

Penelitian Dasar  
Pengembangan Prodi

**PENELITIAN KELOMPOK**

**PEMBERDAYAAN EKONOMI PEREMPUAN  
MELALUI BISNIS KULINER RUMAHAN PADA KOMUNITAS  
*BAKING LOVERS COMMUNITY (BLC) KOTA SAMARINDA***



*Oleh:*

**Norvadewi , M. Ag  
Akhmad Nur Zaroni, M. Ag**

Diajukan untuk Program LITAPDIMAS Tahun 2021

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
S A M A R I N D A  
TAHUN 2021**

## HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul : Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Melalui Bisnis Kuliner Rumahan Pada Komunitas Baking Lovers Community (BLC) Kota Samarinda
2. Jenis Penelitian : Kelompok
3. Cluster : Penelitian Dasar Pengembangan Prodi
4. Identitas Peneliti
  - a. Ketua : Hj. Norvadewi, M.Ag  
NIP : 197308012001122001  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Pangkat/Golongan : Pembina/IVa  
Jabatan : Lektor Kepala
  - b. Anggota : Akhmad Nur Zaroni, M.Ag  
NIP : 197003102001121003  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Pangkat/Golongan : Pembina/IVa  
Jabatan : Lektor Kepala
5. Lokasi Penelitian : Samarinda
6. Waktu Penelitian : 03 Maret-01 Agustus 2021

Samarinda, 01 Agustus 2021

Mengetahui  
Ketua LP2M



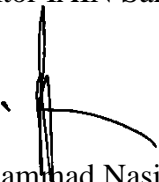
Alfitri, M. Ag., LL. M., Ph. D  
NIP. 19760709 200112 1 004

Peneliti,

Hj. Norvadewi, M.Ag  
NIP. 197308012001122001

Mengesahkan,  
a.n. Rektor IAIN Samarinda



  
Dr. Muhammad Nasir, M.Ag  
NIP. 197012311997031023

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hj. Norvadewi, M.Ag

NIP : 197308012001122001

Fakultas/PTAI : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Samarinda

Menyatakan bahwa penelitian saya yang berjudul "*Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Melalui Bisnis Kuliner Rumahan Pada Komunitas Baking Lovers Community (BLC) Kota Samarinda*" adalah hasil karya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab, tanpa adapaksaan dari pihak manapun.

Samarinda, 01 Agustus 2021

Yang menyatakan,



Hj. Norvadewi, M.Ag

NIP. 197308012001122001

## ABSTRAK

Saat ini pemberdayaan perempuan dipandang sebagai komponen penting dalam pembangunan dan pengurangan kemiskinan. Pemberdayaan perempuan menjadikan perempuan mandiri dan percaya diri. Mereka akan memiliki kemampuan untuk mengubah pilihan mereka menjadi tindakan yang diinginkan, yang akan mengarah pada munculnya pemberdayaan ekonomi, politik, sosial, dan psikologis. Salah satu cara dalam pemberdayaan perempuan adalah melalui komunitas atau kelompok (*self-help groups*). Pemberdayaan perempuan melalui komunitas ini ada pada *Baking Lovers Community* (BLC) Samarinda, sebuah komunitas perempuan yang memiliki kesamaan hobi yaitu bidang kuliner dengan usaha rumahan yang mereka jalankan.

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian dilakukan pada komunitas usaha kuliner rumahan yang tergabung dalam *Baking Lovers Community* Kota Samarinda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui program pemberdayaan ekonomi pada komunitas BLC, bagaimana dampak pemberdayaan itu terhadap perkembangan bisnis kuliner di kota Samarinda dan kendala apa yang mereka hadapi dalam pemberdayaan perempuan di komunitas tersebut. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan *Focus Grup Discussion* (FGD), wawancara dengan pengurus dan anggota BLC serta dokumentasi. Untuk menguji validitas data menggunakan triangulasi. Sedangkan untuk analisis data menggunakan model Miles dan Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan program pemberdayaan ekonomi BLC berupa berbagai pelatihan dalam rangka meningkatkan keterampilan kuliner anggota, seperti latihan bareng membuat kue, mendatangkan chef, pelatihan fotografi untuk mendukung promosi produk, promosi produk di media social Fb dan Instagram, berbagi resep kuliner, kegiatan social dan bazar amal, memfasilitasi anggota untuk mengurus ijin usaha dan serifikasi halal produk. Potensi usaha yang dikembangkan adalah pembuatan berbagai jenis kue dan makanan baik modern maupun tradisional untuk berbagai acara, catering dan prasmanan untuk berbagai acara di rumah maupun di kantor. Dampak program pemberdayaan BLC bagi anggotanya; sebagai sumber pendapatan, pengembangan hobi, sharing ilmu, keberlangsungan usaha, inovasi produk, inovasi kemasan dan brand, dan pengembangan digital marketing. Dengan demikian pemberdayaan ini menjadikan mereka sebagai subyek/pelaku, terlibat aktif dalam pembangunan, berdaya mengelola usaha secara mandiri, dan organisasi yang mewadahi mereka berperan dalam pemberdayaan. Adapun kendala yang dihadapi adalah kemampuan SDM yang tidak merata, permodalan untuk mengembangkan usaha, perizinan usaha, dan sertifikasi halal.

**Kata Kunci:** Pemberdayaan Ekonomi Perempuan, Bisnis Kuliner Rumahan, Komunitas, *Baking Lovers Community*.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL-----	i
HALAMAN PENGESAHAN-----	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN-----	iii
ABSTRAK-----	iv
DAFTAR ISI-----	v
DAFTAR TABEL-----	vii
DAFTAR GAMBAR-----	vii
<b>BAB I</b> PENDAHULUAN-----	1
A. Latar Belakang-----	1
B. Rumusan Masalah-----	5
C. Tujuan Penelitian-----	5
D. Manfaat Penelitian-----	6
E. Penegasan Istilah-----	6
F. Kajian Pustaka-----	8
G. Sistematika Penulisan-----	12
<b>BAB II</b> LANDASAN TEORI-----	14
A. Konsep Pemberdayaan Ekonomi Perempuan -----	14
1. Pengertian Pemberdayaan Perempuan-----	14
2. Tujuan Pemberdayaan Perempuan-----	15
3. Dimensi Pemberdayaan-----	16
4. Unsur Pemberdayaan Perempuan-----	17
5. Strategi Pemberdayaan Perempuan-----	18
6. Langkah-Langkah Pemberdayaan Perempuan-----	19
7. Program-Program Pemberdayaan Perempuan-----	20
8. Indikator Pemberdayaan Perempuan-----	21
9. Pemberdayaan Ekonomi Perempuan-----	22
B. Organisasi Berbasis Komunitas-----	23
C. Usaha Rumahan ( <i>Home Industry</i> )-----	24
1. Pengertian home industry-----	24

	2. Jenis Usaha Kecil-----	28
	3. Manfaat dan Keunggulan Home Industry-----	30
	4. Hambatan Pengelolaan Usaha Kecil-----	34
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN-----</b>	<b>39</b>
	A. Pendekatan Penelitian-----	39
	B. Lokasi Penelitian-----	40
	C. Narasumber dan Informan-----	40
	D. Sumber Data-----	40
	E. Teknik Pengumpulan Data -----	41
	F. Analisis Data-----	42
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN-----</b>	<b>44</b>
	A. Profil Komunitas <i>Baking Lovers Community</i> (BLC) Kota Samarinda-----	44
	B. Program Pemberdayaan Ekonomi Perempuan pada Komunitas <i>Baking Lovers Community</i> (BLC) Samarinda----	48
	C. Potensi Usaha Kulinar yang dikembangkan Komunitas BLC Samarinda-----	50
	D. Dampak Pemberdayaan Ekonomi Perempuan pada Komunitas BLC terhadap Perkembangan Bisnis Kuliner di Samarinda-----	54
	E. Kendala Komunitas <i>Baking Lovers Community</i> (BLC) dalam Pemberdayaan Ekonomi Perempuan di Kota Samarinda-----	59
	F. Pembahasan-----	60
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP-----</b>	<b>66</b>
	A. Simpulan-----	66
	B. Saran-----	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Susunan Pengurus BLC Periode 2019-2021-----	47
Tabel 2 Data Usaha Kuliner Rumahan Anggota BLC Samarinda-----	51
Tabel 3 Analisis Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Melalui Usaha Kuliner Rumahan Komunitas BLC Samarinda -----	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Analisis Program Pemberdayaan, Kendala Dan Dampaknya Terhadap Pengembangan Usaha Kuliner BLC Samarinda-----	66
---	----



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Jumlah perempuan yang mencapai setengah populasi dunia menjadikan pemberdayaan ekonomi perempuan diperlukan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Deputy Gubernur Bank Indonesia, Rosmaya Hadi dalam seminar internasional “*Women’s Economic Empowerment: A Framework For an Inclusive And Sustainable Growth*” yang diselenggarakan Bank Indonesia di Jakarta dalam rangka *Voyage to Indonesia* menyambut pertemuan tahunan *International Monetary Fund (IMF) - World Bank (WB) 2018* menyampaikan pentingnya peningkatan partisipasi perempuan dalam ekonomi untuk mendorong akselerasi pertumbuhan ekonomi Indonesia di tengah kondisi pemulihan ekonomi saat ini. Untuk itu, perempuan kiranya dapat memanfaatkan peluang pesatnya perkembangan ekonomi, termasuk ekonomi digital saat ini sehingga dapat menjadi akselerator peningkatan partisipasi perempuan dalam perekonomian.<sup>1</sup>

Banyak literatur menegaskan peran penting perempuan wirausaha dalam perubahan sosial dan pertumbuhan ekonomi di negara berkembang dan maju negara, seperti studi yang dilakukan di Sri Lanka, Iran, Mongolia dan Italia.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Departemen Komunikasi Bank Indonesia, *Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Wujudkan Pertumbuhan Ekonomi yang Inklusif dan Berkesinambungan*, 21 Juli 2018.

