

PEMBERDAYAAN PEREMPUAN KEPALA KELUARGA MELALUI PENERAPAN TEKNOLOGI DAN DIGITALISASI PEMASARAN PADA KOMUNITAS MOMPREENURS

Rina Juwita^{1*}, Annisa Wahyuni Arsyad², Windie Karina Farmawati³,
Ainun Nimatu Rohmah⁴

^{1,4}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mulawarman, Indonesia

²Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Mulawarman, Indonesia

³Komunitas MomPreneurs Kota Samarinda, Indonesia

rinajuwita@fisip.unmul.ac.id

ABSTRAK

Abstrak: Program pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini berfokus pada pemberdayaan perempuan kepala keluarga (PEKKA) di komunitas MomPreneurs Kota Samarinda. Program ini menangani beberapa tantangan utama seperti akses terbatas terhadap teknologi, rendahnya literasi digital, serta kesulitan dalam melakukan inovasi produk. Tujuan utama program ini adalah meningkatkan keterampilan kewirausahaan melalui tiga kegiatan inti: (1) bimbingan teknis, (2) pelatihan usaha, dan (3) pendampingan pengembangan usaha. Program ini melibatkan 15 perempuan peserta yang sesuai dengan kriteria antara lain merupakan perempuan kepala keluarga, memiliki usaha yang berada dalam tahap awal pengembangan, berkenan mengembangkan usahanya dalam bentuk kelompok usaha bersama dan memiliki komitmen kuat untuk membangun usaha. Hasil program menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam keterampilan pemasaran digital, inovasi produk, dan manajemen usaha. Evaluasi program ini dilakukan secara formatif selama berlangsungnya kegiatan dan sumatif melalui tes awal dan akhir program, serta evaluasi peningkatan omzet usaha. Hasil tes menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan sebesar 80%, serta peningkatan omzet hingga 35% selama program berlangsung.

Kata Kunci: Literasi Digital; Pendampingan Usaha; Pemberdayaan Perempuan; Perempuan Kepala Keluarga.

Abstract: This community service program (PKM) focuses on empowering female heads of households (PEKKA) in the MomPreneurs community in Samarinda through the application of technology and digital marketing. The program addresses several key challenges, such as limited access to technology, low digital literacy, and difficulties in product innovation. The main objective of this program is to enhance entrepreneurial skills through three core activities: (1) technical guidance, (2) business training, and (3) business development mentoring. The program involves 15 women participants who meet specific criteria, including being the head of their household, having a business in the early stage of development, being willing to develop their business as a joint business group, and having a strong commitment to grow their business. The program results indicate significant improvements in digital marketing skills, product innovation, and business management. Evaluation of the program was conducted both formatively, throughout the activities, and summatively via pre- and post- assessments and turnover growth metrics. Results indicated the 80% improvement of participants' business knowledge and skills, along with an increase in turnover of up to 35% over the program period.

Keywords: Business Mentoring; Digital Literacy; Female Heads of Households; Women Empowerment.



Article History:

Received: 07-10-2024

Revised : 06-11-2024

Accepted: 15-11-2024

Online : 04-12-2024



This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Pemberdayaan perempuan menjadi salah satu tujuan utama pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals*) yang diamanatkan dalam intisari tujuan ke-5, kesetaraan gender. Salah satu target pencapaian tujuan ini adalah dengan mempromosikan pemberdayaan perempuan melalui teknologi informasi dan komunikasi yang mengarah pada pemberdayaan digital (Our World in Data Team, 2023). Pemberdayaan perempuan berbasis digital, khususnya dalam bidang ekonomi, dapat memperkuat kapabilitas perempuan dalam situasi hidup yang menantang, isolasi sosial hingga stigma, yang secara signifikan meningkatkan daya saing perempuan dalam konteks kewirausahaan (Capel et al., 2017; Dharmayanti et al., 2022). Dalam mewujudkan hal ini, pemberdayaan perempuan melalui lembaga non profit dan masyarakat sipil yang merepresentasikan pandangan tradisional kelompok yang tak berdaya, menjadi faktor penting dalam memfasilitasi inklusi perempuan dalam masyarakat (Kaliya, 2018). Salah satu komunitas masyarakat sipil yang memiliki perhatian besar dalam pemberdayaan perempuan adalah Mompreneurs Kota Samarinda.

