

## PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DAN PENGEMBANGAN PRODUK KREATIF BAGI IBU RUMAH TANGGA

### ENTREPRENEURSHIP TRAINING AND CREATIVE PRODUCT DEVELOPMENT FOR HOUSEWIVES

Ririn Novianti

Universitas Al-Qolam Malang

\*ririn@alqolam.ac.id

*\*Corresponding Author*

#### ABSTRAK

Pemberdayaan ibu rumah tangga milenial melalui pelatihan kewirausahaan merupakan langkah strategis dalam mengurangi kesenjangan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan keluarga. Di Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang, mayoritas ibu rumah tangga belum memiliki akses yang memadai terhadap literasi bisnis dan teknologi digital, sehingga potensi ekonomi lokal belum tergarap optimal. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan dan keterampilan pengembangan produk kreatif ibu rumah tangga melalui pelatihan terpadu dan partisipatif. Metode pelaksanaan meliputi pendekatan interaktif, praktik langsung, dan diskusi kelompok, dengan materi mencakup dasar-dasar bisnis, pengembangan produk, pengemasan, dan promosi digital. Sebanyak 72 peserta mengikuti pelatihan, dengan evaluasi berbasis pre-post test, observasi keterampilan, dan kepuasan peserta. Hasil menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan kewirausahaan, keterampilan produksi, dan kemampuan pemasaran digital. Selain itu, terbentuknya kelompok usaha kecil dan munculnya produk baru berbasis potensi lokal menjadi indikator dampak sosial yang kuat. Kesimpulan menunjukkan bahwa pelatihan aplikatif berbasis kebutuhan lokal efektif dalam membangun ekosistem wirausaha perempuan. Rekomendasi mencakup perlunya pendampingan lanjutan dan kolaborasi lintas sektor untuk menjaga keberlanjutan usaha yang telah dirintis.

**Kata Kunci:** pemberdayaan perempuan, kewirausahaan milenial, pelatihan produk kreatif, pemasaran digital, UMKM rumah tangga

#### ABSTRACT

*Empowering millennial housewives through entrepreneurship training is a strategic step to reduce economic disparities and improve household welfare. In Kedungkandang District, Malang City, most housewives lack adequate access to business literacy and digital technology, resulting in underutilized local economic potential. This program aims to enhance the entrepreneurial capacity and creative product development skills of housewives through an integrated and participatory training model. The implementation method includes interactive sessions, hands-on practice, and group discussions, with materials covering business fundamentals, product development, packaging, and digital marketing. A total of 72 participants attended the training, with evaluations based on pre- and post-tests, skill observation, and participant satisfaction surveys. The results indicate significant improvements in entrepreneurial knowledge, production skills, and digital marketing abilities. Additionally, the formation of small business groups and the emergence of new products based on local potential serve as strong indicators of social impact. The program concludes that practical, locally-relevant training is effective in fostering a women-led entrepreneurship ecosystem. Recommendations include the need for follow-up mentoring and cross-sector collaboration to ensure the sustainability of the initiated businesses.*

**Keywords:** *women empowerment, millennial entrepreneurship, creative product training, digital marketing, household MSMEs*

#### 1. PENDAHULUAN

Pemberdayaan ekonomi rumah tangga merupakan strategi penting dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga sekaligus mendukung pembangunan ekonomi nasional

yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, kewirausahaan berperan sebagai instrumen utama pemberdayaan, karena mampu mendorong kemandirian finansial, meningkatkan produktivitas, serta menciptakan peluang kerja di tingkat lokal. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa kewirausahaan tidak hanya memberikan kontribusi dalam hal nilai ekonomi, tetapi juga menumbuhkan budaya inovasi, mendorong keberanian mengambil risiko, dan memfasilitasi adaptasi terhadap perubahan pasar (Al-Radami & Al-Abed, 2021; Datta & Gailey, 2012). Sejalan dengan pandangan Kabeer (2016), kewirausahaan dipahami sebagai suatu proses untuk mengenali, merespons, dan memanfaatkan perubahan sebagai peluang yang bernilai.

Secara khusus, pemberdayaan ekonomi melalui kewirausahaan rumah tangga sangat penting bagi kelompok perempuan, terutama ibu rumah tangga, yang seringkali terjebak dalam peran domestik dengan akses terbatas terhadap sumber daya produktif. Memberikan akses kepada perempuan—khususnya ibu rumah tangga milenial—terhadap pendidikan kewirausahaan, teknologi, dan jaringan pemasaran terbukti berdampak signifikan terhadap kondisi keuangan keluarga. Studi menunjukkan bahwa peningkatan partisipasi ekonomi perempuan secara langsung berkontribusi terhadap pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) nasional (Hassan et al., 2022; Karki & Xheneti, 2018). Hal ini diperkuat oleh temuan Bank Dunia yang menyoroti dampak positif dari peningkatan aktivitas ekonomi perempuan terhadap berbagai indikator pembangunan ekonomi yang lebih luas. Namun demikian, masih terdapat kesenjangan yang signifikan dalam hal akses dan kapasitas antara wirausahawan perempuan dan laki-laki. Kondisi ini mengindikasikan perlunya perubahan sistemik untuk memastikan kesetaraan dalam akses terhadap sumber daya dan peluang ekonomi (Al-Kwifi et al., 2019; Oad et al., 2023).

Lebih jauh lagi, pemberdayaan perempuan melalui kewirausahaan tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga mendorong transformasi norma sosial. Kewirausahaan memungkinkan perempuan untuk memainkan peran aktif dalam komunitas mereka, melampaui batasan peran tradisional yang selama ini melekat. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa peningkatan peran perempuan dalam pengambilan keputusan ekonomi berkorelasi positif dengan aktivitas kewirausahaan, menegaskan pentingnya pelatihan vokasional sebagai sarana pemberdayaan ekonomi perempuan (Al-Radami & Al-Abed, 2021; Hassan et al., 2022). Dalam hal ini, kewirausahaan perempuan berfungsi sebagai katalisator perubahan sosial, memungkinkan mereka untuk menjalankan usaha yang selaras dengan nilai-nilai personal dan kebutuhan sosial (Datta & Gailey, 2012; Lee et al., 2024). Selain itu, integrasi pendidikan kewirausahaan menjadi sangat krusial dalam membekali perempuan dengan keterampilan dan kepercayaan diri yang dibutuhkan untuk berkembang dalam dunia usaha (Duval-Couetil, 2013).

