

Pemberdayaan Perempuan dalam Meningkatkan Perekonomian Keluarga melalui Pameran Produk UMKM di Desa Kencana Mulia

Dzakirah Tsabitah, Deco Viesta Alam, Anggun Kusuma Wardani, Dewi Amalia Juniarti, Kenta Yolanda, Tarisya Anggraini, Yoga, Ines Tasya Jadidah

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

Corresponding email: dzakirahtsabitah9@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords:

women's empowerment, MSMEs, product exhibitions, family economy, community service

Keywords

pemberdayaan perempuan, UMKM, pameran produk, ekonomi keluarga, pengabdian kepada masyarakat

ABSTRACT

Empowering women through strengthening MSMEs is a crucial strategy for improving family finances. This community service activity aims to improve the hard and soft skills of female MSME owners through a product exhibition in Kencana Mulia Village using a participatory approach. The program includes entrepreneurship counseling, packaging and branding training, marketing workshops, business mentoring, and exhibitions as hands-on practice. The results show a 42% increase in entrepreneurial understanding, a 55% increase in packaging and branding skills, a 48% increase in soft skills, and a 30–45% increase in sales turnover. This program is effective in empowering women and is recommended for sustainable development through strengthening MSME networks and digitizing them.

ABSTRAK

Pemberdayaan perempuan melalui penguatan UMKM menjadi strategi penting dalam meningkatkan ekonomi keluarga. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan hard skills dan soft skills perempuan pelaku UMKM melalui pameran produk di Desa Kencana Mulia dengan pendekatan partisipatif. Program meliputi penyuluhan kewirausahaan, pelatihan pengemasan dan branding, workshop pemasaran, pendampingan usaha, serta pameran sebagai praktik langsung. Hasilnya menunjukkan peningkatan pemahaman kewirausahaan 42%, keterampilan pengemasan dan branding 55%, soft skills 48%, serta peningkatan omzet penjualan 30–45%. Program ini efektif dalam pemberdayaan perempuan dan direkomendasikan untuk dikembangkan secara berkelanjutan melalui penguatan jejaring dan digitalisasi UMKM.

Pendahuluan

Pemberdayaan perempuan merupakan isu global yang terus menjadi perhatian dalam pembangunan berkelanjutan, khususnya dalam konteks pengentasan kemiskinan dan peningkatan kesejahteraan keluarga. Secara internasional, perempuan memiliki peran strategis dalam menopang ekonomi rumah tangga, terutama di negara berkembang, namun masih menghadapi keterbatasan akses terhadap sumber daya ekonomi, pasar, modal, dan penguatan kapasitas usaha (Kabeer, 2016; World Bank, 2020). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor yang paling banyak digeluti oleh perempuan karena fleksibilitasnya serta kemampuannya untuk dijalankan dari lingkup rumah tangga. Namun demikian, kontribusi UMKM perempuan terhadap perekonomian keluarga sering kali belum optimal akibat lemahnya akses promosi, rendahnya literasi bisnis, serta minimnya jejaring pemasaran yang berkelanjutan (Tambunan, 2019; UN Women, 2021).

Permasalahan tersebut juga tercermin pada mitra kegiatan, yaitu perempuan pelaku UMKM di Desa Kencana Mulia. Berdasarkan observasi awal dan diskusi dengan perangkat desa serta kelompok perempuan, ditemukan sejumlah persoalan utama, antara lain rendahnya daya saing produk UMKM, keterbatasan pemahaman mengenai pengemasan dan branding produk, minimnya pengalaman dalam kegiatan promosi dan pameran, serta belum optimalnya pemanfaatan pameran sebagai sarana peningkatan pendapatan keluarga. Kondisi ini diperparah oleh masih terbatasnya ruang partisipasi perempuan dalam kegiatan ekonomi desa yang bersifat produktif dan berorientasi pasar. Oleh karena itu, komitmen pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat (PKM) menjadi penting sebagai upaya intervensi terencana untuk memperkuat kapasitas perempuan, meningkatkan kepercayaan diri, serta mendorong kemandirian ekonomi keluarga secara berkelanjutan (Moser, 2012; Suryana, 2018).