Mompreneurs mulanya berkembang sebagai gerakan yang membawa identitas *Mothers and Entrepreneurs*, yaitu perempuan yang menjalankan peran utama sebagai ibu rumah tangga namun juga memiliki aktivitas kewirausahaan (Landor, 2020). Dalam pemahaman awal ini, Mompreneur melakukan kegiatan wirausaha sebagai sampingan yang bertujuan untuk mendukung finansial keluarga. Gerakan ini kemudian berkembang sebagai komunitas pemberdayaan perempuan yang juga menyoroti masalah sosial masyarakat. Salah satu fokus pemberdayaan Mompreneurs saat ini adalah pendampingan komunitas Perempuan Kepala Keluarga (PEKKA), yaitu perempuan yang harus menjadi tulang punggung ekonomi keluarga dikarenakan tidak memiliki suami, baik karena cerai, meninggal maupun perempuan yang memiliki suami namun tidak kapabel untuk bekerja (Asih, 2024). Terdapat beberapa masalah yang dihadapi oleh Mompreneurs, antara lain akses modal yang terbatas, hambatan pemasaran, pemahaman informasi teknologi digital, dan kurangnya pelatihan untuk memperkaya *skill* (Dharmayanti et al., 2022). Sejalan dengan itu, Pembina Mompreneurs Kota Samarinda menjelaskan masalah pengembangan wirausaha perempuan di Kota Samarinda adalah kurangnya bimbingan dan pembinaan, manajemen usaha yang masih tradisional dan belum memiliki kemampuan digital yang mumpuni (Asih, 2024). Selain itu, sebelum program dimulai, 80% peserta mengaku tidak terbiasa menggunakan media sosial atau platform digital untuk memasarkan produk mereka. Hanya 30% peserta yang memiliki usaha dengan branding atau kemasan yang menarik, dan 70% dari mereka mengandalkan metode pemasaran dari mulut ke mulut. Oleh karena itu, sejak awal pengembangan PEKKA, Mompreneurs Kota Samarinda berfokus pada pengembangan kapasitas digital perempuan dalam berwirausaha.

Sasaran pemberdayaan MomPrenerus Kota Samarinda terhadap PEKKA diawali pada 2019, Dimana terdapat banyak Perempuan korban rentenir dan kekerasan dalam rumah tangga (KDRT), serta menurunnya perekonomian keluarga karena dampak pandemi di wilayah Kota Samarinda (Asih, 2024). PEKKA sendiri merupakan sebuah program pemberdayaan yang didasari oleh gagasan untuk merubah kedudukan, peran, dan tanggungjawab janda yang selama ini memiliki stigma negatif di Masyarakat (PEKKA, 2022). Menurut Nurgina et al. (2021), Partisipasi perempuan dalam komunitas PEKKA memberikan dampak positif berupa jejaring yang memiliki latar belakang sama sehingga dapat saling mendukung dalam mitra usaha. Selain itu, PEKKA juga dapat meningkatkan motivasi dan kepercayaan diri, serta membangun kesadaran kritis tentang pentingnya dukungan perekonomian keluarga (Nurgina et al., 2021).

Studi yang dilakukan Azra (2023) menemukan bahwa teknologi digital dan aktivitas kewirausahaan memiliki peran penting dalam pemberdayaan perempuan, khususnya yang dilakukan dengan model pendampingan dalam menjalankan kewirausahaan digital. Selain itu, Ampa et al. (2023) menegaskan pentingnya literasi kewirausahaan melalui pendidikan formal, non-formal maupun informal yang dapat memberikan motivasi kewirausahaan sangat menentukan kesuksesan bisnis MomPreneurs. Studi yang dilakukan Fauzia & Hidayati (2023) menekankan bahwa literasi dan keterampilan digital yang rendah mempersulit Perempuan untuk memperluas bisnis. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi yang tepat, kesesuaian program dan situasi Perempuan sesuai konteks wilayah untuk mendukung pengembangan wirausaha Perempuan (Fauzia & Hidayati, 2023).

Untuk konteks Kota Samarinda di Kalimantan Timur, Juwita et al. (2020) menyatakan bahwa pengembangan teknologi digital bagi proses bisnis UMKM sangat dibutuhkan. Namun, penelitian terdahulu (Juwita et al., 2024; Rohmah et al., 2022) menemukan salah satu kendalanya adalah kemampuan generasi X yang lebih sulit mengadopsi teknologi digital, yang mana berdasarkan observasi awal dengan Pembina MomPreneurs Kota Samarinda, diketahui merupakan kelompok usia yang mendominasi kelompok PEKKA. Selain itu, studi Juwita et al. (2024) juga menemukan bahwa kemampuan digital terlemah yang dimiliki perempuan adalah kemampuan pembuatan konten (*content creation*) yang dipandang sebagai faktor penting dalam pengelolaan bisnis berbasis digital.