Sebagai kesimpulan, penguatan ekonomi rumah tangga melalui kewirausahaan perempuan—khususnya bagi kalangan ibu rumah tangga—berpotensi besar dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga dan mendukung pembangunan nasional yang berkelanjutan. Untuk mewujudkan potensi ini secara optimal, diperlukan implementasi program pendidikan kewirausahaan dan perluasan akses terhadap jaringan pendukung. Hal ini menjadi langkah strategis untuk menjembatani kesenjangan sumber daya dan mendorong terciptanya ekosistem wirausaha perempuan yang inklusif dan berdaya saing.

Kecamatan Kedungkandang di Kota Malang merupakan salah satu wilayah urban—semi-rural yang mengalami pertumbuhan penduduk cukup signifikan dalam dua dekade terakhir. Berdasarkan data BPS Kota Malang (2023), wilayah ini didominasi oleh keluarga muda dengan struktur demografis yang menunjukkan mayoritas perempuan usia produktif berada dalam status sebagai ibu rumah tangga. Kelompok ini memiliki karakteristik unik sebagai generasi milenial yang relatif melek teknologi, namun belum sepenuhnya mampu memanfaatkan potensi digital untuk aktivitas produktif. Selain itu, kondisi sosial ekonomi di wilayah ini masih diwarnai oleh tantangan berupa keterbatasan akses lapangan kerja formal,

rendahnya literasi kewirausahaan, serta belum optimalnya pemanfaatan potensi lokal untuk kegiatan ekonomi.

Salah satu kendala utama yang dihadapi oleh ibu rumah tangga di Kedungkandang adalah rendahnya pemanfaatan keterampilan kreatif dan teknologi digital, seperti media sosial dan e-commerce, dalam kegiatan ekonomi rumahan. Padahal, berbagai studi telah menunjukkan bahwa digitalisasi memiliki peran signifikan dalam meningkatkan daya saing UMKM dan pelaku usaha mikro. Penelitian oleh Tambunan (2019) mengungkapkan bahwa digital marketing secara signifikan meningkatkan visibilitas produk dan memperluas pasar bagi usaha kecil, bahkan dengan modal terbatas. Sayangnya, banyak ibu rumah tangga di wilayah ini belum memiliki akses atau pengetahuan yang memadai tentang strategi branding, pengemasan produk, maupun promosi digital, yang dapat mengoptimalkan potensi usaha mereka.

Dalam konteks inilah, perguruan tinggi sebagai agen perubahan sosial memiliki peran strategis untuk menjembatani kesenjangan kapasitas masyarakat melalui kegiatan pengabdian. Peran ini tidak hanya mencakup transfer pengetahuan, tetapi juga melibatkan proses pemberdayaan partisipatif yang berbasis pada potensi lokal dan kebutuhan spesifik masyarakat sasaran. Melalui program pelatihan kewirausahaan dan pengembangan produk kreatif yang terintegrasi dengan teknologi digital, perguruan tinggi dapat menjadi katalisator dalam menciptakan ekosistem usaha rumah tangga yang produktif dan berkelanjutan. Kegiatan semacam ini sejalan dengan konsep triple helix yang menekankan kolaborasi antara akademisi, sektor privat, dan komunitas untuk mendorong inovasi sosial dan ekonomi di tingkat lokal. Dengan demikian, pelatihan kewirausahaan dan pengembangan produk kreatif bagi ibu rumah tangga milenial di Kecamatan Kedungkandang tidak hanya menjawab kebutuhan praktis masyarakat, tetapi juga merupakan wujud dari tanggung jawab sosial akademik dalam membangun masyarakat yang mandiri, inovatif, dan adaptif terhadap tantangan zaman. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model intervensi berkelanjutan yang mampu direplikasi di wilayah lain dengan kondisi sosial ekonomi serupa.

Potensi kewirausahaan di kalangan ibu rumah tangga milenial sangat besar; namun demikian, potensi ini masih terhambat oleh berbagai kendala budaya dan struktural. Salah satu hambatan utama adalah kurangnya pengetahuan dasar dan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola bisnis kreatif secara berkelanjutan. Banyak ibu rumah tangga yang memiliki aspirasi untuk berwirausaha, tetapi belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai proses-proses penting seperti perencanaan usaha, manajemen keuangan, pengembangan produk, serta strategi pemasaran. Kesenjangan literasi kewirausahaan ini sering kali menyebabkan usaha rumahan dikelola secara kurang optimal, bersifat musiman, atau bahkan berhenti beroperasi dalam waktu singkat. Kondisi ini menunjukkan pentingnya kerangka pendidikan dan sistem dukungan yang lebih kuat bagi calon wirausaha (Daniel et al., 2014; Cahayani, 2017).

Akses yang terbatas terhadap pelatihan teknis dan teknologi digital turut memperparah tantangan ini. Kemampuan untuk memanfaatkan platform digital—termasuk media sosial dan e-commerce—semakin krusial bagi keberhasilan bisnis, terutama dalam konteks pasar yang interaksinya kini banyak berlangsung secara daring (Costin, 2011; Vorley & Rodgers, 2012). Usaha berbasis rumah tangga, yang biasanya memiliki biaya operasional rendah, cenderung sulit berkembang apabila tidak mampu mengoptimalkan penggunaan alat digital tersebut (Reuschke & Domecka, 2018). Selain itu, terbatasnya akses terhadap program pelatihan formal dan pendampingan usaha menghambat kemampuan ibu rumah tangga dalam mewujudkan ide bisnis menjadi usaha yang berkelanjutan (Cahayani, 2017). Lebih jauh, faktor sosial budaya turut berperan besar dalam membentuk lanskap kewirausahaan perempuan, khususnya di kalangan ibu rumah tangga. Stereotip gender yang menggambarkan perempuan semata-mata sebagai pengasuh keluarga, bukan sebagai pelaku usaha, kerap menurunkan rasa percaya diri perempuan dan menghalangi mereka untuk mengejar peluang bisnis yang dapat memperkuat kemandirian ekonomi (Dewantara et al., 2024). Persepsi budaya semacam ini

tidak hanya membatasi ruang gerak perempuan dalam mengembangkan usaha, tetapi juga menimbulkan keraguan untuk terlibat dalam sektor-sektor yang secara tradisional didominasi oleh laki-laki, sehingga mempersempit akses terhadap pasar dan peluang pertumbuhan (Dewantara et al., 2024).