<sup>2</sup>Aramand, M., Women Entrepreneurship in Mongolia: the Role of Culture on Entrepreneurial Motivation. Equality, Diversity and Inclusion: *An International Journal*, 32(1), 2012. Bianchi, M., Parisi, V., & Salvatore, R., Female Entrepreneurs: Motivations and Constraints. An Italian Regional Study. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 8(3), 198-220, 2016., Hewapathirana, G. I, The Role of Social Identity in Internationalization of Women- Owned Small Businesses in Sri Lanka. *Journal of Asia Business Studies*, 5(2), 172-193, 2011., Javadian, G., & Singh, R. P., Examining Successful Iranian Women Entrepreneurs: An eExploratory Study.

Pemberdayaan perempuan meliputi pemberdayaan ekonomi dan sosial. Selain itu pemberdayaan diri juga harus diperhatikan. Pemberdayaan perempuan sebagai bagian dari tujuan pembangunan berkelanjutan dapat dicapai melalui pemberdayaan ekonomi perempuan yang pada gilirannya juga memberdayakan masyarakat secara sosial.<sup>3</sup>

Muhammad Ihsan, Asisten Deputi Bidang Kesetaraan Gender Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak mengatakan, perempuan sebagai pelaku ekonomi memiliki potensi besar dalam berkontribusi membangun ketahanan ekonomi Indonesia. Untuk itu, perempuan perlu diberikan strategi untuk membangun dan menciptakan peluang bisnis, memfasilitasi penguatan keterampilan individu dan kelompok, memfasilitasi penguatan kolaborasi atau kerja sama, serta meningkatkan akses perempuan ke layanan bisnis.<sup>4</sup> Ihsan menambahkan bahwa sejak tahun 2016, hal ini dilakukan melalui kebijakan pengembangan industri rumahan. Hingga saat ini, ada lebih dari 3000 industri rumahan yang tersebar di Indonesia. Pengembangan industri rumahan masih menjadi proyek percontohan, salah satu aktivitasnya adalah pelatihan teknis dan bantuan peralatan produksi untuk mendukung perkembangan bisnis mereka.”<sup>5</sup>

---

Gender in Management: *An International Journal*, 27(3), 148-164, 2012.,

<sup>3</sup> Chanel Emily Mc. Call and Kevin Frank Mearns, Empowering Women Through Community-Based Tourism in the Western Cape, South Africa, *Tourism Review International*, Vol. 25, pp. 157–171, Printed in the USA. All rights reserved. Copyright © 2021 Cognizant, LLC

<sup>4</sup>Publikasi dan Media Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, *Peran Industri Rumahan dalam Pemberdayaan Ekonomi Perempuan*, Siaran Pers Nomor: B- 044/Set/Rokum/MP 01/03/201 , 22 Maret 2019

<sup>5</sup>Publikasi dan Media Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, *Peran Industri Rumahan dalam Pemberdayaan Ekonomi Perempuan*, Siaran Pers Nomor: B- 044/Set/Rokum/MP 01/03/201 , 22 Maret 2019

Industri rumahan memberikan banyak manfaat bagi perempuan dalam upaya memberdayakan perempuan dalam sektor ekonomi, mendukung pembentukan kesempatan kerja, mengurangi pengangguran, dan meningkatkan kesejahteraan untuk mendorong kepercayaan diri pada perempuan.

Pemberdayaan ekonomi perempuan akan berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi local yang memiliki tema sentral penciptaan lapangan kerja. Rencana penciptaan lapangan kerja ini mencakup kegiatan program bimbingan, program pekerjaan umum, pelatihan keterampilan teknis dan bisnis yang intensif, pengembangan inkubator dan pusat kerja, dan program pengembangan pemuda.<sup>6</sup> Senada dengan ini, Elise Young mengatakan pemberdayaan ekonomi terutama pemberdayaan ekonomi bagi perempuan dapat menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang terjadi di masyarakat, situasi ini juga akan memunculkan kesetaraan bagi perempuan atau kemudian disebut *Women's Economic Empowerment and Equality* (WE3). Hal ini perlu disadari oleh seluruh stakeholder dari pemerintah, swasta, maupun masyarakat. Elise menambahkan untuk mencapai W3E ada 3 hal yang bisa dilakukan yaitu : *Make smart investments in women's businesses, Move toward real development partnerships with women's organizations and Collaborate with women's organizations.*<sup>7</sup> Pernyataan Elise ini berarti untuk mencapai kesetaraan dan pemberdayaan ekonomi perempuan bisa dilakukan melalui: (1) Melakukan investasi cerdas dalam bisnis perempuan, (2) Memiliki kerjasama pembangunan

---

<sup>6</sup>Meyer, D.F., 2014, *Local Economic development (LED), Challenges and Solutions: The Case of the Northern Free State region, South Africa*, p. 14, viewed 23 Januari 2021, from <https://showme.co.za/vaal/files/2014/08/local-economic-development>

<sup>7</sup>Elise Young, *Harnessing Power to Shift the Economic Balance Toward Equality for Women*, Devex : International Development News, 13 Oktober 2016

yang nyata dengan organisasi perempuan, (3) Melakukan kolaborasi dengan organisasi.<sup>8</sup>

Partisipasi perempuan dalam komunitas (*self-help groups*) akan menjadikan perempuan lebih percaya diri dan mandiri sehingga menjadikan mereka mampu untuk mengubah pilihan mereka menjadi tindakan yang diinginkan, yang akan mengarah pada munculnya pemberdayaan ekonomi, politik, sosial, dan psikologis.<sup>9</sup>

Sebagaimana yang dinyatakan oleh Elise Young bahwa kesetaraan dan pemberdayaan ekonomi perempuan bisa dilakukan melalui organisasi perempuan. Hal inilah yang dilakukan oleh Komunitas *Baking Lovers Community* (BLC) Samarinda yang berdiri sejak tahun 2014. Komunitas ini beranggotakan para wanita yang memiliki kesamaan hobi yaitu memasak. Kesamaan hobi inilah yang kemudian mendorong mereka berkumpul dan berbagi pengalaman sehingga membentuk komunitas. Komunitas yang menjadi wadah bagi mereka untuk meningkatkan ilmu dan keterampilan dalam bidang kuliner bahkan tidak sedikit dari mereka yang bisa menyalurkan hobi yang kemudian berkembang menjadi usaha. Selain itu komunitas ini juga menjadi media promosi produk kuliner yang mereka hasilkan. Hampir sebagian besar dari mereka kemudian menjalankan bisnis kuliner rumahan yang pada akhirnya dapat menambah penghasilan dan meningkatkan perekonomian keluarga.

---

<sup>8</sup>Anonim, *Perempuan dan Pemberdayaan Ekonomi*, Konsil LSM Indonesia, 25 Oktober 2016

<sup>9</sup>Eyben, R., Kabeer, N. & Cornwall, A., (2008). "Conceptualising Empowerment and the Implications for Pro Poor Growth." Paper prepared for the DAC Poverty Network by the Institute of Development Studies, Brighton.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk mengangkat judul penelitian “***Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Melalui Bisnis Kuliner Rumahan Pada Komunitas Baking Lovers Community (BLC) Kota Samarinda***”

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana program pemberdayaan ekonomi perempuan melalui bisnis kuliner rumahan dilakukan oleh komunitas *Baking Lovers Community* kota Samarinda?
2. Potensi usaha kuliner rumahan apa yang dikembangkan oleh komunitas *Baking Lovers Community* kota Samarinda?
3. Bagaimana dampak pemberdayaan ekonomi perempuan terhadap bisnis kuliner rumahan komunitas *Baking Lovers Community* kota Samarinda?
4. Apa kendala pemberdayaan ekonomi perempuan melalui bisnis kuliner rumahan oleh komunitas *Baking Lovers Community* di kota Samarinda?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis program pemberdayaan ekonomi perempuan melalui bisnis kuliner rumahan yang dilakukan oleh komunitas *Baking Lovers Community* kota Samarinda.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis potensi usaha kuliner rumahan yang dikembangkan oleh komunitas *Baking Lovers Community* kota Samarinda.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis dampak pemberdayaan ekonomi perempuan terhadap perkembangan usaha kuliner rumahan komunitas *Baking Lovers Community* Kota Samarinda.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis kendala pemberdayaan ekonomi perempuan melalui bisnis kuliner rumahan oleh komunitas *Baking Lovers Community* di kota Samarinda.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

##### 1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pemberdayaan ekonomi perempuan berbasis komunitas dan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

##### 2. Manfaat Praktis

Sebagai bahan masukan bagi pemerintah dan masyarakat mengenai pemberdayaan ekonomi perempuan melalui komunitas dalam rangka meningkatkan eksistensi dan peran perempuan dalam kehidupan ekonomi keluarga.

#### **E. Penegasan Istilah**

Untuk memudahkan dalam memahami judul penelitian ini, maka perlu diberikan penegasan dan penjelasan mengenai judul Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Melalui Bisnis Kuliner Rumahan Pada Komunitas *Baking Lovers Community* (BLC) Kota Samarinda.

Pemberdayaan ekonomi dapat didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk mengakses sumber daya, memiliki sumber daya, dan mengendalikan sumber daya tersebut.<sup>10</sup>

Pemberdayaan ekonomi perempuan akan berkontribusi pada pemberdayaan ekonomi local dan menciptakan lapangan kerja mencakup kegiatan program bimbingan, program pekerjaan umum, pelatihan keterampilan teknis dan bisnis yang intensif, pengembangan inkubator dan pusat kerja, dan program pengembangan pemuda.<sup>11</sup>

Bisnis Kuliner Rumahan adalah usaha kuliner (makanan) yang bersifat informal yang dilakukan oleh para ibu rumah tangga.

Baking Lovers Community Samarinda adalah komunitas wanita yang memiliki kesamaan hobi yaitu memasak di kota Samarinda.

Jadi maksud judul adalah untuk menggali bagaimana pemberdayaan ekonomi perempuan melalui komunitas BLC pada bisnis kuliner rumahan yang dijalankan oleh anggotanya, meliputi apa saja program pemberdayaan ekonomi BLC, potensi usaha kuliner rumahan apa saja yang dikembangkan oleh komunitas BLC, bagaimana dampak pemberdayaan terhadap perkembangan industri kuliner di kota Samarinda dan apa saja kendala dalam pemberdayaan ekonomi perempuan di komunitas BLC Samarinda.