Program pemberdayaan perempuan melalui pendampingan wirausaha berbasis digital ini bertujuan untuk meningkatkan *soft skill* dan *hard skill* para perempuan yang memiliki tanggung jawab sebagai tulang punggung di keluarganya. Peningkatan *soft skill* diperoleh melalui bimbingan teknis yang membahas perencanaan bisnis, inovasi produk, kemampuan pengelolaan keuangan, serta pengembangan *branding* usaha. Tujuannya adalah untuk menanamkan *mindset* wirausaha, visi jangka pendek dan jangka panjang

yang ingin dicapai dalam mengembangkan usaha bersama, serta pengejawantahan praktis untuk mencapainya. Setiawan (2024) menjelaskan bahwa tahap-tahap membangun konsep diri, *public speaking*, komunikasi digital dan pengelolaan media sosial merupakan metode yang efektif dalam pendampingan UMKM khususnya untuk generasi X. Sementara itu, peningkatan *hard skill* diperoleh melalui pelatihan pembuatan produk dan pendampingan dalam pemanfaatan teknologi untuk pemasaran dan membangun *brand* secara digital. Tujuannya adalah untuk melatih kemampuan perempuan dalam komunitas PEKKA untuk menciptakan produk yang berkualitas dan inovatif sehingga dapat bersaing dengan produk-produk usaha rumah tangga yang telah ada di pasaran.

B. METODE PELAKSANAAN

Pendampingan Perempuan anggota PEKKA ini merupakan kolaborasi antara kegiatan pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan dosen-dosen Universitas Mulawarman dan Mompreneurs Kota Samarinda. Kegiatan dilaksanakan dalam bentuk rangkaian program pembinaan dalam kurun waktu selama 3 (tiga) bulan. Program pendampingan ini diikuti oleh 15 perempuan yang dipayungi oleh komunitas Mompreneurs. Beberapa kriteria peserta pendampingan, antara lain: (1) memiliki kriteria PEKKA, (2) telah memiliki usaha yang berada dalam tahap awal pengembangan, (3) berkenan mengembangkan usaha dalam bentuk kelompok usaha bersama, dan (4) memiliki komitmen yang kuat untuk membangun usaha. Kegiatan dimulai dengan bimbingan teknis (bimtek) selama lima hari yang dilaksanakan pada tanggal 26-31 Juli 2024 di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Mulawarman, dilanjutkan dengan pelatihan usaha dan pendampingan pengembangan usaha di rumah anggota sebagai *basecamp* usaha. Langkah-langkah pelaksanaan pendampingan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pra kegiatan

Pada tahap pra kegiatan, tim penulis terlebih dahulu melakukan identifikasi masalah yang akan diatasi dalam program. Setelah itu, dilakukan komunikasi awal dengan Pembina dan Ketua Mompreneurs Kota Samarinda untuk menginisiasi program sekaligus melakukan *brainstorming* guna menentukan sasaran kegiatan. Langkah selanjutnya adalah mengadakan rapat penyusunan program untuk merumuskan kerangka kegiatan. Setelah rencana kerja awal tersusun, dilakukan penyempurnaan rencana kerja tersebut dan pelibatan mahasiswa. Rapat persiapan juga membahas bimbingan teknis dan *coaching* bagi mahasiswa yang akan bertindak dengan pendamping. Tahapan pra kegiatan ini kemudian ditutup dengan persiapan modul, pemilihan tutor bimbingan teknis, serta penentuan mentor yang akan mendampingi kelompok usaha bersama.

2. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dibagi kedalam 3 (tiga) bagian, yaitu kegiatan bimbingan teknis, kegiatan pelatihan usaha, dan pendampingan pengembangan usaha yang dijelaskan sebagai berikut:

a. Bimbingan teknis

Kegiatan bimbingan teknis dilaksanakan selama lima hari, dengan topik meliputi: (1) Pengenalan Manajemen Produksi, (2) Digitalisasi Dalam Komunikasi Pemasaran, (3) Teknik Komunikasi Pemasaran Efektif, (4) Pengelolaan Keuangan Usaha Kecil, dan (5) Strategi Pengembangan Usaha. Sebanyak 15 peserta yang tergabung dalam komunitas MomPreneurs mendapatkan materi dari praktisi bisnis yang berpengalaman, pendamping PEKKA, dan akademisi.

b. Pelatihan usaha

Pelatihan usaha dilakukan dalam bentuk kelompok kerja, di mana peserta dibagi menjadi tiga kelompok berdasarkan jenis usaha: kelompok amplang, keripik, dan herbal. Masing-masing kelompok mendapatkan pelatihan dari mentor yang ahli di bidangnya. Pelatihan ini mencakup pembuatan produk, pengemasan, hingga pemasaran produk. Sebagai contoh, kelompok herbal dilatih menggunakan *oven dehydrator* dan mesin *sealer* untuk meningkatkan kualitas dan daya tahan produk mereka.

