pada tahap ini harus bersifat teknis-praktis, membimbing peserta dalam menyusun proposal usaha sederhana yang bankable, memahami skema pembiayaan seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), atau mengembangkan model pembiayaan alternatif berbasis komunitas seperti Lembaga Keuangan Mikro (LKM)

atau sistem simpan-pinjam kelompok (ROSCA) yang dikelola secara profesional. Selain itu, modul tentang manajemen waktu dan negosiasi peran dalam rumah tangga bagi perempuan pelaku usaha perlu dikembangkan untuk mengatasi hambatan kultural.

Kedua, mengenai perluasan jejaring dan akses pasar. Untuk menghindari isolasi usaha, perlu dibangun jembatan kemitraan strategis yang formal antara komunitas hasil pendampingan dengan ekosistem usaha yang lebih luas. Kolaborasi dapat dijajaki dengan Dinas Koperasi dan UMKM setempat untuk fasilitasi sertifikasi halal atau P-IRT (Pangan Industri Rumah Tangga), dengan pasar modern atau toko oleh-oleh lokal untuk consignment, serta dengan platform e-commerce daerah atau marketplace spesifik produk UMKM. Kemitraan ini akan membuka kanal distribusi baru yang kritis untuk pertumbuhan.

Ketiga, mengenai replikasi dan skalabilitas model. Agar model ini dapat diadopsi oleh komunitas keagamaan atau kelompok sosial kohesif lainnya, diperlukan penyusunan protokol atau panduan replikasi yang sistematis. Panduan ini harus menekankan pentingnya need assessment yang partisipatif di tahap awal, serta mengintegrasikan mekanisme peer-to-peer learning dengan melibatkan kader sukses dari program sebelumnya sebagai asisten mentor atau role model. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan relevansi program tetapi juga membangun kepemilikan lokal (local ownership) dan kapasitas kepemimpinan dari dalam komunitas itu sendiri.

Keempat, mengenai advokasi kebijakan. Temuan program ini dapat menjadi bahan advokasi bagi pemerintah daerah dan penyusun kebijakan. Perlunya skema pendampingan berjenjang yang memadukan pelatihan dasar, pendampingan intensif, dan akses ke pembiayaan mikro yang terintegrasi, khususnya yang menyoar kelompok perempuan dalam komunitas berbasis sosial-keagamaan. Kebijakan yang mendukung perluasan infrastruktur digital dan pelatihan literasi digital tingkat lanjut bagi UMKM mikro juga menjadi kebutuhan mendesak.

Secara keseluruhan, program ini menegaskan bahwa jalan menuju kemandirian ekonomi perempuan berjalan melalui penguatan kapasitas individu yang dipadukan dengan optimalisasi kekuatan kolektif komunitasnya. Rekomendasi-rekomendasi di atas dirancang untuk mengkristalisasi pembelajaran dari program percontohan ini menjadi sebuah kerangka kerja yang lebih kokoh dan berkelanjutan, yang pada akhirnya berkontribusi pada terwujudnya pembangunan ekonomi inklusif dan berkeadilan gender.

Reference

- Alsop, R., Bertelsen, M. F., & Holland, J. (2006). *Empowerment in practice: From analysis to implementation*. The World Bank.
- Aterido, R., Hallward-Driemeier, M., & Pagés, C. (2011). *Does expanding health insurance beyond formal-sector workers encourage informality? Measuring the impact of Mexico's Seguro Popular*. The World Bank.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall.
- Brush, C. G., de Bruin, A., & Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 8–24.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (8th ed.). Pearson Education.
- Chambers, R. (2014). *Rural development: Putting the last first*. Routledge.
- Cleaver, F. (2005). The inequality of social capital: Agency, community, and development. *Community Development Journal*, 40(2), 179–186.
- Drucker, P. F. (2014). *Innovation and entrepreneurship*. Routledge.
- Edmondson, A. (1999). Psychological safety and learning behavior in work teams. *Administrative Science Quarterly*, 44(2), 350–383.
- Freedman, D. H. (2013). The perfected self. *The Atlantic*, 311(5), 42–52.
- Grimm, M., Knorringa, P., & Lay, J. (2012). Constrained gazelles: High potentials in West Africa's informal economy. *World Development*, 40(7), 1352–1368.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- International Labour Organization (ILO). (2023). *World employment and social outlook: Trends 2023*. International Labour Office.

