

Komunipreneur Untuk Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Keluarga Komunitas Ibu-Ibu PKK di Ulujami

Faisal¹, Fandi Elvan²

^{1,2} Universitas Pamulang

Email: dosen03103@unpam.ac.id

Article Info

Article history:

Received Januari 18, 2026

Revised Januari 25, 2026

Accepted Januari 28, 2026

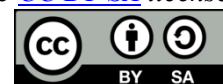
Keywords:

Communipreneur, Family
Economic Independence, PKK
Women, Community
Empowerment, Digital Literacy

ABSTRACT

This community service program aims to enhance family economic independence through the implementation of the communipreneur concept among PKK women in Ulujami. The communipreneur concept integrates entrepreneurship with community-based social values, emphasizing the strengthening of business skills, digital literacy, and effective communication in managing micro-enterprises. The program methods included interactive lectures, practical training and business simulations, continuous mentoring, as well as monitoring and evaluation to ensure the practical application of the materials. The results demonstrate an improvement in participants' marketing communication skills, basic financial management, utilization of social media for promotion, and more attractive product packaging. Furthermore, there was an increase in household business turnover and expansion of marketing networks through collaboration among PKK members. The community-based approach also strengthened social capital in the form of mutual cooperation, solidarity, and trust among members, leading to a more independent, participatory, and sustainable model of family economic empowerment.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received Januari 18, 2026

Revised Januari 25, 2026

Accepted Januari 28, 2026

Keywords:

Komunipreneur, Kemandirian
Ekonomi Keluarga, Ibu-Ibu
PKK, Pemberdayaan
Komunitas, Literasi Digital

ABSTRAK

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemandirian ekonomi keluarga melalui penerapan konsep komunipreneur pada ibu-ibu PKK di Ulujami. Konsep komunipreneur merupakan integrasi antara kewirausahaan dan nilai sosial berbasis komunitas yang menekankan penguatan keterampilan usaha, literasi digital, serta komunikasi efektif dalam pengelolaan usaha mikro. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi ceramah interaktif, pelatihan praktik dan simulasi usaha, pendampingan berkelanjutan, serta monitoring dan evaluasi guna memastikan penerapan materi secara aplikatif. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam komunikasi pemasaran, pengelolaan keuangan sederhana, pemanfaatan media sosial untuk promosi, serta pengemasan produk yang lebih menarik. Selain itu, terjadi peningkatan omzet usaha rumah tangga dan perluasan jaringan pemasaran melalui kolaborasi antaranggota PKK. Pendekatan berbasis komunitas juga memperkuat modal sosial berupa gotong royong, solidaritas, dan kepercayaan antaranggota, sehingga tercipta model pemberdayaan ekonomi keluarga yang lebih mandiri, partisipatif, dan berkelanjutan.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Faisal

Universitas Pamulang

E-mail: dosen03103@unpam.ac.id**PENDAHULUAN**

Komunitas Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) memegang peran strategis sebagai garda terdepan pembangunan sosial di tingkat akar rumput, namun potensi ekonominya sering kali belum tergarap secara optimal. Meskipun secara kelembagaan PKK memiliki akses langsung ke unit terkecil masyarakat, yakni keluarga, kegiatan ekonomi yang dijalankan sering kali hanya bersifat sampingan dan kurang berorientasi pada profitabilitas jangka panjang. Studi terbaru menegaskan bahwa intervensi pemberdayaan yang hanya berfokus pada pelatihan keterampilan teknis (hard skills) tanpa disertai pendampingan manajerial sering kali gagal menciptakan kemandirian ekonomi yang berkelanjutan (Rahmawati & Hidayat, 2022). Akibatnya, banyak kelompok usaha bersama (KUB) yang stagnan dan bubar begitu program bantuan berakhir.

Permasalahan mendasar yang menghambat transformasi ekonomi ibu-ibu PKK bukan lagi sekadar ketiadaan modal, melainkan rendahnya kemampuan komunikasi pemasaran dan negosiasi pasar. Produk yang dihasilkan sering kali berkualitas baik, namun gagal menjangkau konsumen yang tepat karena lemahnya strategi pengemasan pesan dan identifikasi segmen pasar. Riset menunjukkan bahwa kegagalan UMKM perempuan sering kali disebabkan oleh ketidakmampuan mengomunikasikan nilai tambah produk (value proposition) kepada konsumen yang semakin kritis (Sari et al., 2023). Tanpa kemampuan komunikasi persuasif, produk lokal sulit bersaing dengan produk pabrikan yang memiliki narasi pemasaran yang kuat.

Tantangan ini semakin pelik dengan adanya kesenjangan literasi digital (digital divide) di kalangan ibu rumah tangga. Di era ekonomi digital, kemampuan memanfaatkan platform media sosial dan marketplace menjadi prasyarat mutlak untuk perluasan akses pasar. Namun, banyak anggota PKK yang belum mampu mengoptimalkan teknologi digital untuk kepentingan bisnis, seperti pembuatan konten visual yang menarik atau copywriting yang persuasif. Penelitian Wulandari & Putra (2024) menyoroti bahwa adopsi teknologi di kalangan perempuan pedesaan sering terhambat bukan karena ketiadaan perangkat, melainkan karena kurangnya pemahaman tentang etika dan strategi komunikasi digital yang efektif.