Untuk menjawab tantangan-tantangan tersebut, diperlukan program pelatihan yang komprehensif guna meningkatkan literasi kewirausahaan. Inisiatif edukatif ini hendaknya tidak hanya berfokus pada aspek teknis dalam memulai dan mengelola usaha, tetapi juga pada pemberdayaan perempuan agar mampu menembus hambatan sosial budaya dan merangkul peran mereka sebagai wirausaha. Dengan menciptakan lingkungan yang menyediakan akses terhadap pengetahuan dan sumber daya yang dibutuhkan, para pemangku kebijakan dapat mendorong terbentuknya ekosistem kewirausahaan yang lebih inklusif, sehingga ibu rumah tangga milenial dapat merealisasikan potensi wirausaha mereka secara optimal (Cahayani, 2017). Sebagai penutup, meskipun potensi kewirausahaan di kalangan ibu rumah tangga milenial sangat menjanjikan, potensi tersebut masih belum tergarap secara maksimal akibat keterbatasan keterampilan dasar, minimnya akses terhadap teknologi digital, serta keberlangsungan stereotip gender. Upaya untuk mengatasi hambatan-hambatan ini melalui pelatihan yang menyeluruh dan sistem dukungan yang terstruktur sangat penting untuk membantu perempuan mengubah ide kreatif mereka menjadi usaha yang sukses dan berkelanjutan.

Namun, banyak ibu rumah tangga di wilayah Kecamatan Kedungkandang belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai penggunaan teknologi tersebut secara produktif. Kurangnya pelatihan yang bersifat aplikatif, terbatasnya pendampingan, serta ketiadaan jaringan distribusi dan pemasaran menjadi hambatan nyata dalam upaya meningkatkan skala dan kualitas usaha rumah tangga berbasis kreatif. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi dan kapasitas aktual yang dimiliki oleh ibu rumah tangga dalam bidang kewirausahaan. Maka, dibutuhkan intervensi yang tidak hanya memberikan pelatihan teknis, tetapi juga membangun pola pikir kewirausahaan, kreativitas, dan pemanfaatan teknologi sebagai bagian dari proses pemberdayaan yang komprehensif.

Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, maka rumusan masalah yang dapat diajukan dalam program pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

- 1. Bagaimana strategi yang efektif untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan dan kreativitas produk bagi ibu rumah tangga milenial di Kecamatan Kedungkandang, Kota Malang?**
- 2. Apa saja dampak dari pelatihan kewirausahaan dan pengembangan produk kreatif terhadap kesiapan ibu rumah tangga dalam memulai dan mengelola usaha secara mandiri dan berkelanjutan?**

Perumusan masalah ini menjadi titik awal untuk merancang solusi yang relevan dan berbasis kebutuhan riil masyarakat sasaran. Selain itu, pertanyaan-pertanyaan tersebut juga akan menjadi dasar dalam merancang metode pelaksanaan program yang berorientasi pada dampak jangka panjang dan keberlanjutan.

Program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk merespons secara langsung berbagai permasalahan yang dihadapi oleh ibu rumah tangga milenial di Kecamatan Kedungkandang, khususnya dalam konteks pemberdayaan ekonomi melalui kewirausahaan berbasis rumah tangga. Oleh karena itu, tujuan utama dari kegiatan ini adalah menciptakan perubahan yang konkret dan berkelanjutan dalam kapasitas individu dan komunitas sasaran. Meningkatkan literasi kewirausahaan dan keterampilan pengembangan produk kreatif merupakan langkah strategis dalam memberdayakan pelaku usaha rumahan, khususnya ibu rumah tangga. Literasi kewirausahaan mencakup pemahaman dasar mengenai perencanaan usaha, manajemen sederhana, analisis pasar, pengelolaan keuangan, serta pembentukan sikap mental kewirausahaan. Melalui pelatihan yang terstruktur, peserta diharapkan mampu mengenali dan memanfaatkan peluang usaha yang sesuai dengan potensi serta sumber daya

lokal yang dimiliki, sekaligus mampu menciptakan produk dengan nilai jual tinggi. Dalam hal ini, keterampilan pengembangan produk kreatif—meliputi inovasi desain, pemilihan bahan baku lokal, hingga teknik pengemasan—menjadi aspek penting dalam meningkatkan daya saing produk usaha rumahan di tengah pasar yang kompetitif.

Selain penguatan aspek literasi, kegiatan ini juga memberikan pelatihan praktis dan alat bantu promosi digital sederhana untuk menjawab tantangan era transformasi digital. Pelaku usaha dituntut untuk mampu memanfaatkan teknologi secara efektif, terutama dalam hal promosi dan pemasaran. Oleh karena itu, program ini dirancang untuk membekali peserta dengan keterampilan dasar dalam menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran, termasuk pemanfaatan platform digital gratis seperti Canva, WhatsApp Business, Instagram, dan marketplace lokal. Teknik pembuatan konten promosi yang menarik namun mudah diterapkan juga menjadi fokus utama, dengan pendekatan praktis dan aplikatif agar keterampilan yang diperoleh dapat langsung diterapkan dalam usaha peserta secara nyata.

Lebih jauh lagi, kegiatan ini bertujuan untuk mendorong kemandirian ekonomi melalui pengembangan usaha berbasis rumah tangga. Dalam jangka panjang, pelatihan dan pendampingan ini diharapkan mampu menciptakan basis ekonomi mandiri yang dimulai dari rumah, di mana ibu rumah tangga tidak hanya berperan sebagai penopang ekonomi keluarga, tetapi juga sebagai motor penggerak ekonomi lokal yang dapat membuka peluang kerja di lingkungan sekitar. Kemandirian ekonomi yang dibangun dari unit terkecil ini memberikan kontribusi strategis dalam memperkuat ketahanan sosial-ekonomi masyarakat secara luas serta mengurangi ketergantungan terhadap sektor formal yang semakin kompetitif dan terbatas dalam daya tampung.

Keseluruhan tujuan ini diharapkan dapat membentuk ekosistem kewirausahaan lokal yang inklusif, adaptif terhadap perubahan zaman, dan berbasis pada potensi masyarakat itu sendiri. Kegiatan ini tidak hanya menjadi sarana transfer pengetahuan, tetapi juga media transformasi sosial yang berdampak jangka panjang. Pelaksanaan program pelatihan kewirausahaan dan pengembangan produk kreatif bagi ibu rumah tangga perlu didasarkan pada landasan konseptual dan temuan-temuan empiris yang relevan. Kajian literatur ini bertujuan untuk memberikan pemahaman teoritis dan evidensial mengenai pentingnya pemberdayaan ekonomi komunitas, khususnya di kalangan perempuan, serta pendekatan-pendekatan strategis yang efektif untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan berbasis rumah tangga.

Teori pemberdayaan berbasis komunitas menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat dalam transformasi sosial ekonomi, dengan fokus pada penguatan kemandirian dan kapasitas melalui pemanfaatan sumber daya lokal. Ketika diterapkan pada ibu rumah tangga, pemberdayaan ekonomi tidak hanya mencakup aspek peningkatan pendapatan, tetapi juga pengendalian atas sumber daya ekonomi dan pengambilan keputusan, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan rasa percaya diri. Studi eksploratif menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan yang dilakukan secara partisipatif dapat mendorong terbentuknya jejaring sosial dan solidaritas komunitas, yang merupakan fondasi penting dalam membangun ekosistem usaha mikro yang suportif di kalangan perempuan (Teoh & Chong, 2014).

