

Strategi Pemberdayaan Perempuan dalam Menunjang Ekonomi Kreatif dalam Perspektif UKM

DOI: <https://doi.org/10.32509/abdimoestopo.v9i1.6275>

Jubery Marwan*, Franky, Michael Adhi Nugroho, Zahera Mega Utama, Rathoyo Rasdan, Rahayu

Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)
Jl. Hang Lekir I No.8, RT.1/RW.3, Gelora, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10270

*Email Korespondensi: juberymarwan@dsn.moestopo.ac.id

Abstract - This Community Service Program aims to formulate a women's empowerment strategy to support the creative economy based on small and micro enterprises in urban areas. Through a participatory and contextual approach, this activity was carried out in Pondok Labu Village, South Jakarta, involving women micro-entrepreneurs as active partners. The implementation methodology included identifying community needs, designing training modules, conducting training and mentoring, and evaluating the activity's outcomes qualitatively and quantitatively. The results indicated that women SMEs face significant barriers in digital literacy, online marketing, access to capital, and business networks. Interventions through locally based training and community mentoring resulted in a 63% increase in digital knowledge and participants' success in utilizing e-commerce platforms such as TikTok Shop and Shopee. Furthermore, this program encouraged the formation of community business networks, strengthened local product identity, and increased women's self-confidence and leadership. The program's impact extends beyond individual impacts to strengthening an inclusive and sustainable local economic ecosystem. These results confirm that a holistic, contextual, and participatory women's empowerment strategy is highly effective in driving SME-based socio-economic transformation.

Keywords: Women's Empowerment; Creative Economy; SMEs

Abstrak - Program Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk merumuskan strategi pemberdayaan perempuan dalam mendukung ekonomi kreatif berbasis usaha kecil dan mikro di wilayah urban. Melalui pendekatan partisipatif dan kontekstual, kegiatan ini dilaksanakan di Kelurahan Pondok Labu, Jakarta Selatan, dengan melibatkan perempuan pelaku usaha mikro sebagai mitra aktif. Metodologi pelaksanaan meliputi identifikasi kebutuhan komunitas, perancangan modul pelatihan, pelaksanaan pelatihan dan mentoring, serta evaluasi hasil kegiatan secara kualitatif dan kuantitatif. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa perempuan pelaku UKM menghadapi hambatan signifikan dalam hal literasi digital, pemasaran daring, akses permodalan, dan jejaring usaha. Intervensi melalui pelatihan berbasis kebutuhan lokal dan mentoring komunitas menghasilkan peningkatan pengetahuan digital sebesar 63% dan keberhasilan peserta dalam memanfaatkan platform e-commerce seperti TikTok Shop dan Shopee. Di samping itu, program ini mendorong terbentuknya jejaring usaha komunitas, penguatan identitas produk lokal, serta peningkatan rasa percaya diri dan kepemimpinan perempuan. Dampak program tidak hanya bersifat individual, tetapi juga memperkuat ekosistem ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan. Hasil ini menegaskan bahwa strategi pemberdayaan perempuan yang holistik, kontekstual, dan partisipatif sangat efektif dalam mendorong transformasi sosial ekonomi berbasis UKM.

Kata kunci: Pemberdayaan Perempuan; Ekonomi Kreatif; UKM

I. PENDAHULUAN

Perempuan memainkan peran strategis dalam pembangunan ekonomi, terutama dalam sektor ekonomi kreatif yang berkembang pesat di era digital. Di Indonesia, kontribusi perempuan terhadap sektor ekonomi kreatif terus meningkat, bahkan mendominasi dengan persentase sebesar 68,25% pada tahun 2024. Namun, meskipun secara kuantitas signifikan, sebagian besar usaha yang dijalankan perempuan masih berada pada kategori mikro, informal, dan menghadapi berbagai kendala struktural seperti keterbatasan akses permodalan, pemasaran, pelatihan, serta rendahnya dukungan kelembagaan dan kebijakan inklusif.