---

<sup>10</sup> Brody et.al, *Economic Self-help roup programs for mproving Women's Empowerment: A Systematic Review*, Campbell Systematic Reviews, The Campbell Collaboration, Philadelphia, CA, 2015.

<sup>11</sup> Meyer, D.F., *Local economic development (LED), challenges and solutions: The case of the Northern Free State region, South Africa*, 2014, viewed 23 Januari 2021, from <https://showme.co.za/vaal/files/2014/08/Local-economic-development>

## F. Kajian Pustaka

Lilis Karwati,dkk dalam penelitian mengenai pemberdayaan perempuan dengan membangun kewirausahaan melalui bisnis kuliner yang dilakukan para wanita di desa Neglasari Tasikmalaya Propinsi Jawa Barat merupakan satu usaha untuk memberdayakan perempuan yang dapat meningkatkan kehidupan ekonomi keluarga. Kegiatan yang mereka lakukan ini dapat dijadikan model pemberdayaan bisnis perempuan dan merupakan solusi yang sangat efektif sebagai upaya menyelesaikan masalah sosial ekonomi keluarga, memberikan kesempatan para perempuan dalam upaya pemenuhan lapangan pekerjaan, mendorong kemandirian perempuan, menumbuhkan kesadaran diri dan membuka jaringan sosial bisnis bagi perempuan.<sup>12</sup>

Esther Duflo mengatakan pada dasarnya pemberdayaan perempuan dan pembangunan ekonomi adalah dua hal yang berhubungan erat. Pada satu sisi, pembangunan yang tidak disertai dengan pemberdayaan perempuan cenderung akan menimbulkan ketidakadilan antara laki-laki dan perempuan dan di sisi lain pembangunan dapat menimbulkan pemberdayaan perempuan dan pemberdayaan perempuan dapat membawa perubahan pada pembuatan keputusan baik di ranah keluarga maupun masyarakat, yang berdampak langsung pada pembangunan.<sup>13</sup>

Louisa D. Jokia, et.al meneliti tentang pemberdayaan ekonomi perempuan pada industri kerajinan informal di kota Tembisa. Mayoritas pedagang

---

<sup>12</sup> Lilis Karwati, et. al, Women Empowerment to Build Entrepreneurship dalam *Journal of Nonformal Education*, <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jne> JNE 4(2), 2108, Universitas Negeri Semarang, p. 169-176

<sup>13</sup> Esther Duflo, *Women's Development and Economic Development*, dalam *Journal of Economic Literature*, Vol. 50, No. 1051-79, National Bureau of Economic Research (NBER), Cambridge, Desember 2012



kerajinan adalah bukan berasal dari Afrika Selatan dan berusia 18-35 tahun. Bisnis kerajinan yang dijalankan oleh para wanita di Afrika bersifat musiman, tergantung pada pasokan bahan tenun dan budaya serta fungsi lainnya. Sebagian besar pedagang tidak tertarik untuk beralih dari sektor informal ke sektor formal. Baik pemerintah kota maupun pusat menawarkan program untuk membantu pedagang beralih dari sektor informal ke sektor formal.<sup>14</sup>

Penelitian Dermawan, mengenai pemberdayaan perempuan melalui kegiatan ekonomi kreatif, Dermawan mendefinisikan pemberdayaan sebagai upaya memberikan kesadaran tentang potensi dalam diri perempuan yang dapat berdaya guna dan memberikan keuntungan bagi dirinya dan orang lain, memberikan motivasi untuk mengaktifkan potensi yang dimiliki dan mengembangkannya melalui pendidikan dan pelatihan, sehingga diperoleh pengetahuan dan keterampilan yang dapat diaplikasikan dalam kehidupan. Selain itu dia menambahkan bahwa metode dalam pemberdayaan perempuan dengan membongkar mitos kaum, memberi beragam keterampilan, memberikan kesempatan yang luas bagi perempuan untuk maju dan meningkat dalam berbagai sektor pekerjaan baik bidang pendidikan, kesehatan, ekonomi, sosial, politik, hankam dan budaya. Dermawan menawarkan bidang ekonomi kreatif sebagai lahan untuk pemberdayaan ekonomi perempuan. Ekonomi kreatif merupakan aktifitas perekonomian yang lebih mengandalkan ide atau gagasan (kreatif) untuk mengelola material yang bersumber dari lingkungan di sekitarnya menjadi bernilai

---

<sup>14</sup>Louisa D. Jokia, et.al, Economic empowerment of women in the informal African craft industry: The case of Tembisa, *Journal of Economic and Financial Sciences* Tahun 2021, Volume 14 Issue 1 p. 1-10

tambah ekonomi. Pemerintah Indonesia melalui Departemen Perdagangan telah memetakan ruang lingkup ekonomi kreatif yang dapat dijadikan pilihan bagi pemberdayaan ekonomi perempuan di Indonesia.<sup>15</sup>

Penelitian Emy Susanti dan Siti Mas'udah mengenai "*Women's empowerment model in home-based industries in East Java*", Penelitian ini bertujuan untuk memetakan peran perempuan, relasi gender dan karakteristik industri kecil *rumahan* ('*home based industry*') yang dikelola dan mempekerjakan perempuan di Provinsi Jawa Timur. Studi ini juga dimaksudkan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan serta tantangan yang dihadapi perempuan, khususnya perempuan miskin dalam industri kecil rumahan ('*home based industry*') di Provinsi Jawa Timur. Tiga hal penting hasil penelitian ini meliputi; 1) Perempuan pekerja industri rumahan menunjukkan peran yang '*multi tasking*', jam kerja fleksibel, pendidikan formal cukup tinggi tetapi tidak ada pendidikan khusus terkait pekerjaan, kontribusi ekonomi dalam keluarga penting walaupun pendapatan relatif rendah; 2) berkaitan dengan jaringan kerja yang terbentuk dalam Industri Kecil Rumahan ada tiga jenis; a) jaringan kerja antara pengelola atau pemilik industri kecil rumahan dengan pekerjanya bersifat kekeluargaan dan informal, b) jaringan kerja yang terjalin antara pengelola dengan Pemerintah Daerah yaitu dalam hal pemasaran dan pelatihan, c) jaringan kerja dengan swasta terjalin dalam hal akses permodalan dan pengembangan usaha; belum ada jaringan kerja yang terbentuk antar perempuan pengelola maupun dengan pekerja dalam industri rumahan; 3) berkaitan dengan model pemberdayaan perempuan,

---

<sup>15</sup>Abdurraafi' Maududi Dermawan, Pemberdayaan Perempuan Melalui Kegiatan Ekonomi Kreatif, dalam jurnal *RAHEEMA, Jurnal Studi Gender dan Anak*, Vol. 3 No. 2 Tahun 2016, IAIN Pontianak

belum ada model khusus pengembangan industri kecil rumahan yang dikelola dan mempekerjakan perempuan. Perumusan model pemberdayaan perempuan miskin dan strategi pengarusutamaan gender yang lebih menjamin secara optimal diperlukan untuk pengembangan industri kecil rumahan (*'home based industry'*) yang dikelola dan mempekerjakan perempuan miskin di Provinsi Jawa Timur.<sup>16</sup>

Sedangkan Anggraini dan Desideria meneliti mengenai model pemberdayaan ekonomi perempuan di Kabupaten Nias berbasis sumber daya lokal. Sistem patriarki masih sangat kuat di Kabupaten Nias, perempuan cenderung ditempatkan di sektor domestik sehingga seringkali tidak bernilai ekonomi tinggi padahal perempuan mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan di Indonesia termasuk perempuan di wilayah pedesaan di daerah tertinggal. Oleh karena itu diperlukan model pemberdayaan perempuan dengan melibatkan perempuan secara aktif. Model ini adalah dengan memanfaatkan sumber daya lokal. Hal ini karena Kabupaten Nias khususnya Kecamatan Gido pada satu sisi memiliki potensi sumber daya fisik seperti sumber daya lokal, lahan, hutan, sungai, laut dan infrastruktur. Sumber daya non fisik seperti kemampuan mengelola sumber daya, kekayaan budaya dan berbagai kearifan lokal. Tetapi ada hambatan yaitu rendahnya kualitas SDM. Masyarakat kecamatan Gido memiliki potensi usaha yang besar dari sumber daya lokal yang jika bisa diolah maka dapat memiliki nilai tambah sehingga mampu mensejahterakan mereka. Dalam rangka pemberdayaan perempuan Nias sangat diperlukan intervensi dari berbagai pihak, yaitu dukungan *stakeholders*

---

<sup>16</sup>Emy Susanti dan Siti Mas'udah, "Women's empowerment model in home-based industries in East Java", dalam Jurnal *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, Vol. 30, Number 4, 2017, page 353-366, Universitas Airlangga Surabaya

(pemerintah, swasta, LSM, perguruan tinggi). Tanpa dukungan ini maka program pemberdayaan perempuan akan sulit terwujud. Sebagai langkah awal adalah pemberian motivasi dengan *Achievement Motivation Training*. Kemudian diberikan pelatihan keterampilan, belajar sambil praktik usaha, membuat jejaring kelompok usaha bersama untuk kreatif dan inovatif serta diberi kemudahan akses modal dan pasar. Dari hal ini diharapkan terbentuk usaha-usaha kecil dengan perempuan sebagai pelakunya yang akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga dan masyarakat. Tantangan yang dihadapi adalah menumbuhkan kesadaran pada perempuan berpartisipasi secara aktif dalam setiap kegiatan peningkatan pengetahuan, keterampilan dan menjalankan usaha bersama.<sup>17</sup>

### **G. Sistematika Penulisan**

Sistematika dalam penyusunan laporan penelitian ini terdiri dari Bab I yang merupakan pendahuluan yang berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penegasan istilah, kajian Pustaka dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan landasan teori yang membahas mengenai konsep pemberdayaan, pemberdayaan ekonomi perempuan dan pemberdayaan berbasis komunitas, serta teori tentang usaha rumahan (*home industry*).

Bab III adalah metode penelitian yang mencakup pendekatan penelitian, lokasi penelitian, narasumber dan informan, sumber data, teknik pengumpulan data dan analisis data.