Konsep kewirausahaan perempuan, khususnya dalam konteks usaha mikro, menunjukkan adanya faktor sosial-budaya yang khas dalam membentuk peran perempuan di ranah ekonomi. Perempuan kerap memulai usaha yang beroperasi dalam sektor informal karena mampu mengakomodasi tanggung jawab domestik dan kebutuhan akan fleksibilitas waktu. Penelitian menyatakan bahwa motivasi perempuan untuk memulai usaha mikro tidak semata didorong oleh insentif finansial, tetapi juga karena kebutuhan akan fleksibilitas kerja (Franck, 2010; Franck, 2012). Usaha mikro, terutama yang berbasis rumah tangga, sangat sesuai dengan kondisi dan peran perempuan saat ini, sehingga program pelatihan yang

responsif terhadap gender menjadi intervensi yang penting untuk mendorong kewirausahaan berkelanjutan (Teoh & Chong, 2014).

Penelitian mengenai pelatihan untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menunjukkan bahwa program yang dirancang dengan tepat dapat meningkatkan kapasitas bisnis rumah tangga secara signifikan. Pelatihan kewirausahaan berbasis praktik terbukti efektif dalam meningkatkan motivasi dan keterampilan ibu rumah tangga untuk mengelola usaha kecil dengan lebih baik (Astari, 2021). Selain itu, pelatihan UMKM juga dapat meningkatkan pendapatan keluarga dan memperkuat posisi perempuan dalam pengambilan keputusan ekonomi. Namun, tantangan yang berkelanjutan dalam menjaga keberlanjutan inisiatif ini serta dalam integrasi teknologi secara efektif masih menjadi isu penting yang perlu diselesaikan untuk mendukung kemajuan model pelatihan berbasis komunitas (Endrawati et al., 2022; Ritz et al., 2019).

Dalam konteks ekonomi digital, pelatihan berbasis praktik dan kemampuan pemasaran digital menjadi semakin relevan. Pelatihan yang menekankan pada penerapan langsung dinilai lebih produktif dibandingkan pendekatan konvensional yang bersifat teoritis, terutama mengingat keterbatasan waktu dan tantangan unik yang dihadapi oleh ibu rumah tangga (Ritz et al., 2019). Keterampilan pemasaran digital—seperti pemanfaatan media sosial dan strategi e-commerce yang efektif—telah terbukti mampu meningkatkan visibilitas dan daya saing produk-produk rumahan. Secara khusus, pelatihan terstruktur dalam pemasaran digital dapat memberdayakan perempuan wirausaha dengan keterampilan praktis yang sesuai dengan tuntutan era digital saat ini (Aviyanti et al., 2022; Wibowo et al., 2022).

Sebagai kesimpulan, teori pemberdayaan berbasis komunitas yang diintegrasikan dengan inisiatif kewirausahaan mikro berperan penting dalam meningkatkan partisipasi ekonomi perempuan. Melalui penerapan metodologi pelatihan yang efektif—termasuk pendekatan berbasis praktik dan pelatihan pemasaran digital—para pemangku kepentingan dapat menciptakan ekosistem yang kondusif bagi perempuan untuk berkembang sebagai wirausaha, tidak hanya dalam meraih kemandirian ekonomi, tetapi juga dalam memperkuat kohesi sosial dan komunitas.

## **2. METODE**

### **2.1. Metode Penerapan**

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif, yang menempatkan ibu rumah tangga sebagai subjek aktif dalam seluruh proses kegiatan. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan bahwa peserta tidak hanya menjadi penerima informasi secara pasif, tetapi juga terlibat secara langsung dalam pembelajaran, perumusan ide, dan praktik kewirausahaan. Melalui keterlibatan yang aktif, peserta diharapkan mampu menginternalisasi materi yang disampaikan dan mengadaptasikannya dalam konteks kehidupan sehari-hari.

Kegiatan akan dilaksanakan dalam bentuk pelatihan interaktif, praktik langsung, dan diskusi kelompok. Metode pelatihan interaktif mencakup sesi penyampaian materi yang dikombinasikan dengan tanya jawab, studi kasus, dan kuis ringan untuk menjaga partisipasi peserta. Sementara itu, praktik langsung akan difokuskan pada pembuatan produk kreatif, simulasi promosi digital, serta penataan kemasan produk. Diskusi kelompok difungsikan untuk menumbuhkan kolaborasi, saling berbagi pengalaman antar peserta, serta menciptakan ruang reflektif terhadap hambatan dan potensi masing-masing individu.

Materi pelatihan disusun secara tematik dan aplikatif, meliputi:

- Dasar-dasar kewirausahaan, termasuk motivasi usaha, manajemen sederhana, dan identifikasi peluang usaha rumahan.
- Pengembangan ide produk kreatif, melalui teknik brainstorming, analisis tren pasar lokal, dan pemanfaatan sumber daya sekitar.

- Teknik pengemasan yang menarik dan fungsional, yang mencakup estetika visual, informasi produk, dan kemasan ramah lingkungan.
- Strategi promosi melalui media sosial, dengan fokus pada penggunaan platform seperti Instagram, WhatsApp Business, dan Facebook untuk pemasaran produk secara digital yang mudah diakses dan murah.

Untuk mengukur efektivitas pelatihan, akan digunakan beberapa instrumen evaluasi. Evaluasi awal dan akhir dilakukan melalui pre-test dan post-test guna menilai peningkatan pengetahuan peserta terhadap konsep kewirausahaan dan keterampilan digital. Selain itu, lembar observasi praktik digunakan untuk menilai keterampilan peserta dalam pembuatan produk dan penyusunan strategi pemasaran. Terakhir, kuesioner kepuasan peserta diberikan untuk mengevaluasi persepsi dan pengalaman peserta terhadap kualitas pelatihan, fasilitator, dan relevansi materi.

Pendekatan menyeluruh ini diharapkan mampu memberikan pengalaman belajar yang mendalam dan transformatif, serta memberikan kontribusi nyata dalam peningkatan kapasitas ekonomi ibu rumah tangga di wilayah sasaran.

## **2.2. Pengukuran Keberhasilan**

Keberhasilan program pelatihan kewirausahaan dan pengembangan produk kreatif bagi ibu rumah tangga akan diukur dengan berbagai indikator kuantitatif dan kualitatif yang mencakup perubahan pengetahuan, keterampilan, sikap, serta dampak sosial-ekonomi pada peserta. Pengukuran yang tepat sangat penting untuk menilai efektivitas program dan memberikan dasar bagi evaluasi serta perbaikan kegiatan di masa mendatang.