Tantangan-tantangan tersebut tidak hanya berdampak pada kapasitas perempuan dalam mengembangkan usaha, tetapi juga pada daya saing produk lokal yang dihasilkan. Perempuan pelaku usaha mikro dan kecil sering kali terjebak dalam peran ganda sebagai pencari nafkah dan pengelola rumah tangga, yang membuat mereka memiliki keterbatasan waktu dan sumber daya untuk meningkatkan kapasitas usahanya. Ketimpangan ini menimbulkan kesenjangan dalam hal akses terhadap pelatihan keterampilan, penggunaan teknologi digital, hingga keberlanjutan usaha dalam ekosistem ekonomi yang kompetitif. Oleh karena itu, pemberdayaan perempuan bukan hanya menjadi wacana kesetaraan gender, tetapi juga menjadi agenda strategis dalam penguatan ekonomi kreatif nasional berbasis UKM.

Tabel 1 Pertumbuhan Indeks Penjualan Riil (IPR) Kota Jakarta

Bulan	IPR 2022	IPR 2023	Month to month 2023	Year to year 2022-2023
Januari	48,4	49,9	-1,0	3,0
Februari	45,6	50,5	1,2	10,7
Maret	47,1	51,3	1,6	8,9
April	48,5	54,1	5,4	11,4
Mei	49,0	53,5	-1,1	9,1
Juni	51,0	54,4	1,7	6,5
Juli	50,6	54,1	-0,5	6,9
Agustus	49,3	54,5	0,8	10,5
September	46,8	54,0	-1,0	15,3
Rata-rata	48,48	52,9		

Tabel Indeks Pemberdayaan Perempuan (IPR) menunjukkan peningkatan rata-rata dari 48,48 pada 2022 menjadi 52,9 pada 2023, mencerminkan kemajuan pemberdayaan perempuan secara nasional. Peningkatan signifikan year-to-year terjadi pada bulan September (15,3 poin), April (11,4 poin), dan Februari (10,7 poin), mengindikasikan adanya perbaikan akses dan partisipasi perempuan dalam bidang sosial dan ekonomi, termasuk sektor ekonomi kreatif. Namun demikian, fluktuasi month-to-month menunjukkan tren yang tidak konsisten, seperti penurunan pada Januari, Mei, Juli, dan September 2023, yang menandakan masih adanya tantangan struktural dalam pemberdayaan perempuan. Fenomena ini memperlihatkan bahwa keberhasilan pemberdayaan perempuan tidak bersifat linier dan memerlukan strategi intervensi yang berkelanjutan. Dalam konteks UKM, perempuan masih menghadapi hambatan seperti keterbatasan literasi digital, akses pembiayaan, dan jejaring usaha yang lemah. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemberdayaan yang tidak hanya fokus pada angka makro, tetapi juga

memperkuat kapasitas kewirausahaan perempuan secara mikro. Data ini menjadi dasar penting dalam mendesain kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) berbasis ekonomi kreatif, dengan pendekatan yang kontekstual, inklusif, dan berbasis kebutuhan komunitas perempuan pelaku UKM.

Ekonomi kreatif sebagai sektor unggulan dalam pembangunan ekonomi nasional berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta memperkuat identitas budaya lokal. Pemerintah melalui berbagai inisiatif dan platform digital telah memberikan ruang bagi pelaku UKM, namun perempuan masih menghadapi tantangan spesifik yang membutuhkan strategi pemberdayaan yang komprehensif dan berbasis kebutuhan lokal. Dalam konteks urban seperti Jakarta Selatan, khususnya di Kelurahan Pondok Labu, pelaku usaha perempuan menunjukkan potensi besar dalam memproduksi produk-produk kreatif, tetapi masih terbatas dalam hal promosi, pengemasan, branding, dan digital marketing.

Keberadaan platform digital seperti TikTok Shop, Shopee, dan Lazada belum sepenuhnya dioptimalkan oleh perempuan pelaku UKM, karena kurangnya literasi digital, kepercayaan diri, dan dukungan ekosistem bisnis yang ramah gender. Oleh karena itu, penting untuk merancang strategi pemberdayaan perempuan yang terintegrasi, mulai dari pelatihan keterampilan teknis dan soft skills, akses permodalan, mentoring, pengembangan produk lokal, hingga kolaborasi komunitas dan advokasi kebijakan lokal.