- Kabeer, N. (1999). Resources, agency, achievements: Reflections on the measurement of women's empowerment. *Development and Change*, 30(3), 435–464.
- Kantor, P. (2005). Women's empowerment through home-based work: Evidence from India. *Development and Change*, 36(3), 479–501.
- Kirzner, I. M. (1973). *Competition and entrepreneurship*. University of Chicago Press.
- Korten, D. C. (1980). Community organization and rural development: A learning process approach. *Public Administration Review*, 40(5), 480–511.
- Kuratko, D. F., & Morris, M. H. (2018). *Entrepreneurship: Theory, process, and practice* (10th ed.). Cengage Learning.
- Lin, N. (2001). *Social capital: A theory of social structure and action*. Cambridge University Press.
- Lussier, R. N., & Halabi, C. E. (2010). A three-country comparison of the business success versus failure prediction model. *Journal of Small Business Management*, 48(3), 360–377.
- Mayoux, L. (2001). Tackling the down side: Social capital, women's empowerment and micro-finance in Cameroon. *Development and Change*, 32(3), 435–464.
- McLaney, E., & Atrill, P. (2020). *Accounting and finance: An introduction* (10th ed.). Pearson.
- Mosedale, S. (2014). Women's empowerment as a development goal: Taking a feminist standpoint. *Journal of International Development*, 26(8), 1115–1125.
- Narayan, D. (Ed.). (2005). *Measuring empowerment: Cross-disciplinary perspectives*. The World Bank.
- Oakden, J., Mayne, R., Howlett, O., & Turner, N. (2021). Evaluating complexity: A developmental evaluation approach for complex initiatives. *The Evaluation Journal of Australasia*, 21(4), 198–214.
- O'Neil, T., & Domingo, P. (2015). *The power to decide: Women, decision-making and gender equality*. Overseas Development Institute.
- Portes, A. (1998). Social capital: Its origins and applications in modern sociology. *Annual Review of Sociology*, 24(1), 1–24.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.
- Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Crown Business.
- Sen, A. (1999). *Development as freedom*. Alfred A. Knopf.

- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. A. Kent, D. L. Sexton, & K. H. Vesper (Eds.), *Encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 72–90). Prentice-Hall.
- Sobel, J. (2002). Can we trust social capital? *Journal of Economic Literature*, 40(1), 139–154.
- Stevenson, L., & St-Onge, A. (2005). Support for growth-oriented women entrepreneurs in Ethiopia. International Labour Organization.
- Taiminen, H. M., & Karjaluoto, H. (2015). The usage of digital marketing channels in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 22(4), 633–651.
- Tambunan, T. (2019). Women entrepreneurs in Indonesia: Their main constraints and reasons. *Journal of Asia Business Studies*, 13(3), 343–368.
- Uphoff, N. (2000). Understanding social capital: Learning from the analysis and experience of participation. In P. Dasgupta & I. Serageldin (Eds.), *Social capital: A multifaceted perspective* (pp. 215–249). The World Bank.
- Van Dijk, J. A. G. M. (2020). *The digital divide*. Polity Press.
- Woolcock, M. (2001). The place of social capital in understanding social and economic outcomes. *Canadian Journal of Policy Research*, 2(1), 11–17.
- World Bank. (2012). *World development report 2012: Gender equality and development*. The World Bank.
- World Bank. (2022). *Women, business and the law 2022*. The World Bank.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). Sage Publications.
- Zimmerman, M. A. (2000). Empowerment theory: Psychological, organizational, and community levels of analysis. In J. Rappaport & E. Seidman (Eds.), *Handbook of community psychology* (pp. 43–63). Springer
- Chambers, R. (2014). *Rural Development: Putting the Last First*. Routledge.
- Kabeer, N. (1999). Resources, Agency, Achievements: Reflections on the Measurement of Women's Empowerment. *Development and Change*, 30(3).
- Sen, A. (1999). *Development as Freedom*. Oxford University Press.
- Moser, C. (1993). *Gender Planning and Development*. Routledge.
- Ife, J. (2016). *Community Development in an Uncertain World*. Cambridge University Press.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa dan Pemberdayaan Usaha Kecil*. Andi.
- Sulistiyani, A. T. (2017). *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*. Gava Media.
- Kartasmita, G. (1996). *Pembangunan untuk Rakyat*. CIDES.