Berbagai hasil penelitian dan kegiatan pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa pemberdayaan perempuan melalui penguatan UMKM memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga dan kesejahteraan sosial. Studi yang dilakukan oleh Kurniawati dan Nugroho (2020) menunjukkan bahwa pelibatan perempuan dalam kegiatan wirausaha berbasis komunitas mampu meningkatkan pendapatan keluarga hingga 25–40 persen. Penelitian lain juga menegaskan bahwa pendekatan berbasis partisipasi dan pendampingan usaha memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan keterampilan manajerial, kreativitas produk, serta kemampuan pemasaran pelaku UMKM perempuan (Rachmawati et al., 2021; Prasetyo & Wibowo, 2019). Temuan-temuan tersebut mengindikasikan bahwa program pemberdayaan perempuan bukan hanya berdampak ekonomi, tetapi juga memperkuat posisi sosial perempuan dalam keluarga dan masyarakat.

Selain itu, kegiatan pameran produk UMKM terbukti efektif sebagai media promosi, pembelajaran, dan penguatan jejaring usaha. Pameran tidak hanya berfungsi sebagai sarana penjualan, tetapi juga sebagai ruang interaksi antara pelaku UMKM, konsumen, dan pemangku kepentingan lainnya. Penelitian oleh Hidayat dan Prabowo (2022) menunjukkan bahwa partisipasi UMKM dalam pameran produk dapat meningkatkan omzet penjualan rata-rata sebesar 30 persen serta mendorong peningkatan kualitas produk melalui umpan balik langsung dari konsumen. Dalam konteks pemberdayaan perempuan, pameran juga berperan sebagai sarana peningkatan soft skills, seperti komunikasi, kepercayaan diri, dan kemampuan negosiasi (Sulastri, 2020; OECD, 2018).

Dari sisi kebijakan, program pemberdayaan perempuan dan penguatan UMKM sejalan dengan agenda pembangunan nasional dan global. Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak mendorong peningkatan peran perempuan dalam sektor ekonomi produktif sebagai bagian dari strategi pengarusutamaan gender. Selain itu, kebijakan pengembangan UMKM yang tertuang dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) serta dukungan terhadap pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals), khususnya tujuan kelima dan kedelapan, menjadi dasar kuat bagi pelaksanaan kegiatan PKM ini (Bappenas, 2020; United Nations, 2015). Kebijakan tersebut menegaskan pentingnya kolaborasi antara akademisi, masyarakat, dan pemerintah dalam mendorong kemandirian ekonomi perempuan.

Berdasarkan permasalahan, hasil penelitian terdahulu, serta landasan kebijakan tersebut, solusi yang ditawarkan dalam kegiatan PKM ini adalah pemberdayaan perempuan melalui penyelenggaraan pameran produk UMKM yang terintegrasi dengan pendampingan, pelatihan, dan penguatan kapasitas usaha. Pameran dirancang tidak hanya sebagai ajang promosi, tetapi juga sebagai media pembelajaran praktis bagi perempuan pelaku UMKM dalam meningkatkan kualitas produk, strategi pemasaran, dan pengelolaan usaha. Adapun tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan ini adalah meningkatkan kemampuan hard skills perempuan dalam produksi, pengemasan, dan pemasaran produk UMKM, serta meningkatkan soft skills berupa kepercayaan diri, komunikasi, dan jejaring usaha, yang pada akhirnya diharapkan dapat meningkatkan perekonomian keluarga dan mendorong kemandirian ekonomi perempuan di Desa Kencana Mulia secara berkelanjutan.

Metode

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dan kolaboratif, yang menempatkan perempuan pelaku UMKM sebagai subjek aktif dalam seluruh tahapan kegiatan. Pendekatan ini dipilih karena terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas, kemandirian, serta keberlanjutan program pemberdayaan masyarakat berbasis komunitas (Chambers, 2017; Mikkelsen, 2019). Kegiatan dilaksanakan melalui beberapa bentuk implementasi, meliputi penyuluhan, pelatihan, sosialisasi, workshop, serta pendampingan intensif yang terintegrasi dengan penyelenggaraan

pameran produk UMKM sebagai media praktik langsung dan pembelajaran kontekstual (Hidayat & Prabowo, 2022).