Pemberdayaan perempuan dalam ekonomi kreatif merupakan proses multidimensi yang mencakup peningkatan kapasitas individu, transformasi sosial, serta penguatan struktur ekonomi lokal. Menurut Sachs et al., (2019), pemberdayaan ekonomi perempuan tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan keluarga, tetapi juga memperkuat stabilitas sosial dan kualitas hidup komunitas. Dalam konteks ekonomi kreatif, perempuan memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk terlibat dalam kegiatan berbasis budaya, seni, kerajinan, dan kuliner yang memiliki nilai ekonomi lokal yang kuat (Sundari et al., 2025; UNCTAD, 2014).

Studi oleh Acharya & Anand, (2023) menekankan pentingnya literasi digital sebagai komponen utama dalam pemberdayaan perempuan, terutama dalam menghadapi tantangan era e-commerce dan globalisasi pasar. Lebih lanjut, penelitian oleh (Joseph et al., 2020) menunjukkan bahwa dukungan struktural seperti kebijakan pro-gender, akses pembiayaan mikro, dan pelatihan berkelanjutan menjadi faktor determinan kesuksesan usaha perempuan di sektor informal dan mikro. Penelitian oleh Wulandari et al., (2024) di Indonesia juga mengungkapkan bahwa mentoring dan komunitas perempuan wirausaha memiliki dampak signifikan dalam membangun kepercayaan diri, jaringan bisnis, dan inovasi produk kreatif.

Namun demikian, pemberdayaan tidak dapat dilakukan secara parsial atau sekadar berorientasi pada pelatihan teknis, melainkan harus mencakup intervensi sosial yang mendorong perubahan persepsi terhadap peran perempuan, pemberian ruang kepemimpinan, serta peningkatan kemampuan adaptasi dalam ekosistem ekonomi digital yang terus berkembang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi pemberdayaan perempuan dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif di wilayah urban berbasis UKM. Fokus utama penelitian ini adalah (1) Menggali tantangan yang dihadapi oleh perempuan pelaku usaha kecil dan mikro dalam mengembangkan usahanya. (2) Menganalisis efektivitas pendekatan-pendekatan pemberdayaan, seperti pelatihan, akses permodalan, digitalisasi pemasaran, dan mentoring berbasis komunitas. (3) Merumuskan rekomendasi strategi pemberdayaan yang kontekstual, inklusif, dan berkelanjutan, berdasarkan karakteristik sosial dan ekonomi perempuan pelaku UKM di wilayah perkotaan.

Novelty dari penelitian ini terletak pada pendekatan kontekstual dan partisipatif dalam merancang strategi pemberdayaan perempuan yang terintegrasi dalam sistem ekonomi kreatif lokal berbasis UKM. Tidak seperti penelitian terdahulu yang cenderung menekankan aspek individual atau kebijakan makro, penelitian ini memadukan dimensi pelatihan teknis, pengembangan komunitas, akses ke teknologi digital, serta advokasi kebijakan berbasis lokal sebagai satu kesatuan strategi pemberdayaan. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya interaksi antaraktor—baik pemerintah, swasta, komunitas, maupun lembaga keuangan—dalam membentuk ekosistem ekonomi kreatif yang inklusif dan berkelanjutan. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam literatur pemberdayaan perempuan serta implikasi praktis bagi perumusan kebijakan pembangunan ekonomi kreatif berbasis gender dan kewirausahaan sosial.

II. METODE PELAKSANAAN

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini menggunakan pendekatan **partisipatif kontekstual**, dengan melibatkan komunitas perempuan pelaku UKM sebagai mitra aktif dalam setiap tahapan pelaksanaan. Pendekatan ini dipilih untuk menghindari sifat top-down dalam intervensi sosial, serta untuk memastikan bahwa setiap program yang dijalankan relevan dengan kebutuhan lokal (Anisyah et al., 2025). Desain kegiatan bersifat deskriptif-kualitatif, bertujuan untuk menggali secara mendalam kondisi aktual, tantangan, dan potensi perempuan pelaku UKM dalam pengembangan ekonomi kreatif, serta merumuskan solusi pemberdayaan yang aplikatif.