### **1. Peningkatan Skor Post-Test Dibanding Pre-Test**

Salah satu indikator utama keberhasilan pelatihan adalah perubahan pengetahuan yang diperoleh peserta, yang diukur melalui perbandingan antara skor pre-test (sebelum pelatihan) dan post-test (setelah pelatihan). Pre-test akan memberikan gambaran awal mengenai tingkat pengetahuan peserta tentang kewirausahaan, pengembangan produk, serta pemanfaatan media sosial untuk pemasaran. Setelah pelatihan, post-test digunakan untuk menilai seberapa besar peningkatan pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan. Peningkatan skor antara pre-test dan post-test akan menjadi indikator langsung mengenai efektivitas transfer pengetahuan yang terjadi dalam pelatihan.

### **2. Perubahan dalam Keterampilan Membuat Produk dan Strategi Pemasaran**

Selain pengetahuan, perubahan keterampilan praktis peserta akan diukur melalui observasi langsung dalam kegiatan praktik. Evaluasi ini mencakup kemampuan ibu rumah tangga dalam membuat produk kreatif serta merancang strategi pemasaran berbasis media sosial. Keterampilan ini sangat penting, karena tidak hanya menunjukkan penguasaan materi, tetapi juga kesiapan mereka untuk memulai usaha secara mandiri. Untuk mengukur keberhasilan dalam aspek ini, instrumen seperti lembar observasi praktik dan evaluasi produk akan digunakan, yang mencakup kriteria seperti inovasi dalam produk, daya tarik kemasan, dan efektivitas promosi digital.

### **3. Antusiasme Peserta dan Rencana Tindak Lanjut (Action Plan)**

Salah satu indikator keberhasilan yang lebih bersifat kualitatif adalah antusiasme peserta terhadap materi yang disampaikan, yang dapat dilihat dari tingkat keterlibatan mereka selama pelatihan, keaktifan dalam diskusi, serta pertanyaan yang diajukan selama sesi-sesi pelatihan. Rencana tindak lanjut atau action plan yang disusun oleh peserta setelah pelatihan akan menjadi bukti nyata bahwa mereka siap untuk mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan yang telah dipelajari. Action

plan ini akan berisi langkah-langkah konkret yang akan mereka lakukan setelah pelatihan, termasuk jenis produk yang akan dikembangkan, target pasar yang akan disasar, serta strategi pemasaran yang akan diterapkan.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1. Hasil Kegiatan Pengabdian**

Pelaksanaan program pelatihan kewirausahaan dan pengembangan produk kreatif bagi ibu rumah tangga di Kecamatan Kedungkandang dengan jumlah responden 72 peserta menunjukkan hasil yang signifikan. Sebagian besar peserta mengalami peningkatan pengetahuan kewirausahaan yang tercermin dari skor post-test yang lebih tinggi dibandingkan dengan pre-test. Hal ini mengindikasikan bahwa materi yang disampaikan, termasuk dasar kewirausahaan, teknik pengemasan, dan strategi pemasaran digital, berhasil diserap dengan baik oleh peserta. Peningkatan ini juga terlihat dalam keterampilan praktis, dimana peserta mampu menunjukkan pemahaman yang lebih baik dalam hal pembuatan produk kreatif dan penggunaan media sosial untuk promosi.

Selain itu, munculnya ide-ide produk baru menjadi salah satu hasil yang paling menonjol dari program ini. Peserta menunjukkan kreativitas yang tinggi, menghasilkan berbagai produk yang berbasis pada kebutuhan lokal, seperti camilan sehat berbahan baku alami dan kerajinan tangan yang memanfaatkan limbah rumah tangga. Ide-ide produk ini menunjukkan potensi besar dalam membangun usaha kecil berbasis rumah tangga yang dapat meningkatkan pendapatan keluarga. Produk-produk tersebut tidak hanya mengandalkan kualitas, tetapi juga inovasi yang disesuaikan dengan preferensi pasar lokal.

Salah satu dampak sosial yang terwujud adalah terbentuknya kelompok usaha kecil skala lingkungan. Kelompok ini saling mendukung dalam pengembangan produk dan pemasaran. Kolaborasi antar anggota kelompok juga meningkatkan rasa solidaritas dan rasa memiliki terhadap usaha yang mereka jalankan. Keberadaan kelompok usaha ini sangat penting karena dapat menjadi wadah bagi peserta untuk berbagi pengalaman, serta mengatasi tantangan yang dihadapi dalam mengelola usaha rumahan.

#### **3.2. Proses Pelaksanaan**

Proses pelaksanaan kegiatan ini mengikuti tahapan yang sistematis dan terstruktur. Tahapan pertama adalah koordinasi awal, di mana tim pelaksana melakukan persiapan dengan mengidentifikasi kebutuhan peserta, menetapkan jadwal, serta mempersiapkan materi dan alat bantu pelatihan. Selanjutnya, pelatihan dimulai dengan sesi teori, yang mencakup dasar-dasar kewirausahaan dan pengenalan digital marketing, diikuti dengan praktik langsung, di mana peserta diajarkan untuk membuat produk serta mengemasnya secara menarik.

Tahapan terakhir dalam pelatihan adalah evaluasi dan penutupan. Evaluasi dilakukan untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta melalui pre-test dan post-test, serta observasi terhadap praktik yang dilakukan peserta. Seluruh peserta yang hadir pada kegiatan ini tercatat dengan tingkat kehadiran yang tinggi, yang menunjukkan bahwa antusiasme peserta terhadap pelatihan ini sangat baik. Pada evaluasi harian, peserta menunjukkan semangat yang luar biasa dalam mengikuti materi dan praktik, meskipun terdapat beberapa kendala teknis yang harus dihadapi.

Kendala teknis yang muncul, antara lain adalah masalah teknis terkait ketersediaan alat yang diperlukan untuk praktik, seperti bahan baku yang terbatas, serta keterbatasan waktu yang membuat beberapa sesi praktikum agak terburu-buru. Beberapa peserta juga menghadapi kendala dalam penggunaan media sosial untuk promosi, terutama bagi mereka yang tidak memiliki smartphone atau kesulitan dalam mengakses internet secara stabil. Kendala-kendala ini menjadi pelajaran penting bagi perencanaan pelatihan berikutnya, yang akan lebih memerhatikan infrastruktur dan kesiapan peserta dalam hal teknologi.



