

Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Perempuan: Pelatihan Rintisan Usaha Mandiri Berbasis Rumah Bersama Dasawisma Teratai Samarinda Seberang

Kokom Komariah¹, Yusran²

^{1,2} Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, Indonesia

Corresponding Author: yusran@uinsi.ac.id

ABSTRACT

*Empowering women through the development of the creative economy serves as a crucial strategy for enhancing family economic self-reliance while strengthening community capacity based on local potential. This community service initiative aims to improve the knowledge, skills, and capabilities of women in establishing independent home-based businesses through collaboration with the Teratai *Dasawisma* (neighborhood-level women's group) in Samarinda Seberang. The activity employed a participatory approach comprising several stages: identifying participants' potential and needs; delivering entrepreneurship material; and providing training on product development, packaging, pricing, and digital marketing, alongside guidance on setting up a business venture. Participants were encouraged to develop businesses aligned with their skills, available resources, and local market opportunities. The results indicate an improved understanding among participants regarding fundamental entrepreneurial concepts, home-based business management, product innovation, marketing strategies, and the use of digital media for promotion. Furthermore, participants gained the ability to identify business opportunities, formulate product ideas, create more attractive packaging, and devise simple marketing strategies. The initiative also fostered a spirit of collaboration among *Dasawisma* members in developing productive economic activities. Thus, training on independent home-based business startups can serve as a sustainable instrument for women's creative economy empowerment, with the potential to enhance women's contributions to the economic resilience of both their families and the community..*

Keywords: *Women's Empowerment; Creative Economy; Home-based Business; Entrepreneurship; Economic Independence*

Received:	Revised:	Accepted:	Available online:
02.03.2026	01.04.2026	01.05.2026	15.06.2026

ABSTRACT

Pemberdayaan perempuan melalui pengembangan ekonomi kreatif menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan kemandirian ekonomi keluarga sekaligus memperkuat kapasitas masyarakat berbasis potensi lokal. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan perempuan dalam merintis usaha mandiri berbasis rumahan melalui kolaborasi bersama kelompok Dasawisma Teratai di Samarinda Seberang. Pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif melalui tahapan identifikasi potensi dan kebutuhan peserta, penyampaian materi kewirausahaan, pelatihan pengembangan produk, pengemasan, penentuan harga, pemasaran digital, serta pendampingan penyusunan rintisan usaha. Peserta diarahkan untuk mengembangkan usaha yang sesuai dengan keterampilan, sumber daya, dan peluang pasar di lingkungan sekitar. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai konsep dasar kewirausahaan, pengelolaan usaha rumahan, inovasi produk, strategi pemasaran, dan pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Selain itu, peserta mulai mampu mengidentifikasi peluang usaha, menyusun ide produk, melakukan pengemasan yang lebih menarik, serta merancang strategi pemasaran sederhana. Kegiatan ini juga mendorong terbentuknya semangat kolaborasi antaranggota Dasawisma dalam mengembangkan aktivitas ekonomi produktif. Dengan demikian, pelatihan rintisan usaha mandiri berbasis rumahan dapat menjadi instrumen pemberdayaan ekonomi kreatif perempuan yang berkelanjutan serta berpotensi meningkatkan kontribusi perempuan terhadap ketahanan ekonomi keluarga dan masyarakat.

Keywords: Pemberdayaan Perempuan; Ekonomi Kreatif; Usaha Rumahan; Kewirausahaan; Kemandirian Ekonomi

Received:	Revised:	Accepted:	Available online:
02.03.2026	01.04.2026	01.05.2026	15.06.2026

PENDAHULUAN

Pemberdayaan ekonomi perempuan merupakan bagian penting dalam upaya membangun kemandirian ekonomi keluarga dan memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat. Perempuan memiliki peran strategis dalam aktivitas ekonomi, baik melalui pekerjaan formal maupun kegiatan usaha mikro yang dilakukan dari rumah. Perkembangan ekonomi kreatif memberikan peluang yang semakin luas bagi perempuan untuk mengembangkan keterampilan, kreativitas, serta sumber daya yang tersedia di lingkungan sekitar menjadi kegiatan ekonomi produktif. Ekonomi kreatif tidak hanya berorientasi pada penciptaan produk, tetapi juga menekankan kemampuan menghasilkan nilai tambah melalui kreativitas, inovasi, desain, pengetahuan, dan pemanfaatan teknologi. UNCTAD (2022) menjelaskan bahwa ekonomi kreatif memiliki potensi besar dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, dan mendorong pembangunan yang lebih inklusif. Oleh karena itu, penguatan kapasitas perempuan melalui pengembangan usaha kreatif berbasis rumahan menjadi salah satu pendekatan yang relevan dalam pemberdayaan masyarakat.

Usaha berbasis rumahan memiliki karakteristik yang sesuai dengan kondisi sebagian perempuan yang memiliki tanggung jawab domestik sekaligus ingin memperoleh pendapatan tambahan. Model usaha tersebut memungkinkan kegiatan produksi dan pemasaran dilakukan dengan memanfaatkan ruang, waktu, keterampilan, serta sumber daya yang relatif terbatas. Dalam praktiknya, usaha rumahan dapat dikembangkan pada berbagai sektor, seperti makanan dan minuman, kerajinan, fesyen, produk rumah tangga, jasa kreatif, maupun produk olahan berbasis potensi lokal. ILO (2022) menunjukkan bahwa transformasi digital dan berkembangnya bentuk pekerjaan fleksibel dapat membuka peluang yang lebih luas bagi perempuan untuk berpartisipasi dalam kegiatan ekonomi. Namun, peluang tersebut tetap membutuhkan dukungan berupa peningkatan keterampilan, akses informasi, literasi keuangan, kemampuan digital, dan jaringan pemasaran.