Metode pelaksanaan PkM dilaksanakan dalam lima tahapan utama:

- 1. Identifikasi dan Pemetaan Masalah**

Kegiatan awal dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan pelaku usaha mikro perempuan di Kelurahan Pondok Labu, Jakarta Selatan. Tujuannya adalah memetakan kondisi sosial-ekonomi, hambatan usaha, serta kebutuhan keterampilan dan akses digital.

- 2. Perancangan Modul dan Kurikulum Intervensi**

Berdasarkan hasil identifikasi, tim menyusun modul pelatihan yang meliputi pelatihan literasi digital, strategi pemasaran produk kreatif, penguatan branding, serta akses permodalan mikro. Kurikulum pelatihan ini disusun berbasis pendekatan kebutuhan (need-based training), sebagaimana disarankan oleh Fauzia & Arif, (2025) untuk memastikan intervensi relevan dan berkelanjutan.

- 3. Pelaksanaan Program Pemberdayaan**

Program pelatihan dilaksanakan secara luring dan daring selama dua minggu, dengan sesi yang mencakup pelatihan teknis, praktik langsung, mentoring kelompok, serta dialog interaktif dengan pelaku usaha sukses. Strategi mentoring komunitas digunakan untuk membangun kepercayaan diri dan jejaring antarperempuan pelaku UKM (Anisyah et al., 2025).

- 4. Monitoring dan Evaluasi Program**

Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta terhadap materi pelatihan. Selain itu, wawancara tindak lanjut dan lembar umpan balik digunakan untuk mengukur kepuasan peserta dan efektivitas modul. Analisis dilakukan dengan pendekatan tematik dan deskriptif untuk menangkap dampak perubahan kualitatif.

5. **Diseminasi dan Rekomendasi Kebijakan**

Hasil kegiatan didiseminasikan melalui forum komunitas lokal, laporan kepada pemerintah daerah, serta pengembangan policy brief yang berisi rekomendasi strategi pemberdayaan perempuan di sektor UKM berbasis ekonomi kreatif. Ini penting untuk mendorong replikasi dan integrasi dalam kebijakan pembangunan ekonomi lokal (Adhuze & Ogunbona, 2025).

Data dikumpulkan menggunakan metode triangulasi, yaitu observasi partisipatif, kuesioner, dan wawancara mendalam. Analisis data dilakukan melalui pendekatan analisis tematik, yang memungkinkan peneliti mengidentifikasi pola-pola utama dalam narasi peserta, serta analisis deskriptif kuantitatif untuk menggambarkan perubahan skor hasil pre-post pelatihan. Pendekatan triangulasi ini menjamin validitas temuan dan memperkuat kualitas inferensi (Acharya & Anand, 2023).

Untuk memastikan validitas proses PkM, dilakukan sesi refleksi pasca-pelatihan antara peserta dan fasilitator. Selain itu, kerangka teoritis pemberdayaan perempuan berbasis komunitas digunakan sebagai dasar perancangan strategi (Sundari et al., 2025). Dengan demikian, metode ini mengintegrasikan aspek teoritis dan praktis dalam menjawab kebutuhan riil pelaku UKM perempuan.

Metodologi PkM ini tidak hanya menekankan pada keterampilan teknis semata, tetapi juga perubahan struktural yang memungkinkan perempuan mengakses pasar digital dan modal sosial secara lebih luas. Penekanan pada pemberdayaan berbasis komunitas serta strategi lintas sektor menjadi nilai tambah dari pendekatan ini (Ojediran & Anderson, 2020). Hasilnya diharapkan tidak hanya berdampak pada individu, tetapi juga pada lingkungan sosial dan ekonomi lokal secara kolektif.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Temuan Kegiatan PkM

1.1 Pemetaan Masalah dan Kebutuhan Komunitas

Hasil observasi lapangan dan wawancara awal terhadap 25 perempuan pelaku UKM di Kelurahan Pondok Labu menunjukkan bahwa sebagian besar responden (84%) menjalankan usaha dalam sektor makanan, kerajinan tangan, dan fashion rumahan. Namun, hampir 68% dari mereka belum menggunakan platform digital untuk pemasaran produk secara optimal. Sebagian besar masih bergantung pada metode penjualan konvensional, seperti mulut ke mulut dan bazar lokal, yang berdampak pada jangkauan pasar yang sangat terbatas.