### 3.3. Keunggulan dan Kelemahan

Program ini memiliki beberapa keunggulan yang membuatnya berhasil dilaksanakan dan diterima dengan baik oleh peserta. Pertama, materi yang disampaikan sangat aplikatif dan langsung dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari peserta. Peserta juga merasa bahwa materi pelatihan sangat relevan dengan kebutuhan mereka dalam mengelola usaha rumahan. Selain itu, suasana pelatihan yang kondusif berperan penting dalam meningkatkan keterlibatan peserta, di mana mereka merasa nyaman untuk berbagi pengalaman dan bertanya tanpa merasa terintimidasi. Tingginya minat peserta selama pelatihan juga menjadi indikator positif terhadap keberhasilan program ini, karena mereka sangat antusias dalam mengikuti setiap sesi yang ada.

Namun, terdapat beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan pelatihan ini. Keterbatasan waktu pelatihan menjadi salah satu tantangan terbesar, karena peserta tidak dapat mengoptimalkan setiap materi dalam waktu yang terbatas. Selain itu, tidak semua peserta memiliki akses yang sama terhadap teknologi, terutama smartphone dan jaringan internet yang stabil. Hal ini menjadi kendala, khususnya pada sesi promosi produk melalui media sosial, yang membutuhkan keterampilan dalam menggunakan platform digital.

Meski demikian, ada peluang pengembangan yang sangat potensial. Salah satunya adalah program lanjutan berupa inkubasi usaha untuk membantu peserta dalam mengembangkan usaha mereka lebih lanjut. Program ini bisa mencakup pendampingan lebih intensif dalam hal pengelolaan usaha, serta penyediaan pendampingan modal awal agar mereka dapat lebih mudah memulai usaha dengan dukungan yang lebih lengkap.

### 3.4. Dokumentasi

Dokumentasi kegiatan ini sangat penting untuk merekam proses dan hasil dari pelatihan, serta menjadi bahan evaluasi dan publikasi untuk kegiatan serupa di masa depan. Dokumentasi yang disarankan meliputi:

**Tabel 1. Hasil Pre - Test dan Post - Test**

Indikator	Skor Pre-Test	Skor Post-Test	Peningkatan Skor
Pemahaman Dasar Kewirausahaan	42	75	33
Manajemen Keuangan Sederhana	55	82	27
Pengembangan Produk Kreatif	38	70	32
Strategi Pemasaran Digital	50	80	30
Analisis Pasar	45	78	33
Keterampilan Branding	49	76	27
Pengemasan Produk	40	72	32
Motivasi dan Sikap Kewirausahaan	53	84	31
Pemanfaatan Media Sosial	46	79	33
Kemandirian Ekonomi	52	81	29
<b>Total Rata-Rata</b>	<b>47</b>	<b>77.7</b>	<b>30.7</b>

Sumber: Data Diolah, 2025

Tabel di atas menyajikan hasil pre-post test untuk 10 indikator yang berkaitan dengan pelatihan kewirausahaan dan pengembangan produk kreatif bagi peserta. Setiap indikator dirancang untuk mengukur aspek-aspek kunci dari pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menjalankan usaha secara efektif. Pemahaman Dasar Kewirausahaan

menunjukkan peningkatan yang signifikan, dengan skor pre-test 42 dan post-test 75, mencerminkan bahwa peserta telah memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang konsep dasar kewirausahaan. Manajemen Keuangan Sederhana juga menunjukkan hasil yang positif, di mana peserta mampu meningkatkan skor dari 55 menjadi 82, menandakan bahwa mereka kini lebih siap dalam mengelola keuangan usaha mereka. Pengembangan Produk Kreatif dan Strategi Pemasaran Digital masing-masing mengalami peningkatan yang signifikan, menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memahami cara mengembangkan produk, tetapi juga bagaimana memasarkan produk tersebut secara efektif di era digital.

Analisis Pasar dan Keterampilan Branding menunjukkan bahwa peserta kini lebih mampu menganalisis kebutuhan pasar dan membangun identitas merek yang kuat untuk produk mereka. Pengemasan Produk dan Motivasi dan Sikap Kewirausahaan juga mengalami peningkatan, yang menunjukkan bahwa peserta tidak hanya belajar aspek teknis, tetapi juga mengembangkan sikap positif yang diperlukan untuk menjadi wirausaha yang sukses. Pemanfaatan Media Sosial dan Kemandirian Ekonomi menunjukkan bahwa peserta kini lebih percaya diri dalam menggunakan platform digital untuk mempromosikan produk mereka dan berusaha untuk mencapai kemandirian finansial.

Peningkatan skor yang signifikan di semua indikator menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan sangat efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta. Ini menunjukkan bahwa metode pengajaran yang digunakan, termasuk pendekatan praktis dan interaktif, berhasil menciptakan pengalaman belajar yang mendalam. Dengan peningkatan yang konsisten dalam pemahaman dan keterampilan, peserta menunjukkan kesiapan yang lebih baik untuk memulai dan mengelola usaha mereka. Hal ini dapat berkontribusi pada peningkatan kemandirian ekonomi di kalangan ibu rumah tangga, yang merupakan tujuan utama dari program pelatihan ini. Meskipun hasilnya positif, penting untuk diingat bahwa keberhasilan jangka panjang peserta dalam kewirausahaan juga bergantung pada dukungan dan pendampingan berkelanjutan setelah pelatihan. Program lanjutan yang menyediakan bimbingan dalam pengelolaan usaha dan akses ke sumber daya tambahan akan sangat penting untuk memastikan keberlanjutan usaha yang dibangun oleh para peserta.

**Tabel 2 Kepuasan Responden**

No	Aspek Penilaian	Skor Rata-rata (1-5)	Keterangan
1	Kualitas Materi	4.5	Sangat Memuaskan
2	Keterampilan Fasilitator	4.7	Sangat Memuaskan
3	Relevansi Materi	4.6	Sangat Memuaskan
4	Metode Pengajaran	4.4	Memuaskan
5	Keterlibatan Peserta	4.8	Sangat Memuaskan
6	Fasilitas Pelatihan	4.3	Memuaskan
7	Keseluruhan Pengalaman	4.6	Sangat Memuaskan
<b>Total Rata-Rata</b>		<b>4.56</b>	<b>Sangat Memuaskan</b>

Sumber: Data Diolah, 2025

Tabel di atas menunjukkan hasil evaluasi aspek penilaian pelatihan kewirausahaan dan pengembangan produk kreatif, dengan skor rata-rata yang mencerminkan tingkat kepuasan peserta. Kualitas Materi mendapatkan skor rata-rata 4.5, yang menunjukkan bahwa peserta merasa sangat puas dengan isi materi yang disampaikan. Keterampilan Fasilitator juga memperoleh skor tinggi, yaitu 4.7, menandakan bahwa peserta menghargai kemampuan fasilitator dalam menyampaikan materi dan memfasilitasi diskusi. Relevansi Materi, dengan

skor 4.6, menunjukkan bahwa peserta merasa materi yang diajarkan sangat sesuai dengan kebutuhan mereka. Metode Pengajaran mendapatkan skor 4.4, yang menunjukkan bahwa metode yang digunakan cukup memuaskan, meskipun masih ada ruang untuk perbaikan. Keterlibatan Peserta mencatat skor tertinggi di 4.8, mencerminkan bahwa peserta merasa aktif terlibat dalam proses pembelajaran. Fasilitas Pelatihan, dengan skor 4.3, menunjukkan bahwa fasilitas yang disediakan cukup memadai, dan Keseluruhan Pengalaman mendapatkan skor 4.6, yang menunjukkan bahwa peserta merasa puas dengan pengalaman pelatihan secara keseluruhan. Total rata-rata skor 4.56 menunjukkan bahwa peserta secara umum merasa sangat puas dengan pelatihan yang diadakan.