Selain aspek eksternal, kelemahan tata kelola organisasi internal juga menjadi penghambat utama keberlanjutan usaha kelompok. Banyak unit usaha PKK dikelola dengan manajemen “kekeluargaan” yang mengabaikan prinsip akuntabilitas, seperti pencatatan keuangan yang tidak disiplin dan tidak adanya pembagian tugas yang jelas. Kondisi ini membuat usaha rentan terhadap konflik internal dan ketidakjelasan arus kas. Literatur manajemen komunitas menekankan bahwa tanpa struktur organisasi yang profesional dan Standard Operating Procedure (SOP) yang sederhana, modal sosial yang ada tidak dapat dikonversi menjadi keuntungan ekonomi (Nugroho et al., 2021).

Padahal, secara sosiologis, komunitas PKK memiliki modal sosial (social capital) yang sangat kuat berupa kepercayaan, jaringan gotong royong, dan kepatuhan terhadap tokoh lokal. Modal sosial ini

merupakan aset intangible yang jika dikelola dengan strategi komunikasi yang tepat, dapat menjadi basis loyalitas pelanggan dan jaringan distribusi yang efektif. Pelibatan tokoh kunci (opinion leaders) dalam mempromosikan produk lokal terbukti mampu meningkatkan legitimasi usaha dan mempercepat adopsi inovasi di tingkat komunitas (Lestari, 2023). Sayangnya, potensi jaringan ini sering kali hanya dimanfaatkan untuk kegiatan sosial, bukan untuk eskalasi bisnis kolektif.

Hambatan psikologis dan budaya juga turut memengaruhi partisipasi ekonomi perempuan. Beban ganda (double burden) urusan domestik serta stigma budaya di beberapa daerah sering kali membatasi ruang gerak dan kepercayaan diri ibu-ibu untuk tampil sebagai wirausaha mandiri. Ketakutan akan risiko kegagalan dan rendahnya self-efficacy membuat mereka enggan mengambil keputusan bisnis yang strategis. Oleh karena itu, pendekatan pemberdayaan harus bersifat holistik, menyentuh aspek penguatan mental dan motivasi berwirausaha, bukan sekadar transfer alat produksi (Wijaya & Kusuma, 2024).

Merespons kompleksitas masalah tersebut, diperlukan model intervensi integratif yang disebut sebagai "Komunikasipreneur". Konsep ini menggabungkan kompetensi kewirausahaan (entrepreneurship) dengan keterampilan komunikasi strategis, mencakup literasi digital, negosiasi, dan personal branding. Komunikasipreneur tidak hanya mencetak pedagang, tetapi membentuk komunikator bisnis yang mampu menceritakan narasi produk, membangun jejaring, dan mengelola reputasi usaha. Pendekatan ini menempatkan kemampuan komunikasi sebagai modal inti dalam mengakselerasi pertumbuhan usaha mikro (Pratama, 2025).

Artikel ini bertujuan menguraikan implementasi strategi Komunikasipreneur

dalam meningkatkan kemandirian ekonomi komunitas ibu-ibu PKK. Dengan memadukan pelatihan teknis, pendampingan literasi digital, dan penguatan kelembagaan, model ini diharapkan mampu menjadi solusi atas stagnasi program pemberdayaan konvensional. Melalui transformasi pola pikir dan peningkatan kapabilitas komunikasi, ibu-ibu PKK diharapkan dapat mengubah peran dari sekadar pengelola rumah tangga menjadi aktor ekonomi produktif yang berdaya saing dan berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat berbasis komunipreneur ini dirancang untuk meningkatkan kemandirian ekonomi keluarga melalui penguatan kapasitas 50 ibu-ibu PKK di Ulujami dengan pendekatan yang mengintegrasikan kewirausahaan dan nilai sosial komunitas (Adhikarya, 2019; al-Fikri, Wulandari, & Karimah, 2021). Kegiatan dilaksanakan dalam 4 sesi pelatihan yang dikemas dalam 1 hari selama 6 jam efektif, dengan materi meliputi penguatan mindset kewirausahaan dan konsep komunipreneur, manajemen usaha mikro dan pengelolaan keuangan sederhana, komunikasi pemasaran dan strategi branding, serta literasi digital dan praktik promosi melalui media sosial. Pelatihan difasilitasi oleh 8 dosen sebagai fasilitator akademik dan 2 praktisi usaha mikro sebagai instruktur lapangan yang memberikan pengalaman empiris dan studi kasus aplikatif. Metode yang digunakan mencakup ceramah interaktif, diskusi partisipatif, simulasi praktik usaha, pendampingan kelompok, serta monitoring dan evaluasi untuk mengukur peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta, sehingga program ini tidak hanya meningkatkan kapasitas individu tetapi juga membangun ekosistem usaha berbasis

komunitas yang partisipatif, kolaboratif, dan berkelanjutan.