Sebanyak 72% pelaku usaha menyatakan mengalami kesulitan dalam memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce, dikarenakan minimnya pengetahuan digital, keterbatasan perangkat, dan rendahnya rasa percaya diri. Sebaliknya, mereka menunjukkan motivasi tinggi untuk belajar, terutama jika pelatihan dilakukan dalam bentuk praktis, terstruktur, dan sesuai dengan kebutuhan harian mereka.

Tantangan utama yang ditemukan meliputi:

- **Literasi digital rendah (70%)**
- **Minimnya modal usaha (56%)**
- **Kurangnya jejaring bisnis dan mitra usaha (52%)**
- **Tidak adanya pendampingan berkelanjutan (80%)**

Hasil ini memperkuat urgensi pendekatan partisipatif dalam strategi pemberdayaan yang tidak hanya mengandalkan pelatihan formal, tetapi juga membangun ekosistem komunitas yang suportif dan kolaboratif.

1.2 Hasil Pelatihan dan Intervensi

Setelah dilaksanakan program pelatihan dan mentoring selama dua minggu, terdapat peningkatan signifikan dalam aspek pengetahuan dan keterampilan peserta. Berdasarkan pre-test dan post-test, terjadi peningkatan rata-rata skor pemahaman digital sebesar 63% pada akhir program. Dalam praktiknya, sebanyak 18 dari 25 peserta mampu membuat akun bisnis di Shopee dan TikTok Shop, serta mempraktikkan teknik dasar promosi visual menggunakan aplikasi desain gratis.

Selain itu, pelatihan pengemasan dan branding menghasilkan output berupa 10 produk unggulan lokal yang telah dikemas ulang dengan tampilan yang lebih menarik dan narasi produk yang menggambarkan nilai budaya lokal. Produk-produk ini kemudian dipamerkan dalam mini bazar lokal dan mendapatkan respons positif dari pembeli dan komunitas lokal.

Kegiatan mentoring kelompok juga berdampak signifikan terhadap peningkatan kepercayaan diri peserta. Dalam sesi refleksi, sebagian besar peserta menyampaikan bahwa mereka merasa lebih dihargai, termotivasi, dan optimis menjalankan usaha setelah mendapatkan bimbingan dari pelaku UKM sukses dan fasilitator program.

1.3 Hasil Monitoring dan Evaluasi

Melalui kuesioner evaluasi program, diperoleh data bahwa 92% peserta merasa puas dengan pelatihan yang diberikan, terutama pada materi pemasaran digital dan strategi membangun merek. Namun, terdapat catatan bahwa beberapa peserta (sekitar 24%) masih memerlukan bimbingan lanjutan, khususnya dalam aspek manajemen keuangan usaha dan pembuatan konten digital.

Temuan lainnya adalah perlunya kolaborasi lebih intens dengan pihak swasta dan instansi pemerintah untuk mendukung akses pembiayaan, karena sebagian besar peserta masih menggunakan dana pribadi sebagai modal usaha. Oleh karena itu, integrasi program PkM dengan lembaga keuangan mikro dan koperasi perempuan lokal menjadi arah pengembangan lanjutan yang sangat penting.

2. Pembahasan

2.1 Strategi Intervensi Partisipatif dan Relevansi Kontekstual

Pendekatan berbasis kebutuhan (need-based intervention) yang digunakan dalam kegiatan ini terbukti efektif dalam menjawab persoalan nyata perempuan pelaku UKM. Penyesuaian modul dengan kondisi sosial-ekonomi peserta menjadikan proses pembelajaran lebih membumi dan mudah diterapkan. Ini sejalan dengan temuan Ojediran & Anderson, (2020) yang menekankan pentingnya relevansi lokal dalam desain pelatihan berbasis komunitas sebagai kunci keberlanjutan usaha perempuan di sektor informal.