Pemberdayaan perempuan melalui kewirausahaan tidak cukup hanya dengan memberikan pengetahuan mengenai cara membuat produk. Seorang calon pelaku usaha perlu memahami proses bisnis secara lebih menyeluruh, mulai dari menemukan peluang, mengenali kebutuhan konsumen, menentukan produk, menghitung biaya,

menetapkan harga, melakukan pengemasan, membangun merek, hingga memasarkan produk. World Bank (2022) menegaskan bahwa peningkatan keterampilan dan akses terhadap peluang ekonomi merupakan faktor penting dalam memperkuat partisipasi perempuan dalam perekonomian. Dalam konteks usaha mikro, keterampilan tersebut menjadi semakin penting karena keterbatasan sumber daya menuntut pelaku usaha mampu mengambil keputusan secara efisien dan tepat. Oleh sebab itu, pelatihan rintisan usaha mandiri perlu menggunakan pendekatan yang praktis, partisipatif, dan sesuai dengan kondisi peserta.

Perkembangan teknologi digital juga telah mengubah pola pemasaran produk usaha mikro. Media sosial, marketplace, aplikasi pesan instan, dan sistem pembayaran digital memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa harus memiliki toko fisik. Digitalisasi dapat membantu usaha rumahan memperkenalkan produk, membangun komunikasi dengan konsumen, menerima pesanan, dan mengembangkan jaringan pemasaran. Bank Indonesia (2023) menempatkan digitalisasi sebagai salah satu aspek penting dalam penguatan UMKM karena dapat meningkatkan efisiensi sekaligus memperluas akses pasar. Meskipun demikian, kemampuan memanfaatkan teknologi digital belum merata. Sebagian pelaku usaha masih mengalami kendala dalam membuat konten, mengambil foto produk, menyusun deskripsi, mengelola akun bisnis, serta menggunakan media digital secara konsisten. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya pelatihan digital marketing sebagai bagian dari pemberdayaan ekonomi perempuan.

Selain pemasaran, kemampuan mengelola keuangan menjadi faktor penting bagi keberlangsungan usaha rumahan. Usaha yang tidak memiliki pencatatan keuangan yang baik akan mengalami kesulitan dalam mengetahui biaya produksi, omzet, laba, arus kas, dan perkembangan usaha. Persoalan lain yang sering terjadi adalah bercampurnya keuangan usaha dengan keuangan rumah tangga. Padahal, pemisahan sederhana antara uang usaha dan uang keluarga dapat membantu pelaku usaha mengetahui kondisi keuangan secara lebih objektif. Otoritas Jasa Keuangan (2022) menekankan pentingnya literasi keuangan dalam meningkatkan kemampuan masyarakat mengelola sumber daya keuangan dan mengambil keputusan ekonomi secara tepat. Oleh karena itu, pelatihan kewirausahaan bagi perempuan

perlu memasukkan materi mengenai pencatatan transaksi, perhitungan biaya, penentuan harga jual, serta pengelolaan keuntungan.

Aspek kreativitas dan inovasi juga menjadi elemen penting dalam pengembangan usaha perempuan. Produk yang memiliki kualitas baik belum tentu mampu bersaing apabila tidak memiliki karakteristik yang membedakannya dari produk lain. Kreativitas dapat diwujudkan melalui variasi produk, desain kemasan, identitas merek, pelayanan, maupun strategi pemasaran. UNESCO (2022) menjelaskan bahwa sektor budaya dan kreatif dapat menjadi sumber inovasi serta penciptaan nilai ekonomi melalui pemanfaatan pengetahuan dan kreativitas masyarakat. Dalam konteks lokal, kreativitas dapat dikembangkan dengan memanfaatkan bahan baku, tradisi, keterampilan, dan karakteristik lingkungan setempat. Dengan pendekatan tersebut, usaha rumahan tidak hanya menjadi aktivitas mencari pendapatan, tetapi juga dapat menjadi sarana untuk mengembangkan potensi lokal.

Kelompok masyarakat seperti Dasawisma memiliki posisi strategis dalam proses pemberdayaan ekonomi perempuan. Dasawisma merupakan kelompok sosial yang memiliki kedekatan dengan kehidupan keluarga dan lingkungan masyarakat. Hubungan sosial yang terbentuk antaranggota dapat menjadi modal sosial untuk mengembangkan kegiatan ekonomi secara kolektif. Melalui kelompok, perempuan dapat saling berbagi pengetahuan, pengalaman, sumber informasi, serta peluang pemasaran. UN Women (2021) menekankan bahwa penguatan kapasitas dan partisipasi ekonomi perempuan perlu didukung oleh lingkungan sosial yang memungkinkan perempuan memperoleh akses terhadap pengetahuan, sumber daya, dan jaringan. Dengan demikian, pendekatan kelompok dapat memperkuat keberlanjutan program pemberdayaan dibandingkan pendekatan yang hanya berorientasi pada individu.

Dasawisma Teratai di Samarinda Seberang memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai ruang pemberdayaan ekonomi perempuan melalui penguatan keterampilan kewirausahaan berbasis rumahan. Potensi tersebut dapat dikembangkan dengan mengidentifikasi keterampilan dan sumber daya yang telah dimiliki anggota, kemudian menghubungkannya dengan peluang pasar di lingkungan sekitar. Pelatihan dapat diarahkan pada proses menemukan ide usaha, memilih produk yang sesuai, menentukan konsumen sasaran, menyusun perhitungan biaya sederhana, mengembangkan kemasan, membangun

identitas produk, serta memanfaatkan media digital. Pendekatan tersebut diharapkan dapat mengubah pengetahuan dan keterampilan yang sebelumnya bersifat individual menjadi potensi ekonomi yang lebih terorganisasi.