Tahap pertama dalam implementasi komunipreneur adalah identifikasi kebutuhan dan potensi anggota PKK. Observasi lapangan, wawancara mendalam, dan survei dilakukan untuk mengetahui keterampilan kewirausahaan, literasi keuangan, kemampuan pemasaran, serta tingkat pemanfaatan teknologi digital. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar anggota memiliki keterampilan produksi yang baik, namun masih terbatas dalam manajemen usaha, pemasaran online, dan akses pasar yang luas (Rahmadi et al., 2023; Kurniawan, 2024). Informasi ini menjadi dasar perancangan modul pelatihan yang relevan dengan kondisi lokal. Identifikasi kebutuhan juga mempertimbangkan faktor sosial dan budaya, termasuk pembagian peran domestik serta hambatan gender yang memengaruhi partisipasi ekonomi perempuan.

Tahap kedua adalah pengembangan kapasitas melalui pelatihan interaktif dan praktik langsung. Kegiatan ini mencakup pelatihan manajemen usaha mikro, strategi pemasaran digital, pengelolaan keuangan sederhana, serta kreativitas produk berbasis kearifan lokal. Metode pelatihan menekankan prinsip *learning by doing*, di mana peserta langsung menerapkan teknik yang diajarkan melalui simulasi dan role play (Syaharany, Aprilianti, & Septianawati, 2025). Pendampingan rutin dilakukan untuk memastikan transfer pengetahuan efektif dan kemampuan manajerial dapat diterapkan dalam konteks nyata. Pendekatan ini mendukung pembangunan kompetensi jangka panjang dan meningkatkan kepercayaan diri anggota PKK.

Fasilitasi akses pasar dan jaringan menjadi tahap ketiga yang esensial dalam pendekatan komunipreneur. Anggota PKK dibimbing untuk memanfaatkan media sosial,

marketplace, dan jejaring komunitas lokal untuk memasarkan produk mereka. Selain itu, penguatan solidaritas dan gotong royong menjadi kunci untuk memperkuat keberlanjutan usaha. Kolaborasi antaranggota memudahkan pembagian tugas produksi, pengelolaan stok, dan distribusi produk sehingga meningkatkan efisiensi usaha (Oshodi & Adejo, 2018; Lessem & Bradley, 2018). Strategi ini menunjukkan bahwa keberhasilan ekonomi tidak hanya ditentukan oleh keterampilan individual tetapi juga kualitas jaringan sosial komunitas.

Evaluasi dan tindak lanjut menjadi tahap penting untuk memastikan bahwa intervensi komunipreneur memberikan hasil nyata. Pemantauan rutin dilakukan terhadap perkembangan usaha, efektivitas komunikasi pemasaran, dan penerapan teknik manajemen usaha. Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar perbaikan modul pelatihan, pendampingan, serta strategi pemasaran selanjutnya (Amanullah, 2022). Evaluasi tidak hanya bersifat kuantitatif, seperti peningkatan pendapatan keluarga, tetapi juga kualitatif, seperti peningkatan motivasi, keterampilan komunikasi, dan kolaborasi sosial antaranggota PKK. Proses ini mendukung keberlanjutan program dan meminimalkan risiko kegagalan usaha.

Realisasi kegiatan menunjukkan bahwa ibu-ibu PKK mulai mampu mengidentifikasi peluang usaha berbasis komunitas. Pelatihan interaktif dan praktik langsung memfasilitasi pemahaman strategi pemasaran digital, pencatatan keuangan, dan inovasi produk sederhana. Selain itu, kegiatan ini meningkatkan keaktifan peserta dalam berdiskusi dan bertukar pengalaman terkait usaha mereka (Syaharany, Aprilianti, & Septianawati, 2025). Motivasi untuk memulai usaha kolaboratif meningkat seiring munculnya kesadaran bahwa kerja sama dapat mengurangi risiko dan memperluas akses pasar. Pendekatan ini sejalan dengan

prinsip *social entrepreneurship*, di mana nilai sosial dan ekonomi berjalan beriringan.

Khalayak sasaran utama adalah ibu-ibu anggota PKK yang aktif dalam kegiatan komunitas, memiliki minat dalam pengembangan usaha, dan terbatas literasi digital atau kemampuan pemasaran. Fokus pada anggota ini memungkinkan program lebih tepat sasaran dan relevan dengan kebutuhan nyata di lapangan (al-Fikri, Wulandari, & Karimah, 2021). Peserta yang telah memiliki usaha mikro mendapatkan manfaat dalam meningkatkan efisiensi dan kualitas produk, sementara anggota baru mendapatkan dukungan untuk memulai usaha dari nol. Kegiatan ini juga memberi efek multiplier bagi keluarga dan komunitas sekitar melalui peningkatan pendapatan dan distribusi sumber daya secara lebih merata.

Pelaksanaan kegiatan berlangsung di Ulujami, Kecamatan Pesanggrahan, Jakarta Selatan, dengan memanfaatkan balai pertemuan RT/RW, aula kelurahan, dan rumah anggota PKK sebagai tempat pelatihan dan pendampingan. Tempat ini dipilih karena representatif, mudah diakses, dan memungkinkan interaksi intensif antaranggota. Kegiatan dilakukan secara berkala untuk memastikan peserta dapat memahami materi, berlatih, dan menerapkan pengetahuan secara bertahap. Struktur waktu yang fleksibel memperhatikan keterbatasan waktu produktif ibu-ibu akibat tanggung jawab domestik, sehingga pelatihan dapat berjalan efektif.