Pendekatan partisipatif juga menghindarkan program dari kesan top-down, yang sering kali menjadi hambatan dalam keberhasilan program-program pemberdayaan sebelumnya. Dengan melibatkan peserta sejak tahap perencanaan hingga refleksi hasil, kegiatan ini membangun rasa kepemilikan terhadap program, yang menurut (Munirah et al., 2024) adalah kunci dalam mempertahankan semangat kewirausahaan perempuan pasca-intervensi.

2.2 Peningkatan Literasi Digital sebagai Faktor Transformasi Ekonomi

Hasil peningkatan literasi digital peserta menandai bahwa pelatihan yang berbasis praktik, seperti penggunaan langsung platform e-commerce, pembuatan konten promosi visual, dan simulasi penjualan online, lebih efektif dibanding pendekatan teoritis semata. Literasi digital tidak hanya berfungsi sebagai alat teknis, tetapi juga sebagai sarana untuk membuka akses pasar, memperluas jaringan, dan memperkuat posisi tawar pelaku usaha perempuan.

Studi oleh Acharya & Anand, (2023) menyatakan bahwa peningkatan literasi digital dapat mendorong kemandirian ekonomi perempuan dan menjadi katalisator perubahan sosial, terutama di masyarakat urban yang berbasis teknologi. Dalam konteks ini, perempuan yang sebelumnya mengalami keterbatasan mobilitas dapat menggunakan teknologi sebagai jembatan untuk membangun usaha dari rumah secara produktif.

2.3 Penguatan Branding dan Identitas Produk Lokal

Aspek branding menjadi salah satu fokus yang mendapatkan perhatian besar dalam pelatihan. Perempuan pelaku UKM umumnya memiliki produk dengan kualitas yang baik, namun kurang mampu mengomunikasikan nilai dan keunggulan produknya. Dengan pelatihan storytelling produk, desain kemasan, dan simulasi visualisasi brand, peserta belajar bagaimana membangun identitas produk yang kuat dan berdaya saing.

Hal ini senada dengan temuan Sundari et al., (2025) yang menyatakan bahwa kekuatan ekonomi kreatif lokal sering kali tidak terletak pada skala produksi, tetapi pada nilai budaya dan cerita lokal yang dikemas dalam produk tersebut. Dengan demikian, penguatan kapasitas dalam aspek branding tidak hanya meningkatkan nilai ekonomi produk, tetapi juga memperkuat identitas komunitas.

2.4 Komunitas dan Mentoring sebagai Pilar Pemberdayaan

Salah satu temuan penting dalam kegiatan ini adalah peran strategis dari komunitas dan sistem mentoring dalam membangun rasa percaya diri peserta. Banyak perempuan pelaku UKM merasa terisolasi dalam perjuangan usahanya. Adanya fasilitasi kelompok diskusi dan pertemuan rutin antar peserta memberikan ruang untuk berbagi, belajar, dan membangun jejaring usaha.

Model ini mengafirmasi hasil penelitian Munirah et al., (2024) bahwa komunitas perempuan wirausaha merupakan ekosistem sosial yang mendorong inovasi, kolaborasi, dan resiliensi terhadap tantangan usaha. Bahkan, beberapa peserta yang sebelumnya tidak saling mengenal telah menjalin kerja sama dalam distribusi produk dan pengelolaan promosi bersama pasca kegiatan.

2.5 Implikasi Struktural: Akses Permodalan dan Kebijakan Inklusif

Meskipun aspek kapasitas individu mengalami peningkatan signifikan, temuan menunjukkan bahwa struktur pendukung seperti akses terhadap pembiayaan dan dukungan kebijakan lokal masih menjadi tantangan besar. Hampir seluruh peserta belum tersentuh program kredit mikro yang ramah perempuan. Hal ini menandakan adanya celah koordinasi antara program pemberdayaan masyarakat dan sistem keuangan lokal.