Insight dari hasil evaluasi ini menunjukkan bahwa pelatihan telah berhasil memenuhi harapan peserta dalam berbagai aspek. Tingginya skor pada Keterlibatan Peserta menunjukkan bahwa metode interaktif yang diterapkan berhasil menciptakan suasana belajar yang dinamis dan partisipatif. Hal ini penting karena keterlibatan aktif dapat meningkatkan pemahaman dan penerapan materi. Meskipun sebagian besar aspek penilaian menunjukkan kepuasan yang tinggi, terdapat peluang untuk meningkatkan metode pengajaran dan fasilitas pelatihan agar lebih optimal. Dengan mempertahankan kualitas materi dan keterampilan fasilitator yang sudah baik, serta melakukan perbaikan di area yang kurang, program pelatihan di masa mendatang dapat lebih efektif dalam memberdayakan peserta dan mencapai tujuan pemberdayaan ekonomi yang diinginkan.

Dengan hasil, proses, keunggulan, kelemahan, serta dokumentasi yang terstruktur ini, pelatihan kewirausahaan dan pengembangan produk kreatif bagi ibu rumah tangga dapat menjadi acuan dalam merancang program serupa di masa depan, serta memberikan dasar yang kuat untuk perbaikan dan pengembangan lebih lanjut.

## **4. KESIMPULAN**

### **4.1. Ringkasan Hasil**

Pelatihan kewirausahaan dan pengembangan produk kreatif bagi ibu rumah tangga di Kecamatan Kedungkandang telah menunjukkan hasil yang positif dan signifikan. Secara keseluruhan, pelatihan ini berhasil meningkatkan kapasitas kewirausahaan dan kreativitas produk peserta. Mayoritas peserta mengalami peningkatan yang jelas dalam hal pengetahuan dan keterampilan yang berhubungan dengan kewirausahaan, seperti pembuatan produk, teknik pengemasan, dan penggunaan digital marketing sebagai sarana promosi. Hal ini tercermin dari hasil post-test yang menunjukkan skor lebih tinggi dibandingkan dengan pre-test. Selain itu, kreativitas peserta dalam menghasilkan produk baru, yang berkisar dari camilan sehat hingga kerajinan tangan, menandakan bahwa pelatihan ini berhasil merangsang inovasi dan ide-ide bisnis yang potensial.

Program ini juga berhasil merubah persepsi dan keterampilan ibu rumah tangga milenial, yang sebelumnya mungkin kurang percaya diri atau tidak memiliki keterampilan praktis untuk memulai usaha mandiri. Perubahan positif tersebut dapat dilihat dalam penerapan langsung materi yang diajarkan, serta antusiasme yang ditunjukkan oleh peserta dalam mengembangkan usaha rumahan mereka setelah mengikuti pelatihan.

### **4.2. Kelebihan dan Kekurangan**

Kelebihan yang paling mencolok dari program ini adalah pendekatannya yang partisipatif dan aplikatif, di mana peserta dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan pelatihan, mulai dari teori hingga praktik langsung. Materi yang disampaikan sangat relevan dengan kebutuhan lokal, mengingat banyak ibu rumah tangga di wilayah tersebut yang memiliki potensi untuk mengembangkan usaha rumahan, namun terbentur oleh kurangnya pengetahuan dan akses terhadap teknologi serta pemasaran. Program ini berhasil mengatasi hambatan-hambatan tersebut dengan mengajarkan teknik-teknik yang dapat langsung diterapkan dalam konteks lokal dan sederhana.

Namun demikian, kekurangan utama dari program ini terletak pada terbatasnya pendampingan pasca kegiatan. Setelah pelatihan selesai, banyak peserta yang masih membutuhkan bimbingan berkelanjutan untuk mengatasi tantangan yang dihadapi dalam menjalankan usaha mereka. Misalnya, banyak peserta yang mengungkapkan kebutuhan untuk lebih memahami cara mengelola modal usaha, atau bagaimana mengembangkan usaha mereka agar dapat bersaing dengan produk serupa yang sudah ada di pasar. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pelatihan memberikan pengetahuan dasar yang kuat, pendampingan jangka panjang sangat diperlukan untuk memastikan keberlanjutan usaha yang dibangun oleh para peserta.

#### **4.3. Saran Pengembangan**

Berdasarkan hasil dan evaluasi kegiatan pelatihan, beberapa saran pengembangan untuk program serupa di masa mendatang adalah sebagai berikut:

- 1. Lanjutkan dengan program pelatihan lanjutan atau pendampingan intensif.**

Untuk memastikan bahwa pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh peserta tidak hanya berhenti pada tahap pelatihan, perlu ada program lanjutan yang fokus pada pendampingan intensif. Program ini bisa mencakup pelatihan tambahan mengenai pengelolaan keuangan, akses modal, dan strategi pengembangan produk agar peserta dapat lebih siap untuk menjalankan usaha mereka secara berkelanjutan. Pendampingan pasca pelatihan ini juga bisa mencakup konsultasi individu atau kelompok agar peserta dapat memecahkan masalah yang dihadapi dalam praktiknya.

- 2. Bangun kolaborasi dengan dinas UMKM, koperasi, atau marketplace lokal.**

Untuk memperluas jangkauan dan dampak dari program ini, sangat disarankan untuk membangun kolaborasi dengan dinas UMKM, koperasi, atau marketplace lokal. Kolaborasi ini akan membuka akses bagi peserta untuk mendapatkan fasilitas tambahan seperti ruang usaha bersama (co-working space), peluang pasar yang lebih luas, atau dukungan modal dari pihak terkait. Dinas UMKM dan koperasi dapat memberikan akses pada pelatihan lanjutan, sertifikasi, atau pendanaan awal untuk membantu usaha rumahan berkembang. Sementara itu, kolaborasi dengan marketplace lokal dapat meningkatkan visibilitas produk peserta secara digital dan mempercepat proses pemasaran.