c. Pendampingan pengembangan usaha

Pendampingan pengembangan usaha dilakukan oleh tim dosen, tim MomPreneurs yang dibantu oleh mahasiswa sebagai pendamping kelompok. Dalam masa pendampingan, kelompok usaha diberikan *workbook* berisi langkah-langkah pengembangan usaha yang harus dilakukan. Setiap kelompok usaha didampingi oleh dua mahasiswa dari Program Studi Ilmu Komunikasi dan Administrasi Bisnis untuk membantu mengembangkan rencana usaha, membuat konten digital, serta mengelola media sosial. Para peserta diarahkan untuk aktif memanfaatkan *platform* media sosial seperti Instagram dan WhatsApp Business sebagai alat pemasaran utama.

3. Monitoring dan Evaluasi

Monitoring program dilakukan secara berkala, dimana setiap pekan kelompok usaha harus melaporkan progress kegiatannya dan dicatat dalam *workbook* kelompok yang diserahkan kepada tim dosen. Selain monitoring terstruktur, tim dosen juga melakukan monitoring insidental dengan melakukan kunjungan kelompok usaha. Sementara itu, evaluasi program dilakukan dalam dua bentuk yaitu evaluasi formatif dan sumatif. Evaluasi formatif dilaksanakan setiap kegiatan dilaksanakan dalam bentuk tes lisan maupun praktek kerja, sementara evaluasi sumatif dilakukan dalam bentuk survei untuk mengetahui keberhasilan program dengan indikator peningkatan kognitif, afektif dan konatif.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan Pembahasan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pra pelaksanaan

Pada tahap pra kegiatan, tim penulis melakukan komunikasi awal dan *brainstorming* dengan Ketua dan Pembina komunitas Mompreneurs Kota Samarinda untuk mengidentifikasi masalah dan potensi solusi yang dapat diberikan oleh tim penulis. Pada *brainstorming* tersebut Pembina Mompreneurs menyarankan fokus kegiatan pada komunitas PEKKA yang baru dibentuk di Kota Samarinda. Sebagai komunitas yang baru dikembangkan, komunitas ini belum banyak menerima kegiatan pelatihan usaha dan pengembangan yang strategis. Hal ini selaras dengan fokus bidang pengabdian kepada masyarakat tim penulis pada pemberdayaan perempuan. Berdasarkan keselarasan ini, tim penulis kemudian melaksanakan rapat lanjutan dengan Ketua dan Pembina Mompreneurs khususnya komunitas PEKKA untuk mengidentifikasi anggota yang memenuhi kriteria antara lain: perempuan kepala keluarga, memiliki usaha yang berada pada tahap awal pengembangan, berkenan mengembangkan usahanya dalam bentuk Kelompok Usaha Bersama dan memiliki komitmen kuat untuk membangun usaha. Berdasarkan kriteria tersebut, pengurus PEKKA mengajukan 15 orang yang kemudian menjadi peserta dalam program pengembangan wirausaha ini. Para peserta dibagi kedalam 3 Kelompok Usaha Bersama yang berfokus pada usaha amplang, keripik, dan herbal. Rapat lanjutan lainnya dilakukan tim penulis bersama mahasiswa yang akan dilibatkan dalam kegiatan ini untuk menjelaskan tujuan program, bentuk kegiatan pelatihan dan pendampingan, serta durasi pendampingan selama 3 bulan yang nantinya akan dikonversi sebagai pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata sesuai aturan ditetapkan di Universitas Mulawarman. Setelah itu, tim penulis juga melakukan rapat akhir persiapan kegiatan bersama Ketua dan Pembina Mompreneurs serta mahasiswa untuk memastikan seluruh persiapan kegiatan telah sesuai rencana, khususnya untuk kegiatan pertama yaitu Bimbingan Teknis, yang dilanjutkan dengan pelatihan usaha sekaligus pendampingan.

2. Pelaksanaan Kegiatan

Pendampingan Perempuan Kepala Keluarga Melalui Penerapan Teknologi dan Digitalisasi Pemasaran pada Komunitas Mompreneurs di Kota Samarinda dilaksanakan dalam bentuk rangkaian kegiatan yang terdiri atas 3 (tiga) kegiatan utama yaitu bimbingan teknis, pelatihan usaha, dan pendampingan pengembangan usaha.

a. Bimbingan teknis (Bimtek)

Kegiatan bimbingan teknis bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam mengenai aspek-aspek krusial dalam mengelola dan mengembangkan usaha bagi para peserta. Menurut (OECD, 2019) bimbingan teknis memainkan peran penting dalam memberdayakan

perempuan dengan memberikan mereka alat dan keterampilan yang diperlukan untuk mengatasi hambatan dalam bisnis, terutama melalui penggunaan teknologi digital yang dapat membuka akses pasar yang lebih luas, seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Bimtek Manajemen Produksi dan Digitalisasi Pemasaran