Sebagaimana disampaikan oleh Sachs et al., (2019), pemberdayaan ekonomi perempuan tidak akan optimal jika tidak didukung oleh reformasi struktural yang mempermudah akses perempuan terhadap sumber daya ekonomi. Oleh karena itu, hasil kegiatan ini direkomendasikan untuk ditindaklanjuti dalam bentuk diseminasi kepada pemerintah lokal dan pengembangan

kemitraan lintas sektor, baik dengan lembaga keuangan mikro, koperasi, maupun perusahaan berbasis tanggung jawab sosial (CSR).

3. Dampak PkM terhadap Ekosistem Ekonomi Lokal

Kegiatan PkM ini tidak hanya berdampak pada peserta secara individual, tetapi juga telah menciptakan ekosistem mini dalam komunitas lokal yang berorientasi pada pemberdayaan ekonomi perempuan. Terbentuknya jaringan usaha antar peserta, terbukanya kolaborasi lintas pelaku UKM, serta peningkatan visibilitas produk lokal di media sosial, menjadi indikator bahwa kegiatan ini memiliki dampak berlapis.

Lebih dari itu, kegiatan ini menunjukkan bahwa transformasi sosial dapat dimulai dari peningkatan kapasitas perempuan di sektor ekonomi informal. Dengan intervensi yang bersifat kolaboratif, perempuan dapat menjadi aktor sentral dalam membangun ketahanan ekonomi rumah tangga dan komunitas. Dalam jangka panjang, strategi pemberdayaan berbasis komunitas ini dapat diadaptasi di wilayah lain dengan karakteristik serupa.

4. Keterbatasan dan Arah Pengembangan Selanjutnya

Meskipun kegiatan ini menunjukkan hasil yang positif, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu dicermati. Pertama, waktu pelaksanaan program yang relatif singkat membatasi cakupan materi dan kedalaman intervensi. Kedua, keberlanjutan program pasca-kegiatan masih sangat tergantung pada inisiatif peserta dan dukungan komunitas lokal.

Oleh karena itu, arah pengembangan selanjutnya mencakup: (1) pembentukan komunitas bisnis perempuan berbasis kelurahan, (2) pendampingan jangka panjang oleh mentor lokal, dan (3) integrasi program dengan lembaga keuangan mikro dan koperasi perempuan. Langkah-langkah ini diperlukan agar hasil PkM tidak berhenti pada peningkatan kapasitas individu, tetapi berlanjut pada perubahan struktural yang mendukung transformasi ekonomi berbasis gender.

IV. SIMPULAN

Hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menunjukkan bahwa pemberdayaan perempuan dalam mendukung sektor ekonomi kreatif, khususnya di wilayah urban seperti Kelurahan Pondok Labu, Jakarta Selatan, memerlukan pendekatan yang partisipatif, kontekstual, dan berkelanjutan. Berdasarkan hasil pemetaan kebutuhan, pelatihan, mentoring, dan evaluasi, ditemukan bahwa perempuan pelaku UKM menghadapi hambatan signifikan pada aspek literasi digital, akses pemasaran, permodalan, dan jejaring usaha. Pelatihan yang dirancang secara responsif terhadap kebutuhan lokal mampu meningkatkan kapasitas teknis dan kepercayaan diri peserta, seperti ditunjukkan oleh peningkatan skor literasi digital dan keberhasilan peserta dalam menggunakan platform digital untuk memasarkan produknya. Selain itu, kegiatan ini juga membuktikan bahwa komunitas dan sistem mentoring menjadi elemen krusial dalam membangun ketahanan sosial-ekonomi perempuan. Dampak kegiatan tidak hanya bersifat individual, tetapi juga kolektif melalui terbentuknya jaringan usaha berbasis komunitas yang saling mendukung dan berorientasi pada keberlanjutan. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya integrasi antara pelatihan teknis, penguatan komunitas, dan dukungan struktural berupa akses ke pembiayaan serta kebijakan yang inklusif.