Keberlanjutan usaha menjadi fokus utama setelah pelatihan dan pendampingan selesai. Integrasi modal sosial, keterampilan kewirausahaan, dan komunikasi efektif mendukung terbentuknya sinergi antaranggota PKK. Peserta belajar memanfaatkan jejaring komunitas untuk promosi, berbagi sumber daya, dan mengoptimalkan peluang pasar. Pendekatan berkelanjutan ini menekankan pentingnya

community-based learning, di mana anggota saling belajar dan mendukung agar usaha terus berkembang tanpa ketergantungan pada fasilitator eksternal (Oshodi & Adejo, 2018). Strategi ini membentuk fondasi yang kuat untuk kemandirian ekonomi komunitas.

Analisis dampak kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan komunipreneur berhasil meningkatkan kemampuan praktis, motivasi, dan keterampilan komunikasi digital peserta. Ibu-ibu PKK menjadi lebih percaya diri dalam memasarkan produk, mengelola keuangan sederhana, dan memanfaatkan teknologi digital. Peningkatan kolaborasi antaranggota menciptakan jaringan sosial yang lebih kuat, mendukung pertumbuhan usaha, dan memperkuat solidaritas komunitas. Dengan demikian, program ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pemberdayaan ekonomi keluarga, sekaligus menjadi model yang dapat direplikasi di komunitas lain dengan karakteristik serupa.

Secara keseluruhan, metode pelaksanaan pengabdian masyarakat berbasis komunipreneur di Ulujami menunjukkan keberhasilan integrasi antara pelatihan kapasitas, fasilitasi pasar, pendampingan berkelanjutan, dan evaluasi sistematis. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kemandirian ekonomi keluarga, tetapi juga membangun kemampuan sosial dan jaringan komunitas yang kuat. Keberhasilan program menegaskan bahwa pemberdayaan berbasis komunitas yang memadukan kewirausahaan dan nilai sosial memiliki potensi besar untuk menciptakan perubahan ekonomi yang berkelanjutan, relevan dengan konteks lokal, dan memperkuat kapasitas perempuan sebagai penggerak ekonomi keluarga (Adhikarya, 2019; al-Fikri, Wulandari, & Karimah, 2021; Oshodi & Adejo, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Peningkatan Kapasitas dan Literasi Digital

Peserta pengabdian masyarakat mulai menunjukkan pemahaman yang lebih mendalam tentang prinsip komunikasi persuasif dan informatif dalam pemasaran digital. Mereka belajar bagaimana menyusun pesan yang menarik dan tepat sasaran untuk mempromosikan produk mereka melalui platform digital. Partisipasi aktif terlihat jelas melalui sesi tanya jawab, praktik pembuatan konten sederhana, serta diskusi kelompok untuk menyesuaikan materi dengan kondisi nyata usaha masing-masing. Selain itu, peserta mulai memahami bahwa komunikasi yang baik tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun hubungan dengan konsumen secara berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan teori pembelajaran orang dewasa, di mana pengalaman peserta menjadi basis utama untuk internalisasi pengetahuan. Gambar 1 berikut disajikan dokumentasi foto bersama anggota tim PkM bersama dengan anggota PKK.



Gambar 1. Foto bersama kegiatan pelatihan literasi digital

Pelatihan literasi digital yang diterapkan juga menekankan penguasaan alat sederhana, seperti penggunaan smartphone untuk membuat foto produk menarik, menulis caption persuasif, dan mengelola katalog online. Peserta secara bertahap mulai memanfaatkan aplikasi media sosial dan

marketplace lokal untuk memasarkan produk mereka. Kemampuan ini meningkatkan efisiensi waktu dan biaya, karena promosi tidak lagi tergantung pada metode offline yang lebih mahal dan terbatas. Intervensi semacam ini penting karena literasi digital merupakan kunci bagi UMKM untuk bersaing di pasar modern (Nasrullah, 2017). Pendekatan berbasis praktik membuat peserta lebih percaya diri dalam menerapkan ilmu yang mereka peroleh.

Selain aspek teknis, peserta juga dibimbing untuk memahami perilaku konsumen dan tren pasar digital. Hal ini meliputi identifikasi preferensi pelanggan, waktu optimal untuk promosi, dan jenis konten yang meningkatkan interaksi. Pemahaman ini membantu peserta menyesuaikan strategi pemasaran sehingga lebih efektif. Studi menunjukkan bahwa pemahaman pasar digital meningkatkan tingkat adopsi inovasi usaha mikro dan menurunkan risiko kegagalan produk (Rogers, 2003). Dengan demikian, literasi digital tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis, tetapi juga memperkuat strategi bisnis secara keseluruhan. Gambar 2 berikut disajikan dokumentasi kegiatan pemaparan materi oleh tim PkM.