Pentingnya pemberdayaan ekonomi perempuan juga berkaitan dengan pembangunan ekonomi yang inklusif. Ketika perempuan memperoleh kesempatan untuk mengembangkan usaha, dampaknya tidak hanya berupa peningkatan pendapatan individu, tetapi juga dapat memberikan kontribusi terhadap ekonomi keluarga. Pendapatan tambahan dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga, pendidikan, kesehatan, maupun pengembangan modal usaha. OECD (2023) menekankan bahwa penguatan kewirausahaan dan produktivitas usaha kecil membutuhkan ekosistem pendukung yang mencakup keterampilan, akses pasar, inovasi, pembiayaan, dan jaringan. Dalam konteks kelompok perempuan, ekosistem tersebut dapat dibangun secara bertahap melalui kolaborasi antara masyarakat, perguruan tinggi, pemerintah, dan berbagai pemangku kepentingan lainnya.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat “Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Perempuan: Pelatihan Rintisan Usaha Mandiri Berbasis Rumahan Bersama Dasawisma Teratai Samarinda Seberang” hadir sebagai salah satu bentuk intervensi untuk menjawab kebutuhan tersebut. Kegiatan ini diarahkan untuk meningkatkan kapasitas perempuan dalam mengenali peluang usaha dan mengembangkan gagasan bisnis yang dapat dijalankan dari rumah. Pelatihan tidak hanya menekankan aspek produksi, tetapi juga mencakup dasar-dasar kewirausahaan, inovasi produk, pengemasan, branding, pengelolaan keuangan, dan pemasaran digital. Pendekatan tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai proses membangun usaha dari tahap awal.

Pelaksanaan kegiatan juga menempatkan peserta sebagai subjek utama pemberdayaan. Peserta tidak hanya menerima materi secara satu arah, tetapi dilibatkan dalam diskusi, identifikasi potensi, praktik penyusunan ide usaha, dan simulasi pengelolaan usaha sederhana. Pendekatan partisipatif memungkinkan materi disesuaikan dengan kebutuhan dan pengalaman peserta. World Bank (2023) menekankan bahwa pengembangan keterampilan akan lebih efektif apabila dikaitkan dengan kebutuhan nyata dan peluang ekonomi yang tersedia di lingkungan masyarakat. Oleh karena itu, kegiatan pelatihan diarahkan

agar peserta memperoleh pengetahuan yang dapat langsung diterapkan dalam aktivitas usaha. Tujuan utama kegiatan ini adalah meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kesiapan perempuan anggota Dasawisma Teratai Samarinda Seberang dalam merintis usaha mandiri berbasis rumahan melalui pemanfaatan potensi ekonomi kreatif, inovasi produk, pengelolaan usaha, literasi keuangan, dan pemasaran digital. Selain itu, kegiatan ini diharapkan dapat membangun kepercayaan diri peserta untuk memulai usaha dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia. Peningkatan kapasitas tersebut diharapkan menjadi langkah awal menuju terbentuknya kegiatan ekonomi produktif yang lebih berkelanjutan.

Dengan demikian, pemberdayaan ekonomi kreatif perempuan melalui pelatihan rintisan usaha mandiri berbasis rumahan memiliki relevansi yang kuat dalam konteks pembangunan ekonomi masyarakat. Penggabungan antara kreativitas, keterampilan kewirausahaan, literasi keuangan, pemanfaatan teknologi digital, dan dukungan kelompok dapat menjadi fondasi bagi pengembangan usaha mikro perempuan. Melalui kegiatan bersama Dasawisma Teratai Samarinda Seberang, diharapkan terbentuk peningkatan kapasitas yang tidak hanya menghasilkan pengetahuan baru, tetapi juga mendorong munculnya gagasan usaha, keberanian memulai usaha, dan kemampuan mengembangkan usaha secara bertahap. Pada akhirnya, kegiatan ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap penguatan kemandirian ekonomi perempuan, ketahanan ekonomi keluarga, serta terbentuknya ekosistem kewirausahaan berbasis masyarakat yang inklusif dan berkelanjutan.

BAHAN DAN METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Perempuan: Pelatihan Rintisan Usaha Mandiri Berbasis Rumahan Bersama Dasawisma Teratai Samarinda Seberang” menggunakan pendekatan partisipatif dan berbasis pemberdayaan masyarakat. Pendekatan ini menempatkan peserta sebagai subjek utama kegiatan sehingga proses pelatihan tidak hanya berorientasi pada penyampaian materi, tetapi juga melibatkan peserta dalam mengidentifikasi potensi, permasalahan, kebutuhan, serta peluang usaha yang dapat dikembangkan dari lingkungan rumah

tangga. Pendekatan partisipatif dinilai relevan dalam kegiatan pemberdayaan karena dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat dan mendorong keberlanjutan hasil program (UNDP, 2021; World Bank, 2023).

Bahan yang digunakan dalam kegiatan meliputi materi kewirausahaan dasar, modul pengembangan usaha rumahan, materi ekonomi kreatif, lembar identifikasi peluang usaha, materi pengemasan dan branding, literasi keuangan sederhana, serta materi pemasaran digital. Selain bahan pembelajaran, digunakan pula perangkat pendukung berupa laptop, LCD/proyektor, telepon pintar, contoh produk, media sosial, dan aplikasi digital yang dapat dimanfaatkan peserta untuk praktik pemasaran. Materi disusun secara sederhana dan aplikatif agar dapat disesuaikan dengan tingkat pemahaman serta kebutuhan anggota Dasawisma Teratai. Pemanfaatan media digital dalam pelatihan juga diarahkan untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam memanfaatkan teknologi sebagai sarana promosi dan pengembangan pasar, sejalan dengan pentingnya transformasi digital bagi UMKM (Bank Indonesia, 2023; Kementerian Koperasi dan UKM, 2023).

Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui empat tahapan utama, yaitu identifikasi kebutuhan, pelatihan, praktik, dan evaluasi. Tahap pertama berupa identifikasi kebutuhan dilakukan melalui observasi dan diskusi awal dengan anggota Dasawisma untuk mengetahui keterampilan yang telah dimiliki, pengalaman usaha, potensi produk, hambatan usaha, serta kebutuhan peserta. Tahap kedua adalah pelaksanaan pelatihan yang mencakup pengenalan konsep ekonomi kreatif dan kewirausahaan, identifikasi peluang usaha berbasis rumah tangga, pengembangan ide produk, penentuan target konsumen, penghitungan biaya dan harga jual, pengemasan, branding, serta strategi pemasaran digital. Penguatan literasi keuangan diberikan agar peserta mampu memahami pemisahan keuangan rumah tangga dan usaha, pencatatan pemasukan dan pengeluaran, serta perhitungan keuntungan secara sederhana (OJK, 2022).

Tahap ketiga dilakukan melalui praktik dan simulasi rintisan usaha. Peserta diarahkan untuk menyusun gagasan usaha berdasarkan potensi dan sumber daya yang tersedia, membuat rancangan produk, menentukan nama atau identitas usaha, menyusun harga jual, serta membuat strategi promosi sederhana melalui media digital. Peserta juga

diberikan kesempatan untuk berdiskusi dan memperoleh umpan balik terhadap rancangan usaha yang telah dibuat. Model praktik dipilih karena pengembangan keterampilan kewirausahaan akan lebih efektif apabila peserta memperoleh pengalaman langsung dan dapat menghubungkan materi dengan kondisi usaha yang nyata (ILO, 2022; OECD, 2023).

Tahap terakhir adalah evaluasi kegiatan yang dilakukan melalui observasi partisipasi peserta, diskusi, tanya jawab, serta perbandingan pemahaman sebelum dan sesudah pelatihan. Evaluasi diarahkan untuk mengetahui peningkatan pengetahuan peserta mengenai kewirausahaan, kemampuan mengidentifikasi peluang usaha, pemahaman pengelolaan keuangan, kemampuan mengembangkan produk dan kemasan, serta kesiapan memanfaatkan media digital untuk pemasaran. Keberhasilan kegiatan juga dilihat dari kemampuan peserta menghasilkan rancangan awal usaha yang dapat dikembangkan secara mandiri setelah kegiatan selesai. Pendekatan evaluasi tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai perubahan kapasitas peserta sekaligus menjadi dasar untuk kegiatan pendampingan lanjutan (UN Women, 2021; UNESCO, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan Kapasitas Perempuan dalam Mengidentifikasi Peluang dan Merintis Usaha Mandiri

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat bersama anggota Dasawisma Teratai Samarinda Seberang menunjukkan bahwa pemberdayaan ekonomi perempuan perlu diawali dengan penguatan kemampuan dalam mengenali potensi diri dan lingkungan sebagai sumber peluang usaha. Kegiatan pelatihan memberikan ruang kepada peserta untuk mengidentifikasi keterampilan, pengalaman, sumber daya rumah tangga, serta kebutuhan konsumen yang dapat dikembangkan menjadi gagasan usaha. Pada tahap awal, peserta diarahkan untuk memahami bahwa usaha mandiri tidak selalu harus dimulai dengan modal besar, tempat usaha khusus, maupun teknologi yang kompleks. Usaha dapat dirintis dari keterampilan yang telah dimiliki dan dikembangkan secara bertahap sesuai dengan kemampuan serta kondisi pasar.

Proses identifikasi peluang dilakukan melalui diskusi dan praktik sederhana. Peserta diminta menginventarisasi keterampilan yang dimiliki, bahan baku yang mudah diperoleh, produk yang telah dikenal masyarakat sekitar, serta jenis kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi secara optimal. Pendekatan tersebut menghasilkan pemahaman bahwa lingkungan rumah tangga dapat menjadi sumber ide usaha. Kegiatan ekonomi yang sebelumnya dilakukan untuk kebutuhan keluarga, seperti pengolahan makanan, pembuatan produk kerajinan, atau keterampilan tertentu, dapat dikembangkan menjadi produk yang memiliki nilai jual apabila dikombinasikan dengan inovasi, pengemasan, dan strategi pemasaran yang tepat.

Hasil kegiatan juga menunjukkan adanya perubahan cara pandang peserta terhadap konsep kewirausahaan. Sebelum pelatihan, sebagian peserta cenderung memahami usaha sebagai kegiatan yang membutuhkan modal relatif besar dan harus dilakukan secara penuh waktu. Setelah memperoleh materi dan praktik, peserta mulai memahami bahwa usaha rumahan dapat dirintis dalam skala kecil dengan memperhatikan kemampuan produksi dan kebutuhan pasar. Perubahan pemahaman ini menjadi salah satu indikator penting dalam proses pemberdayaan karena keberanian untuk memulai usaha merupakan bagian dari modal kewirausahaan. World Bank (2023) menjelaskan bahwa penguatan keterampilan ekonomi perempuan perlu diarahkan pada peningkatan akses terhadap peluang dan kemampuan untuk mengambil keputusan ekonomi secara mandiri.

Pelatihan juga memperkenalkan konsep sederhana mengenai identifikasi konsumen sasaran. Peserta diarahkan untuk tidak hanya memikirkan produk apa yang dapat dibuat, tetapi juga siapa yang akan membeli produk tersebut, kebutuhan apa yang ingin dipenuhi, berapa kisaran harga yang dapat diterima, serta bagaimana produk dapat dibedakan dari produk lain. Pendekatan ini membantu peserta memahami bahwa keberhasilan usaha tidak hanya bergantung pada kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga pada kemampuan memahami pasar. OECD (2023) menekankan bahwa pengembangan usaha kecil membutuhkan kemampuan adaptasi terhadap kebutuhan pasar, inovasi, dan penguatan keterampilan manajerial.