- 3. Lakukan publikasi hasil kegiatan untuk memperluas dampak dan replikasi di wilayah lain.**

Untuk memperluas dampak dari program ini, perlu ada upaya publikasi yang lebih besar. Dokumentasi hasil kegiatan seperti foto, video, dan testimoni peserta dapat digunakan untuk mempublikasikan kesuksesan program ini ke khalayak yang lebih luas. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan kesadaran akan pentingnya kewirausahaan berbasis rumah tangga, tetapi juga dapat mendorong replikasi program serupa di wilayah lain yang memiliki potensi serupa. Publikasi ini juga dapat menarik perhatian lembaga-lembaga yang ingin berkolaborasi dalam program serupa, sehingga program ini dapat berkembang lebih jauh.

Dengan demikian, meskipun program ini sudah menunjukkan hasil yang memuaskan, masih terdapat peluang besar untuk meningkatkan keberlanjutan dan dampaknya melalui kolaborasi dengan berbagai pihak serta pengembangan program pendampingan jangka panjang. Hal ini akan memastikan bahwa ibu rumah tangga yang terlibat dalam program ini dapat memiliki usaha yang berkembang secara mandiri dan berkelanjutan, memberikan kontribusi nyata terhadap pemberdayaan ekonomi keluarga dan komunitas.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Al-Kwafi, O., Tran, K., Ongsakul, V., & Ahmed, Z. (2019). *Determinants of female entrepreneurship success across Saudi Arabia*. *Journal of Transnational Management*, 25(1), 3–29. <https://doi.org/10.1080/15475778.2019.1682769>
- Al-Radami, A., & Al-Abed, M. (2021). *Women entrepreneurship development in Yemen: The role of decision-making empowerment*. *Journal of Impact*, 2(2), 71–86. <https://doi.org/10.48110/joi.v2i2.41>
- Astari, N. (2021). A literature review: digital marketing trends in Indonesia during the Covid-19 pandemic. *Channel Jurnal Komunikasi*, 9(2), 125. <https://doi.org/10.12928/channel.v9i2.20836>
- Aviyanti, R., Widiastara, A., Devi, H., Nurhayati, P., Chairunnisa, D., & Zami, M. (2022). *Digital entrepreneurship assistance for handicraft SMEs in Cileng Village*. *International Journal of Community Service Learning*, 6(2), 221–230. <https://doi.org/10.23887/ijcs.v6i2.48479>
- Cahayani, A. (2017). The role of entrepreneurial spirit in Indonesian youths and housewives to reduce unemployment and poverty rate., 140–156. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-2008-5.ch009>
- Costin, Y. (2011). *ICT as an enabler for small firm growth*. *International Journal of E-Politics*, 2(1), 17–29. <https://doi.org/10.4018/jep.2011010102>
- Daniel, E., Domenico, M., & Sharma, S. (2014). *Effectuation and home-based online business entrepreneurs*. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 33(8), 799–823. <https://doi.org/10.1177/0266242614534281>
- Datta, P., & Gailey, R. (2012). *Empowering women through social entrepreneurship: Case study of a women's cooperative in India*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(3), 569–587. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00505.x>
- Dewantara, N., Made, N., & Noer, L. (2024). *Do gender stereotypes influence entrepreneurship intention? Evidence from Indonesia*. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14(5). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v14-i5/21607>
- Duval-Couetil, N. (2013). *Assessing the impact of entrepreneurship education programs: Challenges and approaches*. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 394–409. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12024>
- Endrawati, T., Bangkara, B., Irdiana, S., Antoni, A., & Siregar, A. (2022). Challenge and opportunity of marketing digital-based for business owners during pandemic in Indonesia. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 5(2), 654–672. <https://doi.org/10.31538/ijse.v5i2.2473>
- Franck, A. (2010). "I am too old! Who is going to give me a job?" Women hawkers in Teluk Bahang, Penang, Malaysia. *Journal of Workplace Rights*, 15(1), 111–132. <https://doi.org/10.2190/wr.15.1.g>
- Franck, A. (2012). *Factors motivating women's informal micro-entrepreneurship*. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 4(1), 65–78. <https://doi.org/10.1108/17566261211202981>
- Hassan, O., Sobaih, A., & Elshaer, I. (2022). *The impact of women's empowerment on their entrepreneurship intention in the Saudi food industry*. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(12), 571. <https://doi.org/10.3390/jrfm15120571>
- Kabeer, N. (2016). *Economic pathways to women's empowerment and active citizenship: What does the evidence from Bangladesh tell us?* *The Journal of Development Studies*, 53(5), 649–663. <https://doi.org/10.1080/00220388.2016.1205730>
- Karki, S., & Xheneti, M. (2018). *Formalizing women entrepreneurs in Kathmandu, Nepal*. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 38(7-8), 526–541. <https://doi.org/10.1108/ijssp-12-2017-0166>

- Lee, Y., Liguori, E., Sureka, R., & Kumar, S. (2024). *Women's entrepreneurship education: A systematic review and future agenda*. *Journal of Management History*, 30(4), 576–594. <https://doi.org/10.1108/jmh-11-2023-0117>
- Oad, L., Abdul, S., Phulpoto, J., & Rehan, F. (2023). *Untitled*. *SJHSS*, 1(1). <https://doi.org/10.62681/sprypublishers.sjhss/1/1>
- Reuschke, D., & Domecka, M. (2018). *Policy brief on home-based businesses*. <https://doi.org/10.1787/abfe755f-en>
- Ritz, W., Wolf, M., & McQuitty, S. (2019). *Digital marketing adoption and success for small businesses*. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 13(2), 179–203. <https://doi.org/10.1108/jrim-04-2018-0062>
- Teoh, W., & Chong, S. (2014). *Towards strengthening the development of women entrepreneurship in Malaysia*. *Gender in Management: An International Journal*, 29(7), 432–453. <https://doi.org/10.1108/gm-10-2013-0122>
- Vorley, T., & Rodgers, P. (2012). *Home is where the business is: Incidents in everyday life and the formation of home-based businesses*. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 32(4), 428–448. <https://doi.org/10.1177/0266242612452173>
- Wibowo, B., Setiawan, A., Malebra, I., Nugroho, B., Ayuwardani, M., Sulistiyani, E., ... & Anuar, A. (2022). *Digital marketing training in the "Madura" barbershop business in Semarang City as a solution to MSMEs' problems in the era of the marketing revolution 5.0*. *International Journal of Community Service*, 2(4), 407–412. <https://doi.org/10.51601/ijcs.v2i4.148>