Gambar 2. Dokumentasi pemaparan materi kegiatan pelatihan literasi digital

Keaktifan peserta dalam kegiatan belajar dan praktik menunjukkan adanya peningkatan self-efficacy dalam konteks

digital. Mereka tidak hanya mampu menggunakan teknologi, tetapi juga mulai bereksperimen dengan konten kreatif untuk menarik perhatian konsumen. Proses belajar yang partisipatif ini mendorong keterlibatan peserta secara psikologis, meningkatkan motivasi intrinsik untuk belajar dan berinovasi (Bandura, 1977). Keberhasilan ini membuktikan bahwa pendekatan komunitas berbasis praktik sangat efektif dalam membangun kompetensi digital bagi ibu-ibu PKK.

Selain itu, kegiatan PkM memfasilitasi peserta untuk saling berbagi pengalaman terkait digitalisasi pemasaran. Diskusi kelompok memungkinkan peserta mengidentifikasi kesulitan yang sama, seperti keterbatasan jaringan internet atau kendala pembuatan konten visual, dan mencari solusi bersama. Dengan adanya kolaborasi ini, peserta mampu mempercepat pembelajaran melalui peer learning. Pendekatan ini selaras dengan teori pembelajaran sosial yang menekankan pentingnya interaksi dalam membangun keterampilan baru (Vygotsky, 1978).

Secara keseluruhan, peningkatan kapasitas dan literasi digital ini menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan usaha mikro. Peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teknis, tetapi juga keterampilan strategis yang memungkinkan mereka beradaptasi dengan dinamika pasar modern. Literasi digital yang diperoleh menjadi salah satu indikator keberhasilan program, karena mampu meningkatkan kapasitas usaha dan daya saing komunitas PKK. Dengan demikian, pendekatan komunipreneur terbukti efektif dalam memperkuat kemampuan digital dan komunikasi usaha.

2) Motivasi dan Kolaborasi Usaha

Kegiatan pengabdian masyarakat berhasil meningkatkan motivasi peserta untuk mengembangkan usaha kolaboratif.

Peserta mulai merencanakan usaha bersama seperti pengolahan makanan rumah tangga dan kerajinan lokal yang melibatkan beberapa anggota PKK. Pendekatan komunipreneur menekankan prinsip kerja kolektif sebagai kunci keberhasilan, sehingga kolaborasi menjadi strategi yang strategis untuk meminimalkan risiko dan memaksimalkan sumber daya (McClelland, 1985). Peningkatan motivasi terlihat dari antusiasme peserta dalam berdiskusi, mengajukan ide usaha baru, dan saling mendukung antaranggota kelompok.

Usaha kolaboratif ini juga menjadi sarana untuk membangun solidaritas dan rasa kepemilikan bersama. Setiap anggota diberi tanggung jawab yang jelas sesuai kemampuan dan minat mereka. Dengan adanya pembagian tugas yang terstruktur, proses produksi, distribusi, dan pemasaran dapat dilakukan lebih efisien. Hal ini menguatkan konsep komunitas sebagai modal utama dalam usaha mikro, sejalan dengan teori social capital yang menekankan pentingnya jejaring sosial dalam meningkatkan kinerja kelompok (Putnam, 2000). Gambar 3 berikut ditunjukkan dokumentasi kegiatan serah terima cinderamata dari anggota PKK kepada tim PkM.



Gambar 3. Dokumentasi kegiatan penyerahan cinderamata dari ibu PKK.

Selain itu, motivasi usaha juga diperkuat melalui sesi berbagi pengalaman

sukses lokal. Peserta mendengarkan cerita dari anggota yang telah berhasil memasarkan produk mereka secara digital maupun offline. Strategi storytelling ini meningkatkan keyakinan peserta bahwa keberhasilan dapat dicapai melalui kerja keras, kreativitas, dan kolaborasi. Teori pembelajaran sosial menegaskan bahwa observasi terhadap model sukses memperkuat self-efficacy dan dorongan untuk berprestasi (Bandura, 1977).

Pendampingan berkelanjutan juga menjadi faktor penting dalam membangun motivasi jangka panjang. Mahasiswa dan fasilitator membantu peserta mengevaluasi rencana usaha, memberikan umpan balik konstruktif, dan mendorong inisiatif baru. Dengan adanya pendampingan, peserta tidak merasa terbebani sendiri dan lebih yakin untuk mengambil keputusan bisnis. Pendekatan ini menunjukkan bahwa motivasi yang terinternalisasi memerlukan dukungan struktural dan sosial, bukan sekadar pelatihan satu arah (Neck et al., 2018).

Kolaborasi usaha yang terbentuk juga berperan dalam memperluas jaringan pemasaran. Usaha bersama memungkinkan anggota mengakses pasar yang lebih luas, mengurangi biaya distribusi, dan meningkatkan volume produksi. Selain itu, kolaborasi juga mempermudah pemanfaatan sumber daya lokal, seperti bahan baku, peralatan, dan tenaga kerja, sehingga usaha dapat berjalan lebih efisien. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi dan kolaborasi saling terkait dan menjadi fondasi bagi kemandirian ekonomi yang berkelanjutan.