Dalam praktiknya, peserta mulai mampu mengembangkan beberapa gagasan usaha yang dapat dijalankan dari rumah. Gagasan tersebut diarahkan pada usaha dengan karakteristik modal relatif

terjangkau, proses produksi yang fleksibel, serta pasar yang dapat dijangkau melalui lingkungan sekitar dan media digital. Peserta juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya melakukan uji pasar dalam skala kecil sebelum memperbesar produksi. Prinsip ini membantu mengurangi risiko kerugian karena peserta dapat mengetahui respons konsumen terlebih dahulu sebelum melakukan investasi yang lebih besar.

Penguatan kapasitas tersebut menunjukkan bahwa pemberdayaan ekonomi perempuan bukan sekadar memberikan keterampilan teknis, tetapi juga membangun pola pikir kewirausahaan. Perempuan perlu didorong untuk mampu melihat permasalahan sebagai peluang, mengembangkan kreativitas menjadi produk, dan mengambil keputusan berdasarkan pertimbangan pasar. UNCTAD (2022) menempatkan kreativitas sebagai salah satu sumber penting dalam penciptaan nilai ekonomi dan pengembangan ekonomi kreatif. Dalam konteks Dasawisma Teratai, kreativitas tersebut dapat dikembangkan berdasarkan pengalaman, keterampilan, dan potensi lokal yang dimiliki anggota.



Gambar 1. Dukomentasi Kegiatan

Hasil kegiatan pada aspek ini menunjukkan bahwa pelatihan mampu menciptakan proses pembelajaran yang lebih aplikatif. Peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan mengenai konsep usaha, tetapi juga diarahkan untuk menyusun gagasan usaha yang sesuai dengan kondisi mereka. Hal tersebut menjadi dasar penting untuk membangun

kemandirian ekonomi karena peserta memiliki pemahaman awal mengenai bagaimana mengubah keterampilan rumah tangga menjadi kegiatan ekonomi produktif.

Penguatan Keterampilan Pengembangan Produk, Pengelolaan Keuangan, Branding, dan Pemasaran Digital

Hasil kegiatan selanjutnya menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya pengembangan produk sebagai bagian dari strategi meningkatkan daya saing usaha. Dalam lingkungan usaha mikro, produk yang dihasilkan tidak cukup hanya memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi perlu memiliki kualitas, tampilan, identitas, dan nilai tambah yang membedakannya dari produk pesaing. Oleh karena itu, pelatihan memberikan materi mengenai inovasi produk, pengemasan, penentuan nama usaha, branding, serta cara menyampaikan keunggulan produk kepada konsumen.

Pada sesi pengembangan produk, peserta diarahkan untuk memahami konsep nilai tambah. Produk yang sebelumnya sederhana dapat dikembangkan melalui variasi rasa, ukuran, bentuk, desain, kemasan, atau layanan. Peserta juga didorong untuk memperhatikan kualitas dan konsistensi produk. Dalam ekonomi kreatif, inovasi dapat muncul melalui proses sederhana yang menggabungkan kreativitas dengan kebutuhan konsumen. UNESCO (2022) menjelaskan bahwa kreativitas memiliki peran penting dalam membangun nilai ekonomi dan memperkuat keberlanjutan industri kreatif. Oleh karena itu, pengembangan produk dalam kegiatan ini diarahkan agar peserta tidak hanya berorientasi pada produksi, tetapi juga pada bagaimana menciptakan produk yang memiliki daya tarik dan identitas.

Kemasan menjadi salah satu aspek yang mendapat perhatian karena merupakan bagian pertama yang dilihat konsumen sebelum menilai produk secara lebih mendalam. Peserta diberikan pemahaman bahwa kemasan dapat berfungsi sebagai pelindung sekaligus media komunikasi. Informasi seperti nama produk, komposisi, berat, kontak penjual, dan informasi lain yang relevan dapat membantu membangun kepercayaan konsumen. Penguatan aspek kemasan juga menjadi penting ketika produk dipasarkan melalui media digital karena foto kemasan menjadi bagian dari tampilan produk di hadapan konsumen.

Selain pengembangan produk, peserta memperoleh penguatan mengenai pengelolaan keuangan usaha. Materi diberikan dalam bentuk

sederhana agar mudah diterapkan oleh pelaku usaha rumahan. Peserta diperkenalkan pada pencatatan pemasukan dan pengeluaran, penghitungan biaya produksi, penentuan harga jual, serta penghitungan keuntungan. Otoritas Jasa Keuangan (2022) menekankan bahwa literasi keuangan merupakan bagian penting dari kemampuan masyarakat dalam mengelola sumber daya ekonomi secara tepat. Dalam konteks usaha rumahan, pencatatan sederhana dapat membantu peserta mengetahui apakah kegiatan usaha benar-benar menghasilkan keuntungan atau hanya menghasilkan perputaran uang. Salah satu aspek penting yang ditekankan adalah pemisahan keuangan usaha dan keuangan rumah tangga. Kebiasaan menggunakan uang usaha untuk kebutuhan keluarga atau sebaliknya dapat menyebabkan pelaku usaha kesulitan mengetahui kondisi bisnis secara objektif. Melalui latihan sederhana, peserta diarahkan untuk mencatat modal awal, biaya bahan baku, biaya operasional, hasil penjualan, dan keuntungan. Materi tersebut memberikan dasar bagi peserta untuk mengambil keputusan usaha berdasarkan kondisi keuangan yang lebih terukur.

Penguatan kemampuan branding juga menunjukkan relevansi yang besar dalam konteks usaha kreatif perempuan. Merek tidak hanya berfungsi sebagai nama produk, tetapi menjadi identitas yang membedakan produk dari pesaing. Peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya memilih nama yang mudah diingat, menciptakan tampilan visual yang konsisten, dan menyampaikan keunggulan produk dengan bahasa sederhana. Strategi tersebut diharapkan dapat membantu produk usaha rumahan memiliki identitas yang lebih profesional. Selanjutnya, pemasaran digital menjadi salah satu bagian penting dalam kegiatan pelatihan. Peserta diperkenalkan dengan penggunaan media sosial dan aplikasi digital sebagai sarana promosi. Pemasaran melalui media digital memberikan peluang bagi usaha rumahan untuk menjangkau konsumen tanpa harus memiliki toko fisik. Bank Indonesia (2023) menegaskan bahwa digitalisasi UMKM dapat membantu memperluas akses pasar dan meningkatkan efisiensi kegiatan usaha. Bagi perempuan yang menjalankan usaha dari rumah, fleksibilitas pemasaran digital menjadi keuntungan tersendiri karena aktivitas promosi dapat dilakukan menyesuaikan waktu yang tersedia.