Bab IV merupakan hasil penelitian meliputi profil komunitas *Baking*

---

<sup>17</sup>Nenny Anggraini dan Desideria Regina, Model Pemberdayaan Ekonomi Perempuan di Kabupaten Nias Berbasis Sumber Daya Lokal, dalam jurnal *Inada*, Vol. 1 No. 1, Juni 2018, h. 94-103, Universitas Kristen Indonesia.

*Lovers Community* (BLC), program pemberdayaan ekonomi perempuan di BLC, dampak pemberdayaan ekonomi perempuan di BLC terhadap perkembangan bisnis kuliner di kota Samarinda, kendala dalam pemberdayaan ekonomi perempuan di BLC dan analisis data.

Bab V berupa penutup yang berisi simpulan dan saran.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Konsep Pemberdayaan Ekonomi Perempuan

##### 1. Pengertian Pemberdayaan

Istilah pemberdayaan diartikan sebagai upaya untuk memberikan daya (*empowerment*) atau penguatan (*strengthening*).<sup>18</sup>

Secara etimologis pemberdayaan berasal dari kata dasar ‘daya’ yang berarti kekuatan atau kemampuan. Dari pengertian ini, pemberdayaan dimaknai sebagai proses untuk memperoleh daya, kekuatan atau kemampuan, dan atau pemberian daya, kekuatan atau kemampuan dari pihak yang memiliki daya kepada pihak yang kurang atau belum berdaya.<sup>19</sup> Rappaport mengartikan pemberdayaan adalah “*empowerment is viewed as a process : the mechanism by which people, organization and communities gain mastery over their lives*”.<sup>20</sup> Artinya pemberdayaan dipandang sebagai suatu proses : mekanisme bagaimana orang, organisasi, dan masyarakat memperoleh penguasaan atas kehidupan mereka.

Odutolu (2003) sebagaimana dikutip oleh Zakiyah mendefinisikan Pemberdayaan merupakan transformasi hubungan kekuasaan antara laki-laki dan perempuan pada empat level yang berbeda, yakni keluarga, masyarakat, pasar, dan negara. Transformasi dilihat dalam konteks kekuasaan yang berbeda mencakup akses dan kontrol terhadap materi dan sumber-sumber yang lain

---

<sup>18</sup>Totok Mardikanto dan Poerwoko Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*, Cet. Ke-3 (Bandung: Alfabeta, 2015), h.23.

<sup>19</sup> Sulistiyani, *Kemitraan dan Model-model Pemberdayaan*, Yogyakarta : Gaya Media, 2004, h. 7

<sup>20</sup> J. Rappaport, *Studies in Empowerment: Introduction to The Issue, Prevention In Human Issue* (USA: 1984), h. 9.

(ekonomi, hukum, lembaga dan sosial), serta kemungkinan perubahan di dalam persepsi diri sendiri dan kepercayaan diri. Konsep pemberdayaan dapat dipahami dalam dua konteks yaitu, *pertama*, kekuasaan dalam proses pembuatan keputusan dengan titik tekan pada pentingnya peran perempuan. *Kedua* pemberdayaan dalam term yang berkaitan dengan fokus pada hubungan antara pemberdayaan perempuan dan akibatnya pada laki-laki di masyarakat yang beragam.<sup>21</sup>

## 2. Tujuan Pemberdayaan Perempuan

Pemberdayaan perempuan bertujuan untuk membangun kesadaran bagi perempuan akan kesetaraan gender sehingga mampu mengembangkan potensi yang ada pada dirinya, sehingga perempuan dapat mandiri dan ikut berpartisipasi dalam pembangunan. Nugroho merumuskan tujuan dari pemberdayaan perempuan sebagai berikut :

- a. Mampu meningkatkan kemampuan para perempuan agar dapat melibatkan diri sebagai subjek yang berpartisipasi aktif dalam program pembangunan.
- b. Meningkatkan kemampuan para perempuan dalam kepemimpinan sehingga memiliki posisi tawar dan keterlibatan dalam setiap proses pembangunan baik sebagai perencana, pelaksana maupun kegiatan monitoring dan evaluasi.
- c. Meningkatkan kemampuan para perempuan dalam mengelola usaha skala rumah tangga, industri kecil maupun industri besar yang dapat menunjang peningkatan pemenuhan kebutuhan rumah tangga, serta membuka peluang kerja produktif dan mandiri.

---

<sup>21</sup> Zakiyah, Pemberdayaan Perempuan oleh Lajnah Wanita dan Putri Al Irsyad Surabaya, dalam Jurnal "Analisa" Volume XVII, No. 01, Januari - Juni 2010, h. 44

- d. Meningkatkan peran dan fungsi organisasi perempuan di tingkat local sebagai wadah pemberdayaan kaum perempuan agar dapat terlibat secara aktif dalam program pembangunan di wilayah tempat tinggalnya.<sup>22</sup>

Sedangkan Sumodiningrat merumuskan tujuan dari pemberdayaan perempuan adalah:

- a. Membangun eksistensi perempuan. Perempuan harus menyadari harus bahwa ia mempunyai hak yang sama dengan laki-laki dan mempunyai kesempatan untuk mengembangkan diri serta tidak selalu berada dalam posisi terpuruk.
- b. Memotivasi perempuan agar mempunyai kemampuan atau keberdayaan untuk menentukan apa yang menjadi pilihan hidup melalui proses dialog. Perempuan juga berhak menentukan pilihan dan tidak tergantung pada laki-laki.
- c. Menumbuhkan kesadaran pada diri perempuan tentang kesetaraan dan kedudukannya baik di sektor publik maupun domestik.<sup>23</sup>

### 3. Dimensi Pemberdayaan

Rowlands sebagaimana dikutip Rahman mengatakan bahwa pemberdayaan dapat dilakukan dalam tiga dimensi, yaitu :

- a. Personal; mengembangkan kepercayaan diri dan keyakinan serta kapasitas individu dan menghilangkan dampak dari penindasan yang dilakukan secara internal.

---

<sup>22</sup>Nugroho, *Gender dan Administrasi Publik Studi tentang Kualitas Kesetaraan dalam Administrasi Publik Indonesia Pasca Reformasi 1998-2002*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.

<sup>23</sup>Gunawan Sumodiningrat, *Pemberdayaan Masyarakat dan Jaringan Pengaman Sosial*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1999.



- b. Rasional; mengembangkan kemampuan bernegosiasi dan mempengaruhi sifat hubungan dan keputusan dilakukan di dalamnya.
- c. Kolektif; individu bekerjasama untuk mencapai dampak yang lebih luas daripada bekerja secara individu. Tidak hanya mencakup keterlibatan dalam struktur politik, tetapi juga mencakup aksi kolektif berdasarkan kerjasama daripada kompetisi.<sup>24</sup>

#### 4. Unsur Pemberdayaan Perempuan

Menurut Kabeer sebagaimana dikutip Dermawan, terdapat lima unsur utama yang perlu diperhatikan dalam proses pemberdayaan perempuan, yaitu :

- a. *Welfare* (Kesejahteraan). Aspek ini merupakan satu aspek yang penting dalam upaya peningkatan pemberdayaan perempuan. Tidak dapat dipungkiri bahwa akses terhadap kesejahteraan perempuan sangat lemah.
- b. *Acces* (Akses). Akses diartikan sebagai kemampuan perempuan untuk dapat memperoleh hak akses terhadap sumber daya produktif seperti tanah, kredit, pelatihan, fasilitas, pemasaran, tenaga kerja dan semua pelayanan publik yang setara dengan laki-laki.
- c. *Consientisation* (konsientisasi). Ini merupakan pemahaman atas perbedaan peran jenis kelamin dan peran gender.
- d. *Participation* (partisipasi). Kesetaraan partisipasi perempuan dalam proses pembuatan keputusan, pembuatan kebijakan, perencanaan dan administrasi. Partisipasi ini merujuk pada keterwakilan perempuan yang setara dalam struktur pembuatan keputusan baik secara formal maupun informal, dan

---

<sup>24</sup>Md. Aminur Rahman, Women's Empowerment : Concept and Beyond, dalam jurnal *Global Journal of Human Social Science, Sociology & Culture*, Vol. 13 Issue 6 Version 1.0 Year 2013, USA

suara mereka dalam memformulasikan kebijakan yang mempengaruhi masyarakat mereka.

- e. *Equality of Control* (Kesetaraan dalam Kekuasaan). Kesetaraan dalam kekuasaan atas faktor produksi dan distribusi keuntungan sehingga baik perempuan maupun laki-laki berada dalam posisi yang dominan.<sup>25</sup>

## 5. Strategi Pemberdayaan Perempuan

Pemberdayaan perempuan merupakan cara strategis dalam rangka meningkatkan potensi perempuan dan meningkatkan peran perempuan baik di domain publik maupun domestik. Strategi pemberdayaan perempuan yang dirumuskan oleh Zakiyah adalah :

- a. Membongkar mitos/anggapan bahwa kaum perempuan hanya pelengkap dalam rumah tangga. Pada masyarakat tradisional muncul anggapan yang kuat bahwa kaum perempuan adalah *konco wingking* (teman di belakang) bagi suami serta anggapan *swarga nunut neraka katut* (ke surga ikut, ke neraka terbawa). Kata *nunut* dan *katut* dalam bahasa Jawa berkonotasi pasif dan tidak memiliki inisiatif, sehingga nasibnya sangat tergantung kepada suami.
- b. Membekali beragam keterampilan bagi kaum perempuan. Strategi ini bertujuan agar kaum perempuan menjadi mandiri dan produktif serta tidak menggantungkan nasib pada kaum laki-laki. Ada berbagai keterampilan yang bisa diajarkan pada perempuan, seperti keterampilan menjahit,

---

<sup>25</sup> Abdurraafi' Maududi Dermawan, Pemberdayaan Perempuan....., h. 164-165.

menyulam serta berwirausah dengan membuat kain batik dan mengolah berbagai jenis makanan.