Dengan kegiatan bimbingan teknis, peserta memperoleh pengetahuan baru tentang konsep-konsep bisnis yang relevan bagi pengembangan usaha mereka. Peserta juga belajar mengenai pentingnya visi dan tujuan bisnis yang mendasari tujuan jangka Panjang usaha. Selain itu, bimbingan teknis membuat peserta merasa lebih percaya diri dan termotivasi oleh dukungan dan inspirasi yang diberikan narasumber yang ahli dalam bidangnya. Dengan demikian peserta terdorong untuk mengaplikasikan konsep-konsep bisnis yang telah dipelajari dalam usaha mereka.

b. Pelatihan usaha

Pelatihan usaha dilakukan dengan fokus pada tiga kelompok produk yang berbeda: kelompok amplang, kelompok keripik, dan kelompok herbal. Masing-masing kelompok dilatih oleh mentor untuk mengembangkan produk yang siap jual dengan memperhatikan standar kualitas dan daya tarik pasar. Alka et al. (2019) menjelaskan bahwa pelatihan yang diberikan kepada perempuan wirausaha dapat membangun keterampilan praktis yang dibutuhkan untuk meningkatkan kapasitas produksi serta adaptasi terhadap permintaan pasar. Pelatihan ini juga mendorong kolaborasi dan saling berbagi pengetahuan di antara anggota komunitas untuk menciptakan inovasi yang relevan dengan kebutuhan pasar.

Untuk mendukung pelatihan usaha ini, tim pelaksana melibatkan mahasiswa dari Program Studi Ilmu Komunikasi dan Program Studi Administrasi Bisnis untuk menjadi pendamping kelompok usaha. Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi bertanggungjawab untuk mendampingi dan membantu pengembangan branding hingga pemasaran digital melalui media sosial, sementara mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis bertanggungjawab untuk mendampingi dan membantu pemetaan rencana bisnis, serta

pengelolaan bisnis dan keuangan kelompok usaha. Para mahasiswa juga mendapatkan pelatihan dari tim pelaksana yang terdiri atas dosen-dosen di Prorgam Studi Ilmu Komunikasi dan Program Studi Administrasi Bisnis, serta tutor bisnis profesional sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Pelatihan fasilitator dengan mentor

Pada sesi pelatihan usaha ini, peserta yang didampingi oleh mahasiswa dilatih oleh mentor untuk memproduksi produk sesuai dengan bidang usaha kelompoknya. Mentor yang berkolaborasi dengan tim pelaksana merupakan pengusaha skala rumah tangga yang telah menjalankan usaha secara mandiri, sehingga memahami proses pembuatan produk yang berkualitas disertai tips-tips pengelolaan agar produk tahan lama dan siap untuk dijual. Dengan pelatihan ini, peserta juga memperoleh keterampilan teknis untuk membuat produk yang inovatif mengingat sudah banyak produk amplang, keripik dan herbal di pasaran, misalnya dengan membuat inovasi amplang pedas dalam bentuk *stick*, berbeda dengan amplang umum yang berbentuk bulat atau lonjong. Kegiatan pelatihan ini membuat peserta menjadi lebih termotivasi untuk menciptakan produk yang siap dipasarkan mulai dari produk dalam skala kecil, dan menerima umpan balik dari para mentor untuk meningkatkan kualitas produk di pasar. Untuk mendukung pelatihan usaha ini, tim pelaksana memberikan bantuan modal awal dan peralatan usaha yang dibutuhkan untuk menjalankan pembuatan produk sampai dengan pengemasannya sesuai bidang usaha yang dijalankan kelompok. Dukungan ini diharapkan dapat membangkitkan semangat dan rasa tanggung jawab peserta untuk mencapai tujuan program pendampingan yang telah disepakati bersama.

c. Pendampingan pengembangan usaha

Pendampingan pengembangan usaha dilakukan secara intensif, di mana setiap kelompok diwajibkan untuk mengisi *workbook* yang berisi langkah-langkah pengembangan usaha. Setiap kelompok didampingi oleh dua mahasiswa, masing-masing dari Program Studi Ilmu

Komunikasi dan Program Studi Administrasi Bisnis. Kegiatan pendampingan salah satunya dilakukan dengan pertemuan rutin di *basecamp* kelompok usaha seperti ditunjukkan pada Gambar 3. Blundel et al. (2021) menjelaskan bahwa pendampingan yang baik harus melibatkan penyesuaian materi sesuai dengan kebutuhan peserta, yang membantu mereka mengatasi kendala operasional dan memperkuat keterampilan bisnis. Pendekatan ini memastikan bahwa kelompok-kelompok tersebut tidak hanya memiliki keterampilan teknis, tetapi juga strategi bisnis yang matang untuk mengembangkan usaha mereka ke tahap berikutnya.