Dalam sesi praktik, peserta diarahkan untuk memahami unsur dasar konten pemasaran, seperti foto produk, nama produk, deskripsi, harga, kontak pemesanan, dan informasi mengenai keunggulan produk.

Peserta juga didorong untuk menggunakan media sosial secara konsisten dan membangun komunikasi dengan calon konsumen. Penggunaan teknologi dalam kegiatan ini tidak diarahkan pada strategi digital yang kompleks, melainkan pada keterampilan dasar yang dapat langsung diterapkan. ILO (2022) menekankan bahwa peningkatan keterampilan digital dapat membuka peluang ekonomi baru bagi perempuan, terutama dalam lingkungan usaha yang semakin terdigitalisasi.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan praktik lebih mudah diterima peserta dibandingkan penyampaian materi secara teoritis semata. Peserta dapat langsung menghubungkan materi dengan kondisi usaha yang mungkin mereka jalankan. Pemahaman mengenai produk, harga, kemasan, dan pemasaran menjadi lebih konkret ketika diterapkan melalui simulasi. Hal tersebut memperlihatkan bahwa pelatihan kewirausahaan perlu dirancang dengan mempertimbangkan karakteristik peserta dan menggunakan metode pembelajaran yang sederhana serta aplikatif. Secara keseluruhan, penguatan keterampilan pada aspek produk, keuangan, branding, dan pemasaran digital memberikan fondasi yang lebih lengkap bagi peserta untuk merintis usaha. Keempat aspek tersebut saling berkaitan. Produk yang baik membutuhkan kemasan dan identitas yang kuat; kemasan yang menarik membutuhkan strategi branding; pemasaran membutuhkan konten yang mampu menyampaikan nilai produk; sementara seluruh aktivitas tersebut membutuhkan pengelolaan keuangan agar usaha dapat berkembang secara berkelanjutan.

Penguatan Kemandirian Ekonomi dan Potensi Keberlanjutan Usaha Berbasis Kelompok

Hasil kegiatan tidak hanya terlihat pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan individual, tetapi juga pada tumbuhnya kesadaran mengenai pentingnya kolaborasi antaranggota Dasawisma Teratai. Pendekatan kelompok memberikan ruang bagi peserta untuk saling berbagi pengalaman, mendiskusikan ide usaha, dan memberikan masukan terhadap produk yang dikembangkan. Interaksi tersebut menjadi modal sosial yang dapat mendukung keberlanjutan kegiatan ekonomi setelah pelatihan berakhir. Kegiatan kelompok memungkinkan perempuan melihat bahwa usaha tidak harus dikembangkan secara individual. Anggota dapat melakukan pembagian peran sesuai dengan keterampilan masing-masing. Sebagian anggota dapat fokus pada

produksi, sementara anggota lain dapat membantu pengemasan, pemasaran, pencatatan keuangan, atau hubungan dengan konsumen. Pembagian peran tersebut berpotensi meningkatkan efisiensi sekaligus memperkuat rasa memiliki terhadap kegiatan ekonomi kelompok. OECD (2023) menekankan bahwa jaringan dan kolaborasi merupakan salah satu unsur penting dalam memperkuat kapasitas usaha kecil.

Penguatan kemandirian ekonomi juga berkaitan dengan peningkatan kepercayaan diri peserta. Melalui pelatihan dan praktik, peserta memperoleh pengalaman bahwa keterampilan yang dimiliki dapat dikembangkan menjadi sesuatu yang memiliki nilai ekonomi. Kepercayaan diri menjadi faktor penting karena keputusan untuk memulai usaha sering kali dipengaruhi oleh persepsi terhadap kemampuan diri. UN Women (2021) menekankan pentingnya penguatan kapasitas dan kesempatan ekonomi perempuan sebagai bagian dari pembangunan yang inklusif. Dengan meningkatnya kapasitas, perempuan memiliki peluang lebih besar untuk terlibat dalam pengambilan keputusan ekonomi. Dalam konteks keluarga, pengembangan usaha rumahan juga memiliki potensi memberikan kontribusi terhadap ketahanan ekonomi. Usaha yang dijalankan dari rumah memungkinkan perempuan memperoleh sumber pendapatan tambahan tanpa harus sepenuhnya meninggalkan aktivitas domestik. Namun demikian, usaha rumahan tetap membutuhkan pengelolaan waktu yang baik agar aktivitas ekonomi tidak menimbulkan beban tambahan yang berlebihan. Karena itu, peserta diarahkan untuk memilih jenis usaha yang sesuai dengan kapasitas waktu, tenaga, modal, dan sumber daya yang tersedia.

Keberlanjutan usaha menjadi salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan setelah pelaksanaan pelatihan. Pelatihan pada dasarnya merupakan tahap awal dalam proses pemberdayaan. Pengetahuan yang diperoleh perlu diterapkan dan dikembangkan melalui praktik berulang, evaluasi, dan pendampingan. Oleh karena itu, peserta didorong untuk memulai usaha dalam skala kecil, melakukan evaluasi terhadap respons konsumen, memperbaiki produk, serta mengembangkan pemasaran secara bertahap. Pendekatan tersebut dapat mengurangi risiko dan memberikan kesempatan kepada peserta untuk belajar dari pengalaman nyata.