Kesimpulannya, peningkatan motivasi dan kolaborasi usaha menunjukkan bahwa pendekatan komunipreneur berhasil mendorong anggota PKK untuk berpikir dan bertindak secara kolektif. Peserta tidak hanya belajar tentang strategi bisnis, tetapi juga membangun budaya kerja sama yang memperkuat komunitas. Aspek motivasi, kolaborasi, dan dukungan sosial menjadi

indikator penting keberhasilan program, karena mampu menciptakan usaha mikro yang lebih stabil, produktif, dan berdaya saing.

3) Manajemen Usaha dan Kepercayaan Diri

Kesadaran peserta terhadap pentingnya manajemen usaha sederhana meningkat secara signifikan. Mereka mulai memahami pencatatan keuangan, pembagian tugas, serta struktur produksi yang jelas sebagai fondasi pengelolaan usaha. Pengetahuan ini membantu peserta mengorganisir usaha dengan lebih sistematis, mengurangi risiko kesalahan operasional, dan memudahkan pengambilan keputusan (Drucker, 2001). Peserta juga mulai menyadari bahwa manajemen usaha bukan sekadar formalitas, tetapi alat untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas usaha.

Kepercayaan diri peserta dalam berbicara dan membangun jaringan usaha juga meningkat. Mereka lebih berani mengajukan pertanyaan, menyampaikan ide, dan berinteraksi dengan konsumen maupun sesama anggota kelompok. Transformasi psikologis ini menjadi indikator penting pemberdayaan ekonomi, karena keterampilan sosial dan kepercayaan diri seringkali menentukan keberhasilan usaha mikro (Zimmerman, 2000). Selain itu, peningkatan kepercayaan diri membantu peserta mengatasi hambatan kultural yang sebelumnya membatasi peran perempuan dalam kegiatan ekonomi publik.

Pelatihan praktik yang berbasis simulasi dan studi kasus lokal membantu peserta memahami pentingnya pengambilan keputusan yang tepat dan pengelolaan sumber daya secara efisien. Metode ini memungkinkan peserta belajar dari pengalaman nyata tanpa risiko kerugian yang besar. Teori pembelajaran orang dewasa menekankan bahwa pengalaman hidup

peserta menjadi media pembelajaran utama untuk meningkatkan keterampilan manajerial (Knowles, 1984). Dengan pendekatan ini, peserta mampu menginternalisasi prinsip-prinsip manajemen secara lebih mendalam.

Selain itu, peserta diajarkan untuk mengelola waktu dan sumber daya secara optimal agar tanggung jawab domestik tidak menghambat produktivitas usaha. Strategi perencanaan usaha berbasis keluarga membantu menyeimbangkan kewajiban rumah tangga dan aktivitas ekonomi, sehingga usaha tetap berjalan tanpa menambah beban berlebih pada ibu-ibu PKK. Hal ini relevan dengan studi familisme dan ekonomi rumah tangga yang menunjukkan korelasi positif antara dukungan keluarga dan keberlanjutan usaha perempuan (Sen, 1999).

Kepercayaan diri juga diperkuat melalui praktik komunikasi pemasaran digital. Peserta mulai membuat konten promosi, menjawab pertanyaan konsumen, dan mengelola interaksi dengan pelanggan. Pengalaman ini meningkatkan self-efficacy mereka dalam menghadapi tantangan pasar dan membangun reputasi usaha. Teori entrepreneurial mindset menekankan bahwa keberanian untuk bertindak berdasarkan pengetahuan dan pengalaman merupakan kunci dalam pengembangan usaha mikro (Neck et al., 2018).

Secara keseluruhan, peningkatan manajemen usaha dan kepercayaan diri peserta mencerminkan transformasi yang signifikan. Peserta tidak hanya memiliki pengetahuan teknis, tetapi juga kemampuan psikologis untuk menghadapi tantangan usaha. Kombinasi manajemen yang baik dan kepercayaan diri yang tinggi menjadi faktor penentu keberhasilan program pengabdian masyarakat ini, sekaligus mendukung kemandirian ekonomi jangka panjang komunitas PKK.

4) Modal Sosial dan Jejaring Komunitas

Interaksi antaranggota PKK semakin kuat setelah kegiatan pengabdian masyarakat. Solidaritas, gotong royong, dan dukungan bersama diperkuat, sehingga mempermudah kolaborasi produksi dan distribusi produk. Modal sosial yang terbentuk menjadi aset penting untuk keberlanjutan usaha, karena relasi sosial memfasilitasi koordinasi, berbagi informasi, dan akses pasar yang lebih luas (Putnam, 2000). Kegiatan ini juga mendorong anggota untuk membangun kepercayaan dan legitimasi antaranggota, yang menjadi fondasi kerja kolektif dalam komunitas.

Selain penguatan internal, kegiatan PKM memfasilitasi pengembangan jejaring eksternal. Peserta dibimbing untuk memanfaatkan jaringan komunitas lokal, koperasi, dan pemasok untuk memperluas pasar. Dengan akses ke jaringan yang lebih luas, peserta dapat meningkatkan volume produksi, menurunkan biaya distribusi, dan memperkuat posisi tawar mereka di pasar. Hal ini menunjukkan bahwa modal sosial tidak hanya penting secara internal, tetapi juga membuka peluang ekonomi melalui hubungan eksternal yang strategis.