Gambar 3. Kegiatan Pendampingan

Melalui pendampingan ini, peserta memperoleh wawasan strategis tentang langkah-langkah pengembangan usaha dan pengelolaan sumber daya secara efisien. Pendampingan pengembangan usaha yang intensif juga memberikan dukungan emosional dan moral kepada peserta yang selama ini menjadi salah satu hambatan dalam pengembangan bisnis wirausaha perempuan. Dengan demikian, peserta mampu mengambil tindakan konkret untuk mengembangkan usaha, seperti pengembangan jaringan kemitraan dan pemasaran melalui media digital yang perancangan serta implementasinya dibantu oleh mahasiswa.

3. Pasca Kegiatan

Setelah seluruh rangkaian kegiatan dilaksanakan, tim penulis melakukan beberapa kegiatan antara lain evaluasi akhir kegiatan bersama mitra Mompreneurs dan mahasiswa, serta analisis peningkatan pengetahuan yang hasilnya dijelaskan pada bagian selanjutnya. Selain itu, pada tahap ini tim penulis juga memastikan bukti-bukti pelaksanaan kegiatan telah selesai dilengkapi sesuai dengan rencana awal. Beberapa bukti pelaksanaan yang dituntaskan pada tahap ini antara lain publikasi berita pada media *online*, pengajuan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) untuk modul pendampingan, publikasi pada jurnal nasional terakreditasi, serta penyelesaian video kegiatan yang dipublikasikan melalui akun YouTube

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Mulawarman.

4. Monitoring dan Evaluasi Kegiatan

Monitoring dan evaluasi dalam program ini dilakukan melalui pendekatan formatif dan sumatif untuk memastikan efektivitas dan keberhasilan kegiatan. Monitoring formatif dilakukan selama setiap sesi kegiatan berlangsung, menggunakan metode tes lisan dan praktek langsung. Dalam bimbingan teknis, peserta diberikan tes lisan untuk mengukur pemahaman mereka mengenai materi yang disampaikan. Selain itu, peserta juga diminta untuk melakukan praktek sederhana, anatara lain praktek penyusunan visi dan tujuan usaha, serta praktek penyusunan pengelolaan keuangan.

Dalam kegiatan pelatihan usaha, evaluasi formatif dilakukan dengan menilai kemampuan peserta secara langsung dalam memproduksi produk siap jual, Dimana setiap kelompok (kelompok amplang, keripik dan herbal) diuji melalui simulasi proses produksi di bawah pengawasan mentor. Peserta diminta untuk mempraktekkan proses pembuatan produk sesuai arahan dari mentor. Dalam kegiatan pendampingan pengembangan usaha, peserta diminta untuk menyelesaikan *worksheet* langkah-langkah pengembangan usaha dan didampingi untuk memastikan setiap tahapan dilakukan dengan benar. Evaluasi sumatif dilakukan di awal dan akhir program untuk mengukur keberhasilan program secara keseluruhan. Hasil evaluasi sumatif digunakan sebagai dasar untuk menentukan keberhasilan program dan menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan di masa datang.

Tabel 1. Hasil Tes Awal dan Tes Akhir

Dimensi pengetahuan	Rata-rata jawaban benar pada tes awal	Rata-rata jawaban benar pada tes akhir
<i>Ultimate vision</i> usaha	13%	91%
<i>Branding</i>	18%	93%
Pengembangan produk	16%	100%
Pengelolaan keuangan	20%	96%
Pemasaran melalui media digital	13%	98%
Rata-rata	16%	96%

Peningkatan pengetahuan mitra ditunjukkan pada Tabel 1 di atas. Tes dilakukan untuk mengukur pengetahuan awal peserta sebelum dilaksanakannya rangkaian kegiatan serta di akhir setelah mengikuti program, dengan menggunakan 5 dimensi yaitu pengetahuan terkait *ultimate vision* usaha, *branding*, pengembangan produk, pengelolaan keuangan, serta pemasaran melalui media digital yang disampaikan dalam kegiatan bimbingan teknis, serta dipraktekkan melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan usaha. Secara umum, hasil tes akhir menunjukkan peningkatan pengetahuan rata-rata sebesar 80% dari hasil tes awal.