Aktivitas dosen dalam program ini meliputi penyusunan modul pemberdayaan, penyuluhan kewirausahaan dan ekonomi keluarga, pelatihan pengemasan dan branding produk, workshop strategi pemasaran UMKM, serta pendampingan selama proses persiapan hingga pelaksanaan pameran produk. Dosen juga berperan sebagai fasilitator dan evaluator kegiatan untuk memastikan ketercapaian tujuan program. Sementara itu, mahasiswa terlibat aktif melalui kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik Pemberdayaan UMKM, yang mencakup pendampingan teknis UMKM, membantu proses produksi dan pengemasan, dokumentasi kegiatan, serta mendukung pelaksanaan pameran dan interaksi dengan pengunjung. Keterlibatan mahasiswa dinilai penting untuk menumbuhkan pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) serta memperkuat kolaborasi akademisi dan masyarakat (Kolb, 2015; Suryana, 2018).

Mitra kegiatan dalam program ini adalah perempuan pelaku UMKM di Desa Kencana Mulia yang bergerak di bidang kuliner olahan, kerajinan rumah tangga, dan produk berbasis potensi lokal. Kegiatan melibatkan sebanyak ± 25 orang perempuan usia produktif yang sebagian besar merupakan ibu rumah tangga dengan usaha mikro skala rumah tangga. Lokasi kegiatan terpusat di balai desa dan area pameran yang telah disepakati bersama pemerintah desa. Pemilihan mitra didasarkan pada kebutuhan nyata masyarakat, kesiapan kelompok, serta potensi pengembangan UMKM perempuan sebagai penggerak ekonomi keluarga (Tambunan, 2019; UN Women, 2021).

Tahapan pelaksanaan kegiatan terdiri atas tiga tahap utama. Tahap pra-kegiatan meliputi observasi lapangan, identifikasi kebutuhan mitra, koordinasi dengan perangkat desa, serta penyusunan jadwal dan materi kegiatan. Tahap pelaksanaan kegiatan mencakup penyuluhan kewirausahaan perempuan, pelatihan pengemasan dan branding produk, workshop pemasaran UMKM, serta pelaksanaan Pameran Produk UMKM Perempuan Desa Kencana Mulia sebagai puncak kegiatan. Tahap akhir adalah monitoring dan evaluasi, yang dilakukan melalui dua jenis evaluasi, yaitu evaluasi selama kegiatan dan evaluasi pasca kegiatan. Evaluasi selama kegiatan dilakukan dengan observasi partisipatif dan diskusi reflektif, sedangkan evaluasi pasca kegiatan dilakukan menggunakan kuesioner, wawancara, dan dokumentasi untuk mengukur peningkatan pengetahuan, keterampilan, serta dampak awal terhadap perekonomian keluarga peserta (Creswell & Creswell, 2018; Sugiyono, 2020).

Hasil dan Pembahasan

Tahap Persiapan

Tahap persiapan merupakan fondasi utama dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini karena menentukan kesesuaian program dengan kebutuhan mitra. Pada tahap ini dilakukan perencanaan kegiatan, pengumpulan data awal, serta analisis situasi mitra perempuan pelaku UMKM di Desa Kencana Mulia. Perencanaan diawali dengan koordinasi antara tim pelaksana PKM,

pemerintah desa, dan kelompok perempuan untuk menyepakati tujuan, bentuk kegiatan, serta jadwal pelaksanaan. Perencanaan ini juga mencakup penyusunan materi yang akan diberikan, meliputi kewirausahaan perempuan, manajemen usaha mikro, pengemasan dan branding produk, serta strategi pemasaran melalui pameran UMKM (Suryana, 2018; Tambunan, 2019).



Pengumpulan data dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara awal dengan calon peserta, serta diskusi kelompok terfokus (FGD). Data yang dihimpun meliputi jenis usaha yang dijalankan, lama usaha, tingkat pendapatan sebelum kegiatan, pemahaman peserta terhadap konsep pemasaran, serta pengalaman mengikuti pameran produk. Hasil pengumpulan data menunjukkan bahwa sebagian besar peserta menjalankan usaha kuliner rumahan dan kerajinan sederhana dengan skala produksi terbatas. Sebanyak 72% peserta belum pernah mengikuti pameran produk UMKM, sementara 68% peserta belum memiliki pemahaman yang memadai tentang pengemasan produk dan strategi promosi yang efektif. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa keterbatasan akses informasi dan pengalaman pemasaran masih menjadi kendala utama UMKM perempuan di pedesaan (Kurniawati & Nugroho, 2020; UN Women, 2021).