Kolaborasi antaranggota dalam kegiatan harian seperti produksi, promosi, dan pengiriman produk menjadi lebih terstruktur. Setiap anggota memiliki peran dan tanggung jawab yang jelas, sehingga mengurangi konflik internal dan meningkatkan efisiensi kerja. Modal sosial ini memungkinkan anggota saling belajar dan berbagi strategi yang efektif, memperkuat kapasitas kolektif komunitas. Studi kasus pemberdayaan komunitas menunjukkan bahwa modal sosial yang terkelola dengan baik berkontribusi signifikan terhadap keberhasilan usaha kolektif (Lessem & Bradley, 2018).

Pendekatan berbasis komunitas juga memperkuat identitas kelompok. Peserta

merasa memiliki tujuan bersama, meningkatkan rasa kepemilikan terhadap usaha kolektif, dan mendorong partisipasi aktif dalam setiap kegiatan. Identitas kelompok yang kuat menjadi motivator tambahan bagi anggota untuk menjaga kualitas produk dan menjaga reputasi usaha. Teori bonding sosial menegaskan bahwa rasa keterikatan yang kuat dalam komunitas meningkatkan komitmen terhadap tujuan bersama (Putnam, 2000).

Kegiatan PkM mendorong penggunaan teknologi sederhana untuk mendukung koordinasi kelompok, seperti grup WhatsApp untuk jadwal produksi dan pembagian tugas. Media komunikasi ini membantu anggota tetap terhubung dan responsif terhadap kebutuhan usaha. Integrasi modal sosial dengan teknologi sederhana memperkuat efisiensi operasional dan mendukung kelangsungan usaha mikro dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, penguatan modal sosial dan jejaring komunitas menjadi faktor utama dalam keberhasilan program pengabdian masyarakat. Dengan solidaritas, kepercayaan, dan jaringan yang baik, usaha mikro dapat berkembang lebih stabil dan berkelanjutan. Modal sosial tidak hanya meningkatkan kapasitas ekonomi, tetapi juga memperkuat ketahanan sosial dan psikologis komunitas PKK.

5) Dampak Ekonomi dan Sosial

Peningkatan keterampilan, literasi digital, dan kolaborasi usaha berpotensi meningkatkan pendapatan keluarga secara signifikan. Peserta mulai mampu mengelola usaha dengan lebih efektif, memasarkan produk secara digital, dan mengoptimalkan kerja sama kelompok untuk meningkatkan volume penjualan. Dampak ekonomi ini tidak hanya terlihat dari peningkatan omzet, tetapi juga dari kemampuan anggota dalam

mengelola sumber daya rumah tangga secara lebih efisien (Sen, 1999).

Selain dampak ekonomi, kegiatan PkM menghasilkan dampak sosial positif. Peningkatan pendapatan keluarga berkontribusi langsung pada perbaikan gizi anak, akses pendidikan, dan kesejahteraan keluarga secara keseluruhan. Perempuan sebagai pelaku usaha mulai mendapatkan pengakuan sosial atas kontribusi ekonomi mereka, yang meningkatkan status sosial mereka di lingkungan komunitas (Kabeer, 1999). Hal ini menandakan bahwa pemberdayaan ekonomi dan transformasi sosial berjalan beriringan.

Partisipasi aktif dalam usaha kolaboratif juga mendorong pengembangan kompetensi sosial. Peserta belajar bekerja dalam tim, menyelesaikan konflik internal, dan membangun jaringan dengan pihak eksternal. Kompetensi sosial ini penting untuk keberlanjutan usaha dan membangun komunitas yang tangguh. Studi menunjukkan bahwa kemampuan interpersonal yang baik menjadi faktor penting dalam keberhasilan usaha kolektif (Putnam, 2000).

Literasi digital yang meningkat juga memperluas peluang pasar. Peserta mampu menjangkau konsumen yang lebih luas, memanfaatkan media sosial, dan meningkatkan branding produk. Hal ini memberikan dampak langsung terhadap peningkatan pendapatan dan memperkuat keberlanjutan usaha mikro. Selain itu, kemampuan ini menyiapkan komunitas untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan persaingan pasar yang terus berubah.

Dampak psikologis dan sosial lain yang terlihat adalah peningkatan kepercayaan diri dan motivasi peserta. Mereka tidak hanya mampu mengelola usaha, tetapi juga mengambil inisiatif untuk inovasi produk dan strategi pemasaran. Peningkatan motivasi dan percaya diri ini menjadi modal penting dalam mempertahankan usaha dan mendorong

pertumbuhan ekonomi komunitas secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, dampak ekonomi dan sosial yang dihasilkan menunjukkan bahwa pendekatan komunipreneur efektif dalam meningkatkan kemandirian ekonomi keluarga dan memberdayakan perempuan. Intervensi berbasis komunitas ini mampu menciptakan perubahan nyata dalam aspek ekonomi, sosial, dan psikologis, sekaligus menjadi model yang dapat direplikasi di komunitas lain.