Tabel 2. Data Kuantitatif Kinerja Usaha Sebelum dan Setelah Program

Kelompok Usaha	Produksi Sebelum Program	Produksi Setelah Program	Omzet Sebelum Program	Omzet Setelah Program	Distribusi Produk Sebelum Program	Distribusi Produk Setelah Program
KUB Amplang “Sekawan”	100 pieces	125 pieces	Rp2.000.000	Rp2.500.000	Penjualan lokal tanpa pemasaran digital	Melalui media sosial dan marketplace
KUB Herbal “Segarin Samarinda”	50 pieces	68 pieces	Rp1.000.000	Rp1.350.000	Penjualan lokal tanpa pemasaran digital	Penjualan melalui Instagram dan & WhatsApp Business
KUB Keripik Singkong “Rumpies”	200 bungkus	240 bungkus	Rp2.500.000	Rp3.000.000	Penjualan lokal tanpa pemasaran digital	Melalui media sosial & e-commerce

Dari Tabel 2 di atas terlihat bahwa program ini cukup berhasil meningkatkan produksi dan omzet para peserta. Peningkatan omzet rata-rata sebesar 20-35% menunjukkan dampak positif dari implementasi teknologi digital dan bimbingan teknis yang diberikan.

5. Kendala yang Dihadapi

Dalam pelaksanaan program pemberdayaan PEKKA, sejumlah kendala dihadapi selama kegiatan berlangsung. Salah satu tantangan utama adalah kurangnya komitmen keterlibatan beberapa peserta dalam kelompok. Beberapa peserta tampak sulit untuk bekerjasama dan kurang responsif terhadap arahan mentor maupun pendamping, yang menghambat kemajuan kelompok secara keseluruhan. Selain itu, keterampilan digital peserta khususnya dalam pembuatan konten promosi dan pengelolaan media sosial masih perlu ditingkatkan, sehingga mengharuskan pendamping untuk memberikan bimbingan secara bertahap agar peserta dapat memahami dasar-dasar pemasaran digital.

Hal lain yang menjadi kendala adalah kurangnya kemampuan kelompok untuk melahirkan inovasi produk secara mandiri dikarenakan masih terdapat rasa ragu untuk mencoba hal-hal baru sehingga cenderung bertahan dengan ide-ide yang sudah ada dan enggan membuat produk yang benar-benar berbeda. Disamping itu, keterbatasan modal dan dukungan materiil juga menjadi tantangan yang signifikan. Kelompok menghadapi kesulitan untuk memperluas usaha mereka karena keterbatasan dana dan sumber daya yang tersedia. Semua kendala ini mempengaruhi kecepatan dan efektivitas pelaksanaan program, sehingga memerlukan pendekatan yang lebih fleksibel dan adaptif.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Program pemberdayaan PEKKA melalui penerapan teknologi dan digitalisasi pemasaran pada komunitas Mompreneurs di Kota Samarinda berhasil memberikan dampak positif bagi para peserta, terutama dalam peningkatan pengetahuan, keterampilan teknis dan motivasi mereka untuk mengembangkan usaha. Melalui bimbingan teknis, pelatihan usaha dan pendampingan pengembangan usaha dengan peningkatan omzet 20%-35%, peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang manajemen bisnis, penggunaan media digital untuk promosi, serta strategi pengembangan produk sebesar 80%. Namun, beberapa kendala seperti komitmen keterlibatan beberapa peserta, keterbatasan keterampilan digital, dan kurangnya inovasi produk masih menjadi tantangan yang perlu diatasi.

Untuk meningkatkan efektivitas program di masa mendatang, beberapa langkah perbaikan dapat dipertimbangkan. Pertama, perlunya pendekatan yang lebih personal dalam mengatasi peserta yang kurang terlibat, dengan meningkatkan komunikasi serta mendorong keterlibatan aktif mereka di dalam kelompok. Kedua, bimbingan keterampilan digital harus diberikan secara lebih intensif, terutama dalam pembuatan konten promosi dan pengelolaan media sosial, sehingga peserta dapat lebih mandiri dalam menggunakan teknologi untuk pemasaran. Ketiga, program pelatihan perlu lebih mendorong keberanian peserta untuk berinovasi dan berkreasi menghasilkan produk yang berbeda dari yang telah umum di pasaran. Terakhir, upaya kolaborasi dengan lembaga pendanaan atau sponsor lokal dapat diupayakan untuk memberikan akses modal yang lebih baik bagi peserta dalam mengembangkan usaha mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat, *Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi*, yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga dapat memberikan manfaat bagi peserta dalam kerangka pemberdayaan perempuan di Kota Samarinda. Serta pengurus Komunitas Mompreneurs Kota Samarinda atas kerjasama dan partisipasinya dalam mendukung pelaksanaan program pemberdayaan ini, serta kontribusi mereka dalam menyediakan platform dan komunitas yang memungkinkan para peserta untuk berkembang dan mengimplementasikan keterampilan baru mereka.