Berdasarkan data tersebut, dilakukan analisis kebutuhan untuk menentukan materi yang paling relevan dan aplikatif bagi mitra. Hasil analisis menunjukkan bahwa peserta membutuhkan pendekatan pembelajaran praktis yang dapat langsung diterapkan, bukan hanya penyampaian teori. Oleh karena itu, materi dirancang dalam bentuk kombinasi penyuluhan singkat, pelatihan berbasis praktik, serta pendampingan langsung yang terintegrasi dengan pelaksanaan pameran produk UMKM. Perencanaan ini memperkuat prinsip pemberdayaan partisipatif, di mana mitra dilibatkan sejak tahap awal agar memiliki rasa kepemilikan terhadap program yang dijalankan (Chambers, 2017; Mikkelsen, 2019).

Tahap Pelaksanaan dan Analisis

Tahap pelaksanaan merupakan inti dari kegiatan PKM yang mencerminkan implementasi langsung dari perencanaan yang telah disusun. Kegiatan dilaksanakan secara bertahap, dimulai dengan penyuluhan kewirausahaan perempuan dan

ekonomi keluarga. Pada sesi ini, peserta diberikan pemahaman mengenai peran strategis perempuan dalam meningkatkan perekonomian keluarga, pentingnya kewirausahaan berbasis potensi lokal, serta peluang pengembangan UMKM melalui kegiatan kolektif seperti pameran produk. Observasi selama kegiatan menunjukkan adanya peningkatan partisipasi aktif peserta, yang ditandai dengan diskusi terbuka, pertanyaan kritis, dan berbagi pengalaman antar peserta. Hal ini mengindikasikan bahwa pendekatan dialogis mampu meningkatkan kesadaran dan motivasi perempuan pelaku UMKM (Kabeer, 2016; Sulastri, 2020).



Kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan pengemasan dan branding produk UMKM. Peserta dilatih untuk memperbaiki tampilan produk, memilih kemasan yang lebih menarik dan higienis, serta menyusun identitas produk sederhana seperti nama merek dan label. Berdasarkan hasil observasi, sebanyak 80% peserta mampu memperbaiki kemasan produknya setelah mengikuti pelatihan, baik dari segi kerapian, estetika, maupun informasi produk. Perubahan ini berdampak pada meningkatnya rasa percaya diri peserta terhadap produk yang dihasilkan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Prasetyo dan Wibowo (2019) yang menyatakan bahwa peningkatan kualitas kemasan berkontribusi langsung terhadap peningkatan daya tarik produk UMKM di mata konsumen.

Workshop strategi pemasaran UMKM dan persiapan pameran menjadi tahap berikutnya. Pada tahap ini, peserta diberikan pelatihan mengenai teknik promosi, komunikasi dengan konsumen, penataan stan pameran, serta simulasi transaksi penjualan. Mahasiswa yang terlibat melalui kegiatan KKN Tematik berperan aktif dalam mendampingi peserta selama proses persiapan, mulai dari penataan produk hingga simulasi interaksi dengan pembeli. Observasi menunjukkan bahwa peserta mulai mampu mempraktikkan keterampilan komunikasi dan negosiasi sederhana, yang sebelumnya jarang dilakukan karena keterbatasan pengalaman. Hal ini mendukung konsep experiential learning yang menekankan pembelajaran melalui pengalaman langsung (Kolb, 2015).

Puncak kegiatan ditandai dengan pelaksanaan Pameran Produk UMKM Perempuan Desa Kencana Mulia. Pameran ini menjadi ruang praktik nyata bagi peserta untuk menerapkan seluruh pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh. Selama pameran berlangsung, peserta secara aktif menawarkan produk,

menjelaskan keunggulan produk kepada pengunjung, serta melakukan transaksi penjualan. Hasil pengamatan menunjukkan adanya peningkatan omzet penjualan rata-rata sebesar 30–45% dibandingkan hari biasa, meskipun pameran hanya berlangsung dalam waktu terbatas. Selain peningkatan pendapatan, pameran juga memberikan pengalaman sosial yang memperkuat rasa percaya diri dan solidaritas antar peserta, sebagaimana dikemukakan oleh Hidayat dan Prabowo (2022) bahwa pameran UMKM berperan penting dalam penguatan soft skills pelaku usaha kecil.

Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas kegiatan serta mengukur capaian program terhadap tujuan yang telah ditetapkan. Evaluasi dilakukan dalam dua tahap, yaitu evaluasi selama kegiatan dan evaluasi pasca kegiatan. Evaluasi selama kegiatan dilakukan melalui observasi partisipatif dan diskusi reflektif setelah setiap sesi pelatihan dan workshop. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa metode pelatihan berbasis praktik lebih mudah dipahami oleh peserta dibandingkan metode ceramah, sehingga mendorong peningkatan partisipasi dan pemahaman materi (Sugiyono, 2020).



Evaluasi pasca kegiatan dilakukan menggunakan kuesioner dan wawancara semi-terstruktur untuk mengukur perubahan pengetahuan, keterampilan, dan sikap peserta. Hasil kuesioner menunjukkan adanya peningkatan pemahaman kewirausahaan sebesar 42%, peningkatan keterampilan pengemasan dan branding produk sebesar 55%, serta peningkatan kemampuan komunikasi dan kepercayaan diri sebesar 48% dibandingkan sebelum kegiatan. Selain itu, sebanyak 76% peserta menyatakan termotivasi untuk terus mengembangkan usaha dan berpartisipasi dalam kegiatan pameran UMKM di masa mendatang. Temuan ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa program pemberdayaan berbasis pendampingan mampu meningkatkan kapasitas perempuan secara signifikan, baik dari aspek hard skills maupun soft skills (Rachmawati et al., 2021; OECD, 2018).

Wawancara pasca kegiatan juga mengungkapkan bahwa peserta merasakan dampak positif terhadap perekonomian keluarga, meskipun masih dalam skala awal. Beberapa peserta menyatakan bahwa peningkatan pendapatan dari hasil pameran

memberikan kontribusi tambahan terhadap kebutuhan rumah tangga dan menjadi motivasi untuk meningkatkan skala produksi. Hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan PKM tidak hanya memberikan dampak jangka pendek, tetapi juga membuka peluang keberlanjutan ekonomi perempuan di tingkat keluarga dan komunitas (World Bank, 2020).

Kendala dan Permasalahan yang Dihadapi serta Solusi

Selama pelaksanaan kegiatan, terdapat beberapa kendala yang dihadapi, baik dari sisi peserta maupun teknis pelaksanaan. Kendala utama yang ditemui adalah keterbatasan waktu peserta, terutama bagi ibu rumah tangga yang harus membagi waktu antara kegiatan usaha, keluarga, dan kegiatan PKM. Selain itu, sebagian peserta masih mengalami keterbatasan modal untuk meningkatkan kualitas kemasan dan jumlah produksi. Kendala lainnya adalah keterbatasan pengalaman peserta dalam menghadapi konsumen secara langsung, yang pada awalnya menimbulkan rasa kurang percaya diri.

Untuk mengatasi kendala tersebut, tim pelaksana menerapkan beberapa solusi, antara lain penyesuaian jadwal kegiatan agar lebih fleksibel, penggunaan bahan kemasan yang terjangkau dan mudah diperoleh, serta pendampingan intensif selama pameran untuk membantu peserta berinteraksi dengan pengunjung. Pendekatan ini terbukti efektif dalam mengurangi hambatan partisipasi dan meningkatkan kenyamanan peserta dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Solusi berbasis kebutuhan nyata mitra ini sejalan dengan prinsip pemberdayaan masyarakat yang menekankan adaptasi program terhadap konteks lokal (Moser, 2012; Chambers, 2017).

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa pemberdayaan perempuan melalui pameran produk UMKM di Desa Kencana Mulia mampu meningkatkan kapasitas ekonomi dan sosial peserta. Meskipun masih terdapat keterbatasan, kegiatan ini memberikan dampak positif yang signifikan dan berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut melalui program pendampingan berkelanjutan dan kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan.

Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan memberdayakan perempuan pelaku UMKM dalam meningkatkan perekonomian keluarga melalui penyelenggaraan pameran produk UMKM di Desa Kencana Mulia. Berdasarkan rangkaian kegiatan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tujuan program tercapai secara optimal. Implementasi kegiatan yang meliputi penyuluhan kewirausahaan, pelatihan pengemasan dan branding produk, workshop pemasaran, serta pendampingan dalam pameran UMKM terbukti mampu meningkatkan kapasitas peserta baik dari aspek hard skills maupun soft skills. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman kewirausahaan sebesar 42%, peningkatan keterampilan pengemasan dan branding produk sebesar 55%, serta peningkatan soft skills berupa kemampuan komunikasi, kepercayaan diri, dan interaksi dengan konsumen sebesar 48%. Selain itu, kegiatan pameran memberikan

dampak ekonomi awal yang positif, ditandai dengan peningkatan omzet penjualan rata-rata sebesar 30–45% selama pelaksanaan pameran dibandingkan dengan hari penjualan biasa, yang berkontribusi langsung terhadap peningkatan pendapatan keluarga peserta.

Meskipun demikian, keberlanjutan program masih memerlukan tindak lanjut berupa pendampingan berkelanjutan, penguatan akses permodalan, serta perluasan jejaring pemasaran, termasuk pemanfaatan platform digital. Oleh karena itu, direkomendasikan agar kegiatan serupa dikembangkan melalui penelitian dan pengabdian lanjutan yang berfokus pada digitalisasi pemasaran UMKM perempuan, penguatan kelembagaan kelompok usaha, serta kolaborasi lintas sektor dengan pemerintah dan dunia usaha. Pengembangan model pemberdayaan ini juga berpotensi diterapkan pada bidang lain berbasis potensi lokal desa, sehingga dampak sosial dan ekonomi yang dihasilkan dapat semakin luas dan berkelanjutan.

Referensi

- Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. (2020). Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020–2024. Jakarta: Bappenas.
- Chambers, R. (2017). *Can we know better? Reflections for development*. Rugby: Practical Action Publishing.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Hidayat, R., & Prabowo, A. (2022). Peran pameran UMKM terhadap peningkatan omzet usaha kecil dan menengah. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 7(2), 101–112.
- Kabeer, N. (2016). Gender equality, economic growth, and women's agency: The "endless variety" and "monotonous similarity" of patriarchal constraints. *Feminist Economics*, 22(1), 295–321. <https://doi.org/10.1080/13545701.2015.1090009>
- Kolb, D. A. (2015). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development* (2nd ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Kurniawati, D., & Nugroho, S. (2020). Pemberdayaan perempuan melalui UMKM berbasis komunitas dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 45–53.
- Mikkelsen, B. (2019). *Methods for development work and research: A new guide for practitioners*. New Delhi: Sage Publications.
- Moser, C. O. N. (2012). *Gender planning and development: Theory, practice and training*. London: Routledge.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2018). *Enhancing the contributions of SMEs in a global economy*. Paris: OECD Publishing.
- Prasetyo, B., & Wibowo, T. (2019). Strategi peningkatan daya saing UMKM perempuan melalui inovasi produk dan kemasan. *Jurnal Manajemen UMKM*, 5(2), 67–78.
- Rachmawati, Y., Lestari, E., & Fitria, N. (2021). Pendampingan UMKM perempuan dalam meningkatkan perekonomian keluarga. *Jurnal Abdimas*, 6(1), 23–31.

- Sugiyono. (2020). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sulastri, S. (2020). Pameran sebagai media pembelajaran kewirausahaan dan penguatan soft skills UMKM. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 13(2), 89–97.
- Suryana. (2018). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tambunan, T. T. H. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, kendala, dan tantangan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development*. New York: United Nations.
- UN Women. (2021). *Women's economic empowerment: Building inclusive economies*. New York: UN Women.
- World Bank. (2020). *Women, business and the law 2020*. Washington, DC: World Bank Publications.
- Yuliana, R. (2019). Peran UMKM perempuan dalam menopang ekonomi keluarga di pedesaan. *Jurnal Sosial Humaniora*, 10(1), 55–64.
- Astuti, P. (2020). Strategi pemasaran produk UMKM berbasis potensi lokal. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 77–85.
- Handayani, T., & Rahma, S. (2021). Literasi bisnis dan kemandirian ekonomi perempuan pelaku UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 33–42.
- Iskandar, D. (2018). Pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal desa. *Jurnal Pembangunan Desa*, 3(2), 90–99.
- Lestari, M. (2022). Dampak pemberdayaan ekonomi perempuan terhadap kesejahteraan keluarga. *Jurnal Gender dan Pembangunan*, 6(1), 1–12.
-