KESIMPULAN

Pendekatan komunipreneur terbukti efektif meningkatkan kemandirian ekonomi dan kesejahteraan keluarga, khususnya bagi ibu-ibu PKK di Ulujami, melalui metode pembelajaran praktis dan partisipatif. Intervensi ini tidak hanya membekali peserta dengan keterampilan teknis dalam produksi dan manajemen usaha, tetapi juga memperkuat literasi digital untuk memperluas akses pasar di era ekonomi digital. Hasilnya, para peserta menjadi lebih sistematis dalam mengelola usaha, memiliki kepercayaan diri yang tinggi untuk berinovasi, serta mampu meningkatkan pendapatan rumah tangga yang berdampak positif pada aspek pendidikan dan gizi keluarga. Selain dampak ekonomi individu, model ini berhasil memperkuat modal sosial dan solidaritas antaranggota komunitas melalui kerja sama kolektif dalam produksi dan pemasaran. Sinergi antara keterampilan teknis, motivasi yang kuat, dan dukungan jejaring komunitas menciptakan ekosistem pemberdayaan yang berkelanjutan. Mengingat keberhasilannya dalam menciptakan kemandirian lokal, model komunipreneur ini sangat potensial untuk direplikasi di wilayah lain sebagai strategi pemberdayaan perempuan dan pengembangan usaha mikro yang komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhikarya, D. (2019). *Entrepreneurship for community development: Principles and practices*. Jakarta: Prenada Media.
- al-Fikri, M., Wulandari, D., & Karimah, S. (2021). *Komunipreneur: Kewirausahaan berbasis komunitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Amanullah, M. (2022). *Evaluasi program pemberdayaan masyarakat: Konsep dan praktik*. Bandung: Alfabeta.
- Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Drucker, P. F. (2001). *Management challenges for the 21st century*. New York: HarperBusiness.
- Freire, P. (1970). *Pedagogy of the oppressed*. New York: Continuum.
- Kabeer, N. (1999). Resources, agency, achievements: Reflections on the measurement of women's empowerment. *Development and Change*, 30(3), 435–464.
- Knowles, M. S. (1984). *The adult learner: A neglected species* (3rd ed.). Houston: Gulf Publishing.
- Kurniawan, R. (2024). Literasi digital dan strategi pemasaran UMKM perempuan di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 6(1), 12–27.
- Lessem, R., & Bradley, F. (2018). *Developmental leadership: How communities drive change*. London: Routledge.
- Lestari, D. A. (2023). Peran Modal Sosial dan Tokoh Masyarakat dalam Keberlanjutan Usaha Mikro Perempuan Perdesaan. *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 11(2), 145–160.
- McClelland, D. C. (1985). *Human motivation*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Nasrullah, F. (2017). *Digital marketing for micro enterprises*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Neck, H., Greene, P., & Brush, C. (2018). *Entrepreneurship: Theory and practice*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Nugroho, A., Santoso, B., & Wardani, R. (2021). Manajemen Keuangan dan Tata Kelola Organisasi pada Kelompok Usaha Wanita Tani. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(1), 55–64.
- Oshodi, T., & Adejo, A. (2018). *Social capital and community-based entrepreneurship*. Lagos: University Press.
- Pratama, R. Y. (2025). Komunikasipreneur: Strategi Baru Komunikasi Pemasaran UMKM di Era 5.0. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 7(1), 12–28.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster.
- Rahmadi, F., Nugroho, P., & Prasetyo, B. (2023). Analisis kebutuhan pemberdayaan ekonomi perempuan dalam komunitas PKK. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2), 45–60.
- Rahmawati, I., & Hidayat, T. (2022). Evaluasi Efektivitas Program Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Pasca-Pandemi. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 18(3), 210–225.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York: Free Press.
- Sari, M., Indrawati, L., & Kurniawan, D. (2023). Analisis Hambatan Pemasaran Produk UMKM Berbasis Komunitas: Perspektif Komunikasi. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 89–102.
- Sen, A. (1999). *Development as freedom*. New York: Knopf.
- Syahrany, D., Aprilianti, R., & Septianawati, F. (2025). Pendampingan komunitas PKK dalam peningkatan kapasitas kewirausahaan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 33–50.
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Wijaya, S., & Kusuma, A. (2024). Self-Efficacy dan Motivasi Berwirausaha pada Ibu Rumah Tangga: Studi Fenomenologi. *Jurnal Psikologi Terapan*, 6(4), 301–315.
- Wulandari, P., & Putra, A. (2024). Kesenjangan Digital Gender dan Dampaknya terhadap Kinerja Usaha Mikro Perempuan. *Jurnal Sistem Informasi dan Bisnis Digital*, 8(1), 45–58.
- Zimmerman, M. A. (2000). Empowerment theory: Psychological, organizational, and community levels of analysis. In J. Rappaport & E. Seidman (Eds.), *Handbook of community psychology* (pp. 43–63). New York: Kluwer Academic/Plenum.