DAFTAR RUJUKAN

- Alka, T. A., Sreenivasan, A., & Suresh, M. (2019). Rural Women's Entrepreneurship in the Digital Age. *ICT: Applications and Social Interfaces (ICTCS 2023)*, 908, 421–431. https://doi.org/10.1007/978-981-97-0210-7_34
- Ampa, A. T., Widjaja, S. U. M., Wahyono, H., & Utomo, S. H. (2023). Structural Model Effect of Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Motivation on Business Success for Mompreneurs in the City of Makassar. *Journal of*

- Higher Education Theory and Practice*, 23(2), 84–100.
<https://doi.org/10.33423/jhetp.v23i2.5826>
- Asih, R. R. M. B. (2024, February 12). *Pendamping UMKM Berbagi Cerita: Windie Karina Farmawati, Fokus Pemberdayaan Ekonomi Perempuan* [Online news website]. <https://www.prokal.co/>.
<https://www.prokal.co/bisnis/1774150064/pendamping-umkm-berbagi-cerita-windie-karina-farmawatifokus-pemberdayaan-ekonomi-perempuan?page=2>
- Azra, F. E. A. (2023). How To Drive Women Entrepreneurship And Empowerment Through Digital Technology? Quadruple Helix Approach. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 9481–9493.
<https://doi.org/10.37385/msej.v4i6.3792>
- Blundel, R., Lockett, N., & Wang, C. (2021). *Exploring entrepreneurship: Practices and perspectives*. Oxford University Press.
- Capel, T., Vyas, D., & Brereton, M. (2017). Women in Crisis Situations: Empowering and Supporting Women Through ICTs. *Lecture Notes in Computer Science*, 10514, 64–84. https://doi.org/10.1007/978-3-319-67684-5_5
- Dharmayanti, N., Fatkar, B., & Ratnasari, A. (2022). The Influence of the Digital Economy and Women's Empowerment on the Family Economy. *Sawwa: Jurnal Studi Gender*, 17(1), 47–76. <https://doi.org/10.21580/sa.v17i1.11300>
- Fauzia, A., & Hidayati, S. (2023). *Improving Digital Literacy of Rural Women Entrepreneurs in Indonesia*. 1–5.
<https://doi.org/10.1109/CITSM60085.2023.10455473>
- Juwita, R., Arsyad, A. W., & Alfando, J. (2020). MSMEs Empowerment Communication in New Normal Era: The Case of Mini University Kaltim Preneurs in East Kalimantan, Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 3(4), 3754–3765.
<https://doi.org/10.33258/birci.v3i4.1439>
- Juwita, R., Rahayu, D., Nimatu Rohmah, A., & Dhemas Pawae, R. (2024). Unlocking Women's Empowerment towards Digital Inclusivity in East Kalimantan through Digital Competence Evaluation. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 27, 260.
- Kaliya, E. (2018, March 17). *Amplifying Women's Voices and equal partnership in the realization of the 2030 agenda for Sustainable Development*. Commission on the Status of Women Sixtieth Session Women's empowerment and its link to sustainable development.
<https://www.unwomen.org/sites/default/files/Headquarters/Attachments/Sections/CSW/60/meetings/Emma%20Kaliya%20-%20Partnership%20and%20Multistakeholder%20Panel.pdf>
- Landor, J. (2020). Mompreneurus: Economics, parenting and identity. *Travail et Emploi, 2020 (Special Edition), HS 2020(2)*, 121–141.
<http://dx.doi.org/10.4000/travailemploi.10041>
- Nurgina, S., Kuswana, D., & Rahmawaty, I. S. (2021). Pemberdayaan Perempuan melalui Perempuan Kepala Keluarga dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga. *Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 6(1), 21–42.
<https://doi.org/10.15575/tamkin.v6i1.23943>
- OECD. (2019). *Digital opportunities for women in entrepreneurship. Organisation for Economic Co-operation and Development*. OECD.
<https://www.oecd.org/gender/digital-opportunities-women-entrepreneurship.pdf>
- Our World in Data Team. (2023, July 18). *Sustainable Development Goal 5: Achieve gender equality and empower all women and girls*. <https://ourworldindata.org/>.
<https://ourworldindata.org/sdgs/gender-equality>
- Pekka. (2022). *Sejarah Pemberdayaan Perempuan Kepala Keluarga*. <https://pekka.or.id/>. <https://pekka.or.id/latar-belakang/>

Rohmah, A., Abiyu, K. Y., Elisa, C., Nurasimah, Pasapan, N. L., Safika, Firdaus, M. N., & Permatasari, N. R. (2022). Adopsi Inovasi Layanan Online di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Samarinda. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 20(01), 47–60. <https://doi.org/10.46937/20202239408>