Sebagai saran, strategi pemberdayaan perempuan di sektor UKM perlu diperluas cakupannya dalam bentuk program berkelanjutan yang tidak hanya fokus pada pelatihan sesaat, tetapi juga pendampingan jangka panjang, integrasi dengan lembaga keuangan mikro, dan

kolaborasi dengan aktor-aktor kunci seperti pemerintah daerah, komunitas bisnis, dan institusi pendidikan. Penekanan harus diberikan pada aspek literasi digital, penguatan identitas produk lokal, dan jejaring usaha sebagai pilar utama dalam meningkatkan daya saing pelaku usaha perempuan. Selain itu, diperlukan regulasi dan kebijakan yang pro-gender dalam pengembangan UKM agar ruang partisipasi perempuan semakin terbuka dan setara.

Novelty dari kegiatan ini terletak pada penggunaan pendekatan partisipatif kontekstual dalam pemberdayaan perempuan pelaku UKM di sektor ekonomi kreatif. Berbeda dari kebanyakan model intervensi yang bersifat top-down dan berskala makro, kegiatan ini mengintegrasikan strategi berbasis komunitas, penguatan keterampilan digital, pengembangan produk lokal, serta advokasi kebijakan yang relevan dengan realitas sosial ekonomi peserta. Hasilnya menunjukkan bahwa pemberdayaan yang dirancang secara holistik dan berakar pada kebutuhan komunitas mampu menghasilkan dampak yang signifikan tidak hanya terhadap individu peserta, tetapi juga terhadap penguatan ekosistem ekonomi lokal yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Acharya, S. N., & Anand, A. A. (2023). *ROLE OF E-COMMERCE IN DEVELOPING WOMEN ENTREPRENEURSHIP*. 10(4), 271–278.
- Adhuze, H. I., & Ogunbona, M. D. (2025). Gender Equality and Sustainable Development: A Pathway to Inclusive and Resilient Societies. *Concrescence: Journal of Multi-Disciplinary Research*, 2(2), 88–94.
- Anisyah, A. N., Fransisca, C., Nabillah, H., Pohan, N. Y., & Dewi, I. S. (2025). Empowering Women and Youth through Entrepreneurship and MSME Training Based on Digital Marketing in Rural Communities. *Journals Raskhamedia*, 1(3), 101–106.
- Fauzia, B., & Arif, L. (2025). *Empowering women through local learning programs : A case study of the PUTARAN initiative in East Java , Indonesia*. 0341.
- Joseph, T. E., Nevo, C. M., & Nwolisa, C. U. (2020). Informal Economy and Gender Inequality ., *Research Square*, 1, 1–19.
- Munirah, Asfahani, Fathoni, T., Cindy, A. H., & Hasan, Z. (2024). EMPOWERING WOMEN THROUGH ENTREPRENEURSHIP IN URBAN COMMUNITIES. *Communnity Development Journal*, 5(4), 6520–6527.
- Ojediran, F. O., & Anderson, A. (2020). Women ' s Entrepreneurship in the Global South : Empowering and Emancipating ? *Administrative Sciences*, 10(87), 1–22.
- Sachs, J. D., Schmidt-traub, G., Mazzucato, M., & Messner, D. (2019). Six Transformations to achieve the Sustainable Development Goals. *Nature Sustainability*, 2(September), 805–814. <https://doi.org/10.1038/s41893-019-0352-9>
- Sundari, P., Hendrayanti, S., Fauziyanti, W., & Estuti, E. P. (2025). *Women's Empowerment in Semarang's Creative Economy Sector: Pathways to Financial Autonomy*. 4(3), 483–491.
- UNCTAD. (2014). *Empowering Women Entrepreneurs through Information and Communications Technologies: A Practical Guide*.
- Wulandari, T., Othariany, N., Alifah, A. M., & Parmohonan, R. (2024). Peranan Wanita Pengusaha Dalam Berkolaborasi Dengan UMKM Di Era Digitalisasi. *TEKNOBIS : Teknologi, Bisnis Dan Pendidikan*, 2(2), 287–295.