- c. Memberikan kesempatan yang seluas-luasnya bagi kaum perempuan untuk mengenyam dunia pendidikan seluas mungkin. Hal ini diperlukan untuk untuk mematahkan anggapan masyarakat bahwa setinggi-tingginya pendidikan perempuan akan kembali ke dapur.<sup>26</sup>

## **6. Langkah-Langkah Pemberdayaan Perempuan**

Ada beberapa tahapan dalam pemberdayaan perempuan, yaitu :

### ***a. Tahap penyadaran dan pembentukan perilaku menuju perilaku sadar dan peduli sehingga merasa membutuhkan peningkatan kapasitas diri.***

Tahap ini merupakan tahap persiapan dalam proses pemberdayaan. Pada tahap ini pihak pemberdaya/aktor/pelaku pemberdayaan berusaha menciptakan pra-kondisi, supaya dapat memfasilitasi berlangsungnya proses pemberdayaan yang efektif. Sentuhan penyadaran akan lebih membuka keinginan dan kesadaran masyarakat tentang kondisinya saat itu, dengan demikian akan dapat merangsang kesadaran mereka tentang perlunya memperbaiki kondisi untuk menciptakan masa depan yang lebih baik.

### ***b. Tahap transformasi kemampuan berupa wawasan pengetahuan, kecakapan keterampilan agar terbuka wawasan dan memberikan keterampilan dasar sehingga dapat mengambil peran di dalam pembangunan***

Proses transformasi pengetahuan dan kecakapan keterampilan dapat

---

<sup>26</sup>Zakiah, Pemberdayaan Perempuan ..... , 2010

berlangsung dengan baik, penuh semangat, dan berjalan efektif jika tahap pertama telah ter-kondisi. Masyarakat akan menjalani proses belajar tentang pengetahuan dan kecakapan keterampilan yang relevan dengan tuntutan kebutuhan. Pada tahap ini masyarakat dapat memberikan peran partisipasi pada tingkat yang rendah yaitu sekedar menjadi pengikut atau objek pembangunan saja, belum mampu menjadi subyek dalam pembangunan.

*c. Tahap peningkatan kemampuan intelektual, kecakapan keterampilan sehingga terbentuklah inisiatif dan kemampuan inovatif untuk mengantarkan pada kemandirian*

Tahap ini merupakan tahap pengayaan atau peningkatan kemampuan intelektual dan kecakapan keterampilan yang diperlukan supaya mereka dapat membentuk kemampuan kemandirian. Kemandirian tersebut akan ditandai oleh kemampuan masyarakat dalam membentuk inisiatif, melahirkan kreasi-kreasi dan melakukan inovasi- inovasi dalam lingkungannya. Apabila masyarakat dapat melakukan tahap ini, maka masyarakat dapat secara mandiri melakukan pembangunan.<sup>27</sup>

## **7. Program-program Pemberdayaan Perempuan**

Nugroho merumuskan ada beberapa program yang dapat ditawarkan untuk pemberdayaan perempuan, yaitu:

- a. Penguatan organisasi kelompok perempuan di segala tingkat mulai dari kampung hingga nasional. Seperti misalnya PKK (Pembinaan

---

<sup>27</sup> Sulistyani, A.T. , *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2004

Kesejahteraan Keluarga), perkumpulan koperasi maupun yayasan sosial. Penguatan kelembagaan ditujukan untuk meningkatkan kemampuan lembaga agar dapat berperan aktif sebagai perencana, pelaksana, maupun pengontrol.

- b. Peningkatan fungsi dan peran organisasi perempuan dalam pemasaran sosial program-program pemberdayaan. Hal ini penting mengingat selama ini program pemberdayaan yang ada, kurang disosialisasikan dan kurang melibatkan peran masyarakat.
- c. Pelibatan kelompok perempuan dalam perencanaan, pelaksanaan dan monitoring semua program pembangunan yang ada. Keterlibatan perempuan meliputi program pembangunan fisik, penguatan ekonomi, dan peningkatan kualitas sumber daya manusia.
- d. Peningkatan kemampuan kepemimpinan perempuan, agar mempunyai posisi tawar yang setara serta memiliki akses dan peluang untuk terlibat dalam pembangunan.
- e. Peningkatan kemampuan anggota kelompok perempuan dalam bidang usaha (skala industri kecil/rumah tangga hingga skala industri besar) dengan berbagai keterampilan yang menunjang seperti kemampuan produksi, kemampuan manajemen usaha serta kemampuan untuk mengakses kredit dan pemasaran yang lebih luas.<sup>28</sup>

## **8. Indikator Pemberdayaan perempuan.**

Menurut Riant Nugroho mengatakan bahwa ada empat indikator

---

<sup>28</sup> Nugroho, *Gender dan Administrasi Publik*....

pemberdayaan perempuan yaitu:<sup>29</sup>

- a. Akses, dalam arti kesamaan hak dan mengakses sumber daya-sumber daya produktif di dalam lingkungan.
- b. Partisipasi, yaitu keikutsertaan dalam mendayagunakan aset atau sumber daya yang terbatas tersebut.
- c. Kontrol, bahwa lelaki dan perempuan mempunyai kesempatan yang sama untuk melakukan control atas pemanfaatan sumber daya-sumber daya tersebut.
- d. Manfaat, yaitu bahwa lelaki dan perempuan harus sama-sama menikmati hasil-hasil pemanfaatan sumber daya atau pembangunan secara sama dan setara.

## **9. Pemberdayaan Ekonomi Perempuan**

Selama ini sosok perempuan dianggap lebih rendah dari laki-laki sehingga konsep pemberdayaan sangat penting dan utama dilakukan bagi perempuan sehingga perempuan memiliki kemandirian, baik secara ekonomi maupun secara mental.

Ada dua ciri dari pemberdayaan perempuan, yaitu pertama, sebagai refleksi kepentingan emansipatoris yang mendorong masyarakat berpartisipasi secara kolektif dalam pembangunan. Kedua sebagai proses pelibatan diri individu atau masyarakat dalam proses pencerahan, penyadaran dan pengorganisasian kolektif sehingga mereka dapat berpartisipasi.<sup>30</sup>

Pemberdayaan ekonomi terutama pemberdayaan ekonomi bagi

---

<sup>29</sup> Riant Nugroho, *Gender Dan Strategi Pengarus-utamaannya Di Indonesia*, h. xxi.

<sup>30</sup> Zakiyah, *Pemberdayaan Perempuan.....*, h. 44

perempuan dapat menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang terjadi di masyarakat, situasi ini juga akan memunculkan kesetaraan bagi perempuan atau kemudian disebut *Women's Economic Empowerment and Equality* (WE3). Situasi ini perlu disadari oleh seluruh stakeholder dari Pemerintah, Swasta, maupun masyarakat. Sektor swasta sendiri melihat bahwa investasi kepada bisnis atau organisasi perempuan memunculkan perspektif berbagi nilai, tidak hanya membuat citra baik bagi perusahaan tetapi juga memperkuat segmen konsumen kunci.

Berikut adalah tiga hal untuk mencapai pemberdayaan ekonomi perempuan (*Women's Economic Empowerment and Equality/WE3*) menjadi kenyataan dari perspektif sektor privat:

- a. Melakukan investasi cerdas dalam bisnis perempuan.
- b. Memiliki kerjasama pembangunan yang nyata dengan organisasi perempuan.
- c. Melakukan kolaborasi dengan organisasi perempuan.<sup>31</sup>

## **B. Organisasi Berbasis Komunitas**

Zain dan Suet Leng Koo mendefinisikan organisasi berbasis komunitas (*community-based organizations*) adalah salah satu mekanisme yang muncul dengan melibatkan organisasi non-pemerintah (LSM), pejabat pemerintah, politisi lokal yang terpilih dan perwakilan publik (orang-orang penting) untuk memainkan peranan yang lebih baik dan paling menonjol di pemerintah daerah.<sup>32</sup> Menurut

---

<sup>31</sup>Elise Young, *Harnessing Power to Shift the Economic Balance Toward Equality for Women*, Devex : International development News, 13 Oktober 2016

<sup>32</sup>Zain Rafique and Suet Leng Khoo, "Role of Community-Based Organizations (CBOs) in Promoting Citizen Participation : A Survey Study of Local Government Institutions of Punjab, Pakistan", dalam jurnal *International Journal of Sociology and Social Policy*, Vol. 38 Issue : 3/4 , 9 April 2018, p. 242-258

Donna dalam Prihatiningsih bahwa upaya pengorganisasian lebih kuat dan berkelanjutan dari waktu ke waktu ketika mereka melibatkan orang-orang yang memiliki ikatan personal yang kuat dan nilai-nilai bersama dalam masyarakat. Selain itu harus melakukan upaya untuk memberdayakan anggota, menawarkan peluang untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan organisasi dan meningkatkan keterampilan serta keyakinan pada kemampuan diri sendiri.<sup>33</sup>

Organisasi yang berbasis komunitas yang berorientasi pada pemberdayaan harus terhubung dengan jaringan lokal atau setempat untuk meningkatkan akses ke individu yang dapat membawa keterampilan dan sumber daya lainnya ke dalam organisasi tersebut.

### **C. Usaha Rumahan (*Home Industry*)**

#### 1. Pengertian *Home Industry*

*Home industry* atau yang dikenal dengan industri rumahan adalah suatu unit usaha atau perusahaan dalam skala kecil yang bergerak dalam bidang industri tertentu. Biasanya perusahaan ini hanya menggunakan satu atau dua rumah sebagai pusat produksi, administrasi dan pemasaran sekaligus secara bersamaan. Bila dilihat dari modal usaha dan jumlah tenaga kerja yang diserap tentu lebih sedikit daripada perusahaan-perusahaan besar pada umumnya.<sup>34</sup>

Home industri adalah sistem produksi yang menghasilkan nilai

---

<sup>33</sup> Tutut Ayu Prihatiningsih, *The Role of Puspita Bahari As A Community Based Organization In Empowering Fisherman Women (Study : Women Fishermen in Morodemak Village, Bonang District, Demak Regency)*. dalam *Junal Undip Semarang*, Website : <http://www.fisip.undip.ac.id> , diunduh pada tanggal 12 Agustus 2019.

<sup>34</sup> Jasa Ungguh Muliawan, *Manajemen Home Industri: Peluang Usaha Di Tengah Krisis* (Yogyakarta: Banyu Media, 2008), h. 3.



tambah yang dilakukan di lokasi rumah perorangan, dan bukan di suatu pabrik. Dari skala usaha, industri rumahan termasuk usaha mikro. Umumnya industri rumahan tergolong sektor informal yang memproduksi secara unik, terkait dengan kearifan lokal, sumber daya setempat dan mengedepankan buatan tangan.<sup>35</sup>

*Home industry* masuk dalam kategori Usaha Kecil Menengah (UKM). Di Indonesia, terdapat berbagai definisi yang berbeda mengenai UKM berdasarkan kepentingan lembaga yang memberi definisi.

- a. Badan Pusat Statistik (BPS): UKM adalah perusahaan atau industri dengan pekerja antara 5-19 orang.
- b. Bank Indonesia (BI): UKM adalah perusahaan atau industri dengan karakteristik berupa: (a) modalnya kurang Rp 20 juta; (b) untuk satu putaran dari usahanya hanya membutuhkan dana Rp 5 juta; (c) memiliki aset maksimum Rp 600 juta di luar tanah dan bangunan; dan (d) omzet tahunan  $\leq$  Rp 1 miliar.
- c. Departemen Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UU No. 9 Tahun 1995): UKM adalah kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dan bersifat tradisional, dengan kekayaan bersih Rp 50 juta - Rp

---

<sup>35</sup> Riski Ananda, "Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Home Industry Keripik di Kelurahan Kubu Gadang)", *JPM FISIP* 3:2 (Oktober 2016), h. 10.

200 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) dan omzet tahunan  $\leq$  1 miliar; dalam UU UMKM/2008 dengan kekayaan bersih Rp 50 juta – Rp 500 juta dan penjualan bersih tahunan Rp 300 juta – Rp 2,5 miliar.

- d. Keppres No. 16/1994: UKM adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih maksimum Rp 400 juta.
- e. Departemen Keuangan: UKM adalah perusahaan yang memiliki omset maksimum Rp 600 juta per tahun dan atau aset maksimum Rp 600 juta di luar tanah dan bangunan.
- f. Departemen Kesehatan: perusahaan memiliki penandaan standar mutu berupa Sertifikat Penyuluhan (SP), Merek Dalam Negeri (MD), dan Merek Luar Negeri (ML).<sup>36</sup>

Yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi.<sup>37</sup>

Dari hasil penelitian di lapangan terdapat beragam cara dan sebab untuk memulai usaha. Ada lima sebab atau cara seseorang untuk memulai merintis usahanya, yaitu:<sup>38</sup>

- a. Faktor keluarga pengusaha;

---

<sup>36</sup> Musa Hubeis, *Prospek Usaha Kecil Dalam Wadah Inkubator Bisnis*, 20-21.

<sup>37</sup> Tulus T.H Tambunan, *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), h. 1.

<sup>38</sup> Kasmir, *Kewirausahaan-Edisi Revisi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011), 38.

- b. Sengaja terjun menjadi pengusaha;
- c. Kerja sampingan (iseng);
- d. Coba-coba;
- e. Terpaksa.

Pengusaha yang memulai usaha karena faktor keluarga cukup banyak ditemui. Artinya, seseorang memulai usaha karena keluarga mereka sudah memiliki usaha sebelumnya. Orang tua atau saudara pengusaha tersebut menganjurkan keluarga lainnya untuk membuka usaha sendiri.<sup>39</sup>

Namun ada pula yang memang tergerak untuk membuka suatu usaha dikarenakan faktor lain, misalnya karena sudah bosan menjadi pegawai, maupun untuk mencari tambahan penghasilan.

Keberadaan peran keluarga dan bisnis yang saling tumpang tindih merupakan sumber potensial konflik karena prioritas keluarga dan bisnis mungkin beragam. Sampai tingkatan tertentu tujuan keluarga menunjukkan kebanyakan pengaruh terhadap tujuan bisnis dalam perusahaan keluarga, mungkin diharapkan bahwa mereka memiliki karakteristik dan pengembangan tantangan yang berbeda dari yang ada dalam perusahaan bukan keluarga. Bentuk yang harus diambil oleh perbedaan-perbedaan ini adalah keterbukaan terhadap

---

<sup>39</sup> Kasmir, *Kewirausahaan-Edisi Revisi*, 39.

argumen. Pada satu pihak, motivasi tambahan yang ada di dalam perusahaan keluarga mungkin menonjolkan dorongan bagi pertumbuhan bisnis. Di samping memberikan pendapatan, keberhasilan bisnis merupakan masalah harga diri keluarga, kebebasan dan pewarisan bagi generasi yang akan datang.<sup>9</sup>

Jadi, membuka usaha karena faktor keluarga mempunyai kekurangan dan kelebihan tersendiri. Begitupun karena faktor sengaja terjun untuk memulai suatu usaha, pasti menghadapi banyak hambatan seperti kurangnya modal, belum dipercaya pelanggan, dan lain sebagainya. Banyak sekarang ini profesi seperti guru, PNS, dan lainnya memiliki usaha sebagai kerjaan sampingan. Selain mengisi waktu luang juga dapat menghasilkan pendapatan.

Adapun landasan hukum yang digunakan yaitu Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Berkaitan dengan perizinan untuk UMKM, diatur dalam Peraturan Presiden Nomor 98 Tahun 2014.

## 2. Jenis Usaha Kecil

Berbagai ragam jenis usaha kecil yang dikenal meliputi:<sup>40</sup>

### a. Usaha Perdagangan:

*Keagenan:* Agen koran dan majalah, sepatu, pakaian, dan lain-lain.

---

<sup>40</sup> Harimurti, *Manajemen Usaha Kecil* (Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA, 2012), 4-6.

*Pengecer:* Minyak, kebutuhan sehari-hari, buah-buahan, dan lain-lain.

*Ekspor/Impor:* Berbagai produk lokal dan internasional.

*Sektor Informal:* Pengumpulan barang bekas, kaki lima, dan lain-lain.

b. Usaha Pertanian:

*Pertanian Pangan maupun Perkebunan:* Bibit dan peralatan pertanian, buah-buahan, dan lain-lain.

*Perikanan Darat/Laut:* Tambak udang, pembuatan krupuk ikan dan produk lain dari hasil perikanan darat dan laut.

*Peternakan dan Usaha lain yang termasuk lingkup pengawasan*

*Departemen Pertanian:* Produsen telur ayam, susu sapi, dan lain-lain produksi hasil peternakan.

c. Usaha Industri:

*Industri Logam/Kimia:* Perajin logam, perajin kulit, keramik, fiberglass, marmer, dan lain-lain.

*Makanan/Minuman:* produsen makanan tradisional, Minuman ringan, catering, produk lainnya.

*Pertambangan, Bahan-Galian, serta Aneka Industri Kecil:*

Pengrajin perhiasan, batu-batuan, dan lain-lain.

*Konveksi:* Produsen garment, batik, tenun-ikat, dan lain-lain.

d. Usaha Jasa:

*Konsultan:* Konsultan hukum, pajak, manajemen, dan lain-lain. *Perencana:* Perencana teknis, perencana sistem, dan lain-lain. *Perbengkelan:* Bengkel mobil, elektronik, jam, dan lain-lain.

*Transportasi:* Travel, taxi, angkutan umum, dan lain-lain.

*Restoran:* Rumah makan, coffee-shop, cafeteria, dan lain-lain.

e. Usaha Jasa Konstruksi

*Kontraktor Bangunan, Jalan, Kelistrikan, Jembatan, Pengairan dan usaha-usaha lain yang berkaitan dengan Teknis Konstruksi Bangunan.*

3. Manfaat dan Keunggulan *Home Industry*

Ada beberapa manfaat dan keutamaan nyata yang bisa diperoleh dari pertumbuhan *home industry* secara khusus. Manfaat *home industry* tersebut antara lain; tambahan penghasilan dan pendapatan individu; pembukaan lapangan kerja baru; pembentukan dan penguatan jaringan sosial; budaya dan ekonomi lokal; sebagai alat mempercepat siklus finansial suatu komunitas masyarakat; memperpendek rentang jarak kesenjangan sosial masyarakat yang timbul; mengurangi dampak kriminalitas; dan sebagai alat penganekaragaman sumber daya alam maupun manusia didalamnya.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> Jasa Ungguh Muliawan, *Manajemen Home Industri: Peluang Usaha Di Tengah*

Pertumbuhan *home industry* secara khusus di suatu desa, bisa menjadi ikon tersendiri untuk desa tersebut. Contohnya jika dalam satu desa masyarakatnya menekuni usaha batik tulis, maka lama-kelamaan desa tersebut terkenal dengan batik tulisnya. Begitupun jika mayoritas masyarakat menekuni usaha emping melinjo, maka desa tersebut akan terkenal dengan emping melinjonya.

UKM diyakini dapat menciptakan lapangan kerja dan merealisasikan kesejahteraan sosial. UKM harus mendapat dukungan pemerintah agar terus ditingkatkan dan dapat bersaing dengan perusahaan besar.

Pada kenyataannya, usaha kecil mampu tetap bertahan dan mengantisipasi kelesuan perekonomian yang diakibatkan *inflasi* maupun berbagai faktor penyebab lainnya. Tanpa subsidi dan proteksi, Industri kecil di Indonesia mampu menambah nilai *devisa* bagi negara. Sedangkan sektor informal mampu berperan sebagai *buffer* (penyangga) dalam perekonomian masyarakat lapisan bawah. Secara umum perusahaan skala kecil baik perorangan maupun kerja sama memiliki keunggulan dan daya tarik seperti:<sup>4215</sup>

- 1) Pemilik merangkap Manajer Perusahaan yang bekerja sendiri dan memiliki gaya manajemen sendiri (merangkap semua fungsi

---

*Krisis*, h. 8.

<sup>42</sup> Harimurti, *Manajemen Usaha Kecil* (Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA, 2012), 6-8.

manajerial seperti marketing, finance dan administrasi).

- 2) Perusahaan Keluarga, di mana pengelolanya mungkin tidak memiliki keahlian Manajerial yang handal.
- 3) Sebagian besar membuat lapangan pekerjaan baru, inovasi, sumber daya baru serta barang dan jasa-jasa baru.
- 4) Risiko usaha menjadi beban pemilik.
- 5) Pertumbuhan yang lambat, tidak teratur, terkadang cepat dan prematur (*prematuur high-growth*).
- 6) Fleksibel terhadap bentuk fluktuasi Jangka Pendek, namun tidak memiliki Rencana Jangka Panjang (*Corpotare-Plan*).
- 7) Independen dalam penentuan harga produksi atas barang atau jasa-jasanya.
- 8) Prosedur hukumnya sederhana.
- 9) Pajak relatif ringan, karena yang dikenakan pajak adalah pribadi/pengusaha, bukan perusahaannya.
- 10) Kontak-kontak dengan pihak luar bersifat pribadi.
- 11) Mudah dalam proses pendiriannya.
- 12) Mudah dibubarkan setiap saat jika dikehendaki.
- 13) Pemilik mengelola secara mandiri dan bebas waktu.
- 14) Pemilik menerima seluruh laba.
- 15) Umumnya mempunyai kecenderungan mampu untuk *survive*.



- 16) Merupakan *type* usaha yang paling cocok untuk mengelola produk, jasa atau proyek perintisan, yang sama sekali baru atau belum pernah ada yang mencobanya, sehingga memiliki sedikit pesaing.
- 17) Terbukanya peluang dengan adanya berbagai kemudahan dalam peraturan dan kebijakan pemerintah yang mendukung berkembangnya usaha kecil di Indonesia.
- 18) Diversifikasi usaha terbuka luas sepanjang waktu dan pasar konsumen senantiasa tergali melalui aktivitas pengelola.
- 19) Relatif tidak membutuhkan investasi yang terlalu besar, tenaga kerja yang tidak berpendidikan tinggi, serta sarana produksi lainnya yang tidak terlalu mahal.
- 20) Meskipun tidak terlihat nyata, masing-masing usaha kecil dengan usaha kecil yang lain saling ketergantungan secara moral dan semangat usaha.

Begitu banyak manfaat dari usaha *home industry* daripada usaha-usaha lainnya, selain membuka lapangan pekerjaan baru dan memberdayakan masyarakat sekitar, bagi pemilik usahanya pun memiliki keunggulan tersendiri yakni pemilik dapat mengelola secara mandiri dan bebas waktu.

Sementara, kemunduran usaha yang sudah maju terjadi akibat tidak adanya transparansi dilakukan oleh pemilik generasi pertama. Kebanyakan pengusaha kecil dan menengah generasi pendiri tidak transparan soal keuangan dan perusahaan pada generasi berikutnya,

sehingga ketika dia meninggal, usaha tersebut tidak terkelola dengan baik karena generasi berikutnya tidak begitu mengenal kondisi perusahaan.<sup>43</sup>

#### 4. Hambatan dan Pengelolaan Usaha Kecil

Dengan tumbuhnya *home industry* diperlukan partisipasi dari pemerintah, agar masyarakat merasa diperhatikan dan didukung dalam menjalankan usahanya. Pembinaan UKM dalam bidang ekonomi, perlu dilakukan upaya membangun SDM pelaku UKM. Kegiatan dimulai dengan penyadaran akan potensi yang ada dalam masyarakat untuk dapat dikembangkan menjadi usaha unggulan. Peningkatan SDM pelaku UKM dapat dilakukan melalui kegiatan pelatihan atau pendampingan. Jenis pelatihan ini disesuaikan dengan potensi dan permasalahan yang dihadapi UKM. Dalam tahapan ini analisis kebutuhan dan kegiatan pelatihan menjadi hal yang penting dilakukan. Melalui kegiatan ini diharapkan pelaku UKM dapat meningkatkan kemampuan dan daya saing usahanya, misalnya membuat varians dan inovasi produk, pengemasan (*packaging*), penampilan produk, inovasi *branding*, dan bentuk lainnya.<sup>44</sup>

Selain masalah keuangan, hambatan lainnya yaitu lemahnya manajemen usaha kecil karena kurangnya pengetahuan dari pelaku usaha membuat usaha tersebut tidak dapat berkembang. Hambatan

---

<sup>43</sup> Mukti Fajar, *UMKM Di Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi*, 249.

<sup>44</sup> Oos M. Anwas, *Pemberdayaan Masyarakat di Era Global*, 146.

lainnya bisa dikarenakan terbatasnya sumber daya atau sulitnya akses untuk mendapatkan sumber daya yang dibutuhkan.

Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), terdapat kebutuhan kredit bagi UMKM sebesar Rp1.700 triliun per tahun di Indonesia. Saat ini, lembaga keuangan yang ada hanya dapat memenuhi Rp700 triliun dari kebutuhan tersebut sehingga ada kekurangan pendanaan bagi UMKM sebesar Rp1.000 triliun di Indonesia setiap tahun. Situasi ini tidak hanya merugikan industri usaha kecil, tetapi juga melemahkan ekonomi negara. Studi Oliver Wyman dan FinTech Modalku menemukan bahwa kurangnya akses terhadap pinjaman bagi UMKM Indonesia yang ingin berkembang menyebabkan kerugian sebesar 14% dari total PDB nasional di tahun 2015. Oleh karena itu, diperlukan sumber pendanaan alternatif bagi UMKM Indonesia, terutama karena kontribusi UMKM yang besar bagi negara, sebesar 60,34% dari PDB nasional dan memperkerjakan 97% dari tenaga kerja Indonesia.<sup>45</sup>

Pengembangan dibidang ekonomi dan usaha kecil, dapat dimulai dari membangun dan meningkatkan sumber daya manusia para pelaku usaha, penambahan modal, atau membantu dalam memasarkan produk. Dapat disimpulkan bahwa sebenarnya pemerintah telah berupaya membantu para pelaku usaha kecil agar dapat

---

<sup>45</sup> <https://www.wartaekonomi.co.id/read166973/ojk-kebutuhan-kredit-umkm-rp1700-triliun-per-tahun.html>

mengembangkan usahanya, salah satunya dengan program kredit bagi UMKM. Akan tetapi lembaga keuangan tidak dapat memenuhi semua permintaan dari UMKM dan dibutuhkan sumber pendanaan alternatif lain.

Dalam operasionalisasi usaha kecil, pelaku usaha perlu memahami kegiatan-kegiatan apa saja yang diperlukan dalam menjalankan usahanya. Bagaimana pengadaan dan pengelolaan persediaan barang, pengelolaan proses produksinya, dan manajemen pemasarannya.

#### 1) Pengadaan dan Pengelolaan Persediaan

Kegiatan operasional atau yang lazim disebut dengan operasionalisasi perusahaan dapat segera dimulai apabila seluruh perangkat operasional telah tersedia. Oleh karena itu maka berlangsungnya kegiatan operasional sangat terkait dengan kegiatan pengadaan, seperti pengadaan mesin, peralatan dan perlengkapan pendukung lainnya. Demikian juga dengan pengadaan bahan baku, bahan pembantu serta bahan pendukung lainnya. Ini dengan asumsi bahwa lokasi dan tempat usaha telah tersedia dan memenuhi kriteria secukupnya.<sup>46</sup>

---

<sup>46</sup> Mulyadi Nitisusastro, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil* (Bandung: Alfabeta, 2017), 187.

## 2) Mengelola Proses Produksi

Banyak pelaku usaha yang kurang memperhatikan proses produksi. Padahal proses produksi adalah bagian penting dari rangkaian mengolah sumber daya menjadi sebuah hasil produk.

Proses produksi merupakan serangkaian kegiatan yang harus dilakukan dalam rangka mewujudkan produk, barang, atau jasa yang akan ditawarkan dan dijual kepada pembeli. Karena proses produksi melibatkan berbagai sumber daya dalam ukuran tertentu, maka agar dapat dihasilkan produk yang memenuhi standar yang telah ditentukan, maka perlu dilakukan pengelolaan yang benar. Proses produksi melibatkan berbagai sumber daya seperti tenaga kerja, dana, bahan dan peralatan, metoda, informasi dan waktu guna menghasilkan produk barang, produk jasa dan gabungan produk barang jasa.<sup>47</sup>

## 3) Manajemen Pemasaran

Setiap orang akan selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan dengan menggunakan atau mengkonsumsi produk yang ada. Usaha untuk memenuhi kebutuhan tersebut dilakukan dengan menarik manfaat atau kegunaan suatu produk. Sebagian besar usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia

---

<sup>47</sup> Mulyadi Nitisusastro, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, 203.

dilakukan melalui pemasaran.<sup>48</sup> Model pemasaran yang banyak dilakukan oleh usaha kecil di Indonesia ialah pemasaran bersama dengan sasaran yang telah ada dan tanpa biaya pemasaran, melainkan biaya transportasi atau pengangkutan. Namun diakui pula bahwa tidak sedikit di antara wirausaha industri kecil, baik secara sendiri maupun berkelompok, yang mampu mengembangkan pasarnya hingga ke luar negeri. Peluang dan strategi pasar yang mereka terapkan umumnya adalah mengupayakan *pelayanan* dan *kepercayaan* semata.<sup>49</sup>

Dalam memasarkan suatu produk, mutu dan pelayanan senantiasa menjadi senjata suatu bisnis. Apabila mutu produknya baik disertai pelayanan yang maksimal, maka akan banyak menarik minat pelanggan.

---

<sup>48</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), 16.

<sup>49</sup> Harimurti, *Manajemen Usaha Kecil*...., h. 131

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif atau penelitian naturalistik yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang utuh (holistik), kompleks, dinamis dan penuh makna dan hubungan gejala bersifat interaktif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada obyek yang alamiah dimana peneliti adalah elemen kunci. Teknik penelitian yang dipergunakan adalah teknik pengumpulan data secara gabungan/simulasi, analisis data bersifat *induktif/kualitatif*.<sup>50</sup>

Penelitian kualitatif menurut Moleong adalah :

Penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara *holistic*, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan beberapa metode ilmiah.<sup>51</sup>

Penelitian ini hanya mendeskripsikan atau mengkonstruksi wawancara-wawancara mendalam terhadap subyek penelitian sehingga dapat

---

<sup>50</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2009), h. 225.

<sup>51</sup> Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosda Karya, 2010), h. 49.

memberikan gambaran yang jelas mengenai peran komunitas *Baking Lovers Community* (BLC) dalam pemberdayaan ekonomi perempuan melalui bisnis kuliner yang mereka jalankan dan apa dampak program pemberdayaan ekonomi komunitas BLC terhadap perkembangan bisnis kuliner di kota Samarinda.

### **B. Lokasi Penelitian**

Adapun lokasi penelitian adalah Kota Samarinda berfokus pada komunitas *Baking Lovers Community* (BLC).

### **C. Narasumber dan Informan**

Nara sumber dan Informan Peneliti bertindak sebagai instrumen dalam pengumpulan data yang dalam hal ini peneliti secara langsung datang dan mewawancarai Ketua *Baking Lovers Community* (BLC), pengurus dan beberapa anggota BLC *Baking Lovers Community* (BLC) *Baking Lovers Community* (BLC). Teknik penentuan informan menggunakan teknik *Snowball Sampling*, dimana data penelitian telah mencukupi maka proses pencarian data penelitian dianggap selesai.

### **D. Sumber Data**

Data primer diperoleh secara langsung dari penelitian lapangan melalui wawancara kepada informan, yaitu pengurus komunitas dan anggota komunitas *Baking Lovers Community* di kota Samarinda yang berjumlah 60 orang. Teknik penentuan informan adalah *purposive sampling*. Data penelitian berupa profil dan sejarah *Baking Lovers Community* (BLC), program kerja komunitas *Baking Lovers Community* (BLC) Samarinda dalam pemberdayaan ekonomi perempuan.



Selain itu juga peneliti akan mengadakan Focus Grup Discussion (FGD) untuk menggali dampak pemberdayaan ekonomi terhadap perkembangan usaha kuliner di kota Samarinda dan berbagai kendala yang dihadapi dalam pemberdayaan ekonomi perempuan pada komunitas *Baking Lovers Community* di kota Samarinda.

Dana sekunder yang diperoleh secara tidak langsung atau menggunakan data pendukung diantaranya teori mengenai pemberdayaan ekonomi perempuan, bisnis rumahan, perempuan dan bisnis, bisnis kuliner, hasil penelitian terdahulu, laporan dari komunitas *Baking Lovers Community* Samarinda dan sebagainya didapatkan melalui dokumen penelitian.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Keterlibatan langsung peneliti merupakan faktor utama dalam keberhasilan penelitian kualitatif, mengingat peneliti bertindak sebagai instrumen penelitian. Oleh karena itu peneliti sebagai instrumen juga harus divalidasi untuk melihat kesiapannya terjun meneliti di lapangan. Peneliti kualitatif sebagai human instrumen, berfungsi menetapkan focus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data dan membuat kesimpulan atas temuannya.<sup>52</sup> Berkaitan dengan hal tersebut maka pengumpulan data dilakukan pada *natural setting* (kondisi yang alamiah), sumber data primer dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada wawancara mendalam (*in depth interview*), observasi non partisipan (*non participant observation*) dimana periset hanya bertindak mengobservasi tanpa ikut

---

<sup>52</sup>Sugiyono, *Metode .....*, h.222

terjun melakukan aktivitas seperti yang dilakukan kelompok yang diteliti, baik kehadirannya diketahui atau tidak serta dokumentasi dengan tujuan agar peneliti dapat memperoleh informasi yang lebih lengkap berkaitan dengan tujuan penelitian.

## **F. Analisis Data**

Teknik Analisis Data Analisis data merupakan proses penyusunan data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data, menjabarkan, menyusun kedalam pola, dan membuat kesimpulan agar dapat difahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.<sup>53</sup> Untuk menganalisa data yang telah diperoleh dari hasil wawancara maupun observasi, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu menggambarkan dan menjabarkan secara jelas mengenai objek penelitian sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Setelah itu data dirangkum, memilih hal-hal yang pokok serta memfokuskan pada hal-hal yang penting. Kemudian data disajikan sehingga memudahkan untuk merencanakan kerja selanjutnya. Langkah berikutnya data dianalisis dan ditarik kesimpulan.

Untuk mengecek keabsahan data, peneliti menggunakan metode triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain, di luar data itu sebagai pembanding. Pengecekan keabsahan data dilakukan karena dikhawatirkan masih adanya kesalahan atau kekeliruan yang terlewat oleh penulis, dengan cara menulis kembali hasil wawancara setelah selesai melakukan wawancara secara langsung, ataupun

---

<sup>53</sup> Sugiono, *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Bandung: Alfabeta, 2010, h. 244

mewawancarai ulang dari salah satu subjek penelitian untuk menambah data yang kurang bila diperlukan.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Profil Komunitas *Baking Lovers Community* (BLC) Kota Samarinda

Sejarah awal lahirnya komunitas BLC adalah adanya komunitas yang bernama Bakul Kue Rumahan (BKR) pada tahun 2013. Komunitas ini merupakan suatu komunitas/grup khusus di media social yang isinya para wanita yang punya usaha menjual kue dari rumah. Bakul Kue Rumahan (BKR) berpusat di Jakarta dan memiliki beberapa cabang di wilayah Indonesia termasuk di kota Samarinda. Namun pada perkembangannya akhirnya cabang Samarinda mengembangkan diri menjadi *Baking Lovers Community* (BLC) yang digagas oleh Ika Pratiwi, Anissa, Wiwin, dan Yani Triani pada November 2014. Awalnya mereka yang sama-sama suka dengan dunia *baking* itu membuat sebuah akun *Facebook* khusus untuk membagikan informasi seputar cara memasak atau membuat kue yang benar dan anti-gagal. Mulai soal pembakaran adonan kue, membagi resep, *update* jenis kue terkini, serta *sharing* pengalaman terjadi di halaman *Facebook* mereka hingga yang sebelumnya anggota bisa dihitung jari, kini semakin bertambah pesat jumlahnya. "Terkumpul 20 orang yang didominasi ibu-ibu. Akhirnya disepakati untuk buat komunitas supaya jaringan semakin luas dan besar,"<sup>54</sup>

Komunitas BLC memiliki motto "We Bake, We Care, We Share".<sup>55</sup> Sesuai dengan mottonya yakni *We Bake, We Care, We share*, BLC Samarinda tak mau ilmu dan rezekinya untuk mereka saja. Dengan adanya media sosial, mereka

---

<sup>54</sup> Wawancara dengan mba Nurul Sinanta, Ketua BLC, 2019-2021, 31 Mei 2021

<sup>55</sup> Lihat instagram komunitas @blc.samarinda dan Fb : *baking lovers community*

membagikan tips-tips serta resep yang bisa dipakai oleh banyak orang. Lantas, kegiatan sosial yakni bazar amal secara rutin mereka kerjakan setiap setahun sekali. Mereka membagikan hasil usaha dari penjualan kue sebesar 30 persen untuk orang-orang kurang mampu. "Masing-masing anggota juga punya bidang khususnya. Ada yang ahli buat kue kering, dekorasi kue, puding, dan kudapan lainnya. Pokoknya *share* apa yang bisa dibagikan. Terapkan motto kepada orang sekitar,". Dalam komunitas Baking Lover Community, para anggotanya selalu saling membagikan ilmu baru. Tak hanya di lingkungan komunitas, tapi juga di luar komunitas, mereka menerapkan moto untuk saling peduli dan berbagi.<sup>56</sup>

Di dalam komunitas rata-rata anggotanya bukan sekadar hobi memasak kudapan, tetapi juga berjualan secara *online* di *Kota Tepian* ini. Empat tahun berjalan, komunitas tersebut semakin dikenal masyarakat karena aktif mengikuti kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan, dari acara khusus perempuan atau acara nasional lainnya.

Kepengurusan BLC dipilih setiap 2 (dua) tahun sekali. Saat ini kepengurusan BLC sudah 3 (tiga) periode, yaitu mba Yulianty Dyah Rahmawaty (2015-2017), Hesti Sulistianingsih (2017-2019) dan yang sedangkan berjalan kepengurusan mba Nurul Sinanta (2019-2021). Anggotanya adalah para wanita dari berbagai profesi, seperti PNS, guru, karyawati dan ibu rumah tangga yang tidak hanya punya usaha kue/ kuliner rumahan tapi juga yg tertarik di dunia baking/membuat kue/ kuliner. Mba Yuli menambahkan : "Semua memang penjual kue rumahan. Tapi, ada juga anggota yang baru dan ingin belajar *baking*,"

---

<sup>56</sup> Wawancara dengan Yuli, Ketua BLC 2015-2017, 1 Juni 2021.

Di dalam komunitas rata-rata anggotanya bukan sekadar hobi memasak kudapan, tetapi juga berjualan secara *online* di kota *Tepian* ini. Anggota dari awal hanya 20 an orang sekarang sdh mencapai 60-an orang tidak hanya di Samarinda tapi ada juga anggota yang berasal dari Tenggarong dan sekitarnya. Penerimaan anggota dilakukan setiap bulan November dengan proses seleksi yang cukup ketat. Tujuannya, mencari anggota yang setia dan mau bersama-sama membesarkan nama komunitas. Pria atau perempuan boleh bergabung. Untuk menjadi anggota BLC tidak bisa sembarangan. Agar komunitas tetap eksis dan hidup, maka ada penyeleksian anggota cukup ketat supaya tidak sekadar singgah. BLC mengharapkan para pehobi *baking* yang sudah memiliki usaha kuliner, sebab dengan ikut BLC, Anda bisa belajar sekaligus usaha di bidang kuliner. "Dan yang terutama adalah mau berkomitmen di komunitas," dimana jika tidak hadir selama 4 kali pertemuan maka akan dikeluarkan dari keanggotaan, dan biasanya anggota sadar sendiri sehingga menyatakan keluar dari grup.<sup>57</sup>

Dengan syarat tersebut, anggota tak hanya singgah di BLC lalu redup dan pergi sesukanya. Jadi, bukan semakin berkurang melainkan menambah banyak anggota yang bisa semakin membesarkan nama BLC Samarinda. Terakhir, BLC tidak membatasi gender. Siapa pun yang ingin bergabung baik pria maupun perempuan bisa.