Potensi keberlanjutan juga dapat diperkuat melalui pembentukan jaringan pemasaran di antara anggota Dasawisma. Kelompok dapat

menjadi ruang untuk saling mempromosikan produk, melakukan pembelian bersama, atau mengembangkan kegiatan pemasaran kolektif. Produk anggota dapat diperkenalkan melalui kegiatan komunitas, media sosial kelompok, maupun jaringan masyarakat sekitar. Strategi tersebut dapat memperluas pasar sekaligus mengurangi ketergantungan pada pemasaran individual. Dari perspektif ekonomi kreatif, kolaborasi kelompok juga membuka peluang untuk menciptakan produk yang lebih inovatif. Anggota dapat menggabungkan keterampilan yang berbeda untuk menghasilkan produk baru atau paket produk. Kreativitas kolektif dapat menjadi sumber inovasi karena ide tidak hanya berasal dari satu individu. UNCTAD (2022) menekankan bahwa ekonomi kreatif memiliki hubungan erat dengan inovasi, kreativitas, dan penciptaan nilai. Oleh karena itu, pengembangan usaha melalui kelompok Dasawisma dapat diarahkan pada penciptaan ekosistem kreatif di tingkat masyarakat.

Hasil kegiatan juga memperlihatkan pentingnya pendampingan berkelanjutan. Setelah peserta memperoleh pengetahuan dasar, diperlukan proses monitoring untuk mengetahui sejauh mana gagasan usaha benar-benar diterapkan. Pendampingan dapat diarahkan pada pengembangan produk, evaluasi harga, perbaikan kemasan, strategi pemasaran digital, serta pencatatan keuangan. Dengan demikian, kegiatan pengabdian tidak berhenti pada pelaksanaan pelatihan, tetapi dapat dilanjutkan menjadi proses penguatan kapasitas yang berkelanjutan. Jika dikaitkan dengan pembangunan ekonomi lokal, usaha rumahan perempuan dapat memberikan kontribusi melalui penciptaan aktivitas ekonomi baru di tingkat komunitas. Meskipun skala awal usaha relatif kecil, akumulasi dari berbagai usaha mikro dapat menciptakan aktivitas produksi, distribusi, dan konsumsi yang lebih dinamis. World Bank (2023) menunjukkan bahwa peningkatan partisipasi perempuan dalam kegiatan ekonomi dapat menjadi bagian dari strategi pembangunan ekonomi yang lebih inklusif. Oleh karena itu, pemberdayaan perempuan melalui usaha mandiri perlu dipandang sebagai investasi sosial dan ekonomi jangka panjang.

Secara keseluruhan, kegiatan pemberdayaan bersama Dasawisma Teratai Samarinda Seberang menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan yang menggabungkan kewirausahaan, ekonomi kreatif, pengembangan produk, literasi keuangan, branding, dan pemasaran digital memiliki relevansi dalam meningkatkan kesiapan perempuan untuk merintis usaha berbasis rumahan. Perubahan yang diharapkan tidak hanya

berupa peningkatan pengetahuan, tetapi juga munculnya keberanian untuk memulai usaha, kemampuan mengidentifikasi peluang, serta kesadaran mengenai pentingnya pengelolaan usaha secara profesional. Ketiga aspek hasil tersebut saling berhubungan. Peningkatan kemampuan mengidentifikasi peluang menjadi dasar untuk menentukan jenis usaha; kemampuan mengembangkan produk, mengelola keuangan, melakukan branding, dan memasarkan produk menjadi instrumen untuk menjalankan usaha; sedangkan kolaborasi kelompok dan pendampingan menjadi faktor yang dapat mendukung keberlanjutan usaha. Dengan demikian, model pemberdayaan yang diterapkan memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai pendekatan pemberdayaan ekonomi perempuan berbasis komunitas.

Kegiatan ini juga memperlihatkan bahwa pemberdayaan ekonomi tidak dapat dilakukan hanya dengan memberikan modal atau keterampilan produksi. Kapasitas manusia menjadi fondasi utama agar sumber daya yang dimiliki dapat digunakan secara produktif. Perempuan perlu memiliki kemampuan untuk merencanakan, mengambil keputusan, berinovasi, mengelola risiko, memanfaatkan teknologi, dan membangun jaringan. Pendekatan tersebut sejalan dengan paradigma pembangunan masyarakat yang menempatkan peningkatan kapasitas sebagai bagian penting dari proses pemberdayaan (UNDP, 2021).

Dengan demikian, pelatihan rintisan usaha mandiri berbasis rumahan bersama Dasawisma Teratai Samarinda Seberang dapat dipandang sebagai langkah awal dalam membangun ekosistem ekonomi kreatif perempuan di tingkat komunitas. Program ini memberikan fondasi pengetahuan dan keterampilan yang dapat dikembangkan melalui kegiatan pendampingan lanjutan. Keberlanjutan program akan sangat ditentukan oleh konsistensi peserta dalam menerapkan pengetahuan, kemampuan kelompok membangun kerja sama, akses terhadap pasar, serta dukungan berbagai pemangku kepentingan. Apabila faktor-faktor tersebut dapat diperkuat, maka usaha rumahan perempuan berpotensi berkembang dari aktivitas ekonomi tambahan menjadi sumber pendapatan yang lebih produktif dan berkelanjutan.

SIMPULAN

Kegiatan Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Perempuan bersama Dasawisma Teratai Samarinda Seberang berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam merintis usaha berbasis rumahan. Pelatihan memberikan pengetahuan mengenai identifikasi peluang usaha, pengembangan produk, pengelolaan keuangan, branding, dan pemasaran digital. Kegiatan ini juga mendorong kepercayaan diri, kreativitas, dan kemandirian ekonomi perempuan serta memperkuat potensi kolaborasi antaranggota Dasawisma. Keberlanjutan program perlu didukung melalui pendampingan, penguatan pemasaran digital, peningkatan kualitas produk, dan perluasan akses pasar agar usaha yang dirintis dapat berkembang secara berkelanjutan.

Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT atas selesainya artikel ilmiah program PKM ini. Terimakasih juga kepada para pihak yang berkontribusi pada pengabdian ini.

REFERENSI

- Alhajri, A. (2023). Female digital entrepreneurship: A structured literature review. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 30(2–3), 369–397. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-09-2022-0790>
- Alfarizi, M., Hanum, R. K., Firmansyah, A. A., & Wusqo, U. (2023). Digital banking dalam akselerasi pemberdayaan ekonomi womenpreneur Indonesia: Eksplorasi sosial-ekonomi dan peran LPS berbasis PLS-SEM. *Jurnal Magister Ekonomi Syariah*. <https://doi.org/10.14421/jmes.2023.022-01>
- Andriamahery, A., & Qamruzzaman, M. (2022). Do access to finance, technical know-how, and financial literacy offer women empowerment through women's entrepreneurial development? *Frontiers in Psychology*, 12, 776844. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.776844>

- Anjaningrum, W. D., & Moko, W. (2023). Can holistic empowerment and digital platform arouse creative economy innovation? *Asia Pacific Management and Business Application*, 12(1), 1–16. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2023.012.01.1>
- Babović, D., & Kočović De Santo, M. (2023). Female entrepreneurship in the creative economy. *Journal of Women's Entrepreneurship and Education*, 109–127. <https://doi.org/10.28934/jwee23.pp109-127>
- Christina, C., Christian, T. F., Utami, C. W., & Kristanti, L. (2022). Does gender and academic year affect the performance of entrepreneurship education? *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 16(2). <https://doi.org/10.24843/MATRIK:JMBK.2022.v16.i02.p02>
- Ditta-Apichai, M., Gretzel, U., & Kattiyapornpong, U. (2023). Platform empowerment: Facebook's role in facilitating female micro-entrepreneurship in tourism. *Tourism Management Perspectives*, 48, 101163. <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2215479>
- Hammad, R. (2023). The role of digital platforms in women's entrepreneurial opportunity process: Does online social capital matter? *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2023, 5357335. <https://doi.org/10.1155/2023/5357335>
- Indriastuti, M., & Kartika, I. (2022). The impact of digitalization on MSMEs' financial performance: The mediating role of dynamic capability. *Jurnal Economia*, 18(2), 240–255. <https://doi.org/10.21831/economia.v18i2.42790>
- Irayanti, M., & Lord, L. (2024). Operating a business with local wisdom: A grounded research of women in the creative industry. *Cogent Business & Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2392047>
- Kang, H. Y. (2022). Technological engagement of women entrepreneurs on online digital platforms: Evidence from the Apple iOS App Store. *Technovation*, 114, 102522. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2022.102522>
- Kurniasari, F., & Lestari, E. D. (2024). Development of financial literacy and fintech adoption on women SMEs business performance in Indonesia. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, 3(13), 30–39. <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2024.312613>
- Maritz, A., Li, A., Utami, W., & Sumaji, Y. (2022). The emergence of entrepreneurship education programs in Indonesian higher education

- institutions. *Entrepreneurship Education*, 5, 289–317. <https://doi.org/10.1007/s41959-022-00080-0>
- Ogundana, O. M., Simbaa, A., Dana, L.-P., & Liguori, E. (2021). Women entrepreneurship in developing economies: A gender-based growth model. *Journal of Small Business Management*, 59(S1), S42–S72. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1938098>
- Olsson, A. K. (2021). Keeping up the pace of digitalization in small businesses—Women entrepreneurs' knowledge and use of social media. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(2), 378–396. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-10-2019-0615>
- Padi, A., Dzisi, S., & Eshun, J. F. (2022). Entrepreneurship education in TVET institutions and entrepreneurial intentions of female students in Ghana: The social support factor. *Cogent Business & Management*, 9(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2137954>
- Papadimitriou, A., Mylonas, N., & Frangaklis, C. (2024). Investigating women entrepreneurs in creative industries: Critical determinants for venture performance. *Creative Industries Journal*, 17(1), 3–27. <https://doi.org/10.1080/17510694.2022.2077575>
- Pimpa, N. (2021). Overcoming gender gaps in entrepreneurship education and training. *Frontiers in Education*, 6, 774876. <https://doi.org/10.3389/feduc.2021.774876>
- Rosepti, P., & Niasari, C. (2022). Female entrepreneurship in leading digitalization as a marketing strategy for prosperous MSMEs and women's empowerment: A case study of Latifa Indonesia. *Muslim Business and Economics Review*, 1(2). <https://doi.org/10.56529/mber.v1i2.72>
- Suseno, Y., & Abbott, L. (2021). Women entrepreneurs' digital social innovation: Linking gender, entrepreneurship, social innovation and information systems. *Information Systems Journal*, 31(5), 717–744. <https://doi.org/10.1111/isj.12327>
- Tan, J. D., & Yew, J. L. K. (2023). Women entrepreneurship: Mumpreneurs cruising the COVID-19 pandemic in Indonesia. *Business and Society Review*, 128(1), 133–168. <https://doi.org/10.1111/basr.12302>
- Tanoto, S. R., & Tahalele, N. P. L. P. (2024). Assessing the influence of information technology on female entrepreneur empowerment in Indonesia: The role of social and psychological capitals. *Indonesian*

Journal of Business and Entrepreneurship, 10(3), 581.
<https://doi.org/10.17358/ijbe.10.3.581>

Usmayanti, V., & Pangestu, M. G. (2022). MSMEs digital marketing and entrepreneurship's factor of performance: Jambi (Indonesia) perspective. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 10(2), 155–166. <https://doi.org/10.26740/jepk.v10n2.p155-166>

Syahnur, K. N. F., Syarif, R., & Arianti. (2024). The effect of digital financial literacy and digital financial inclusion on women's entrepreneurship empowerment. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(1). <https://doi.org/10.33096/jmb.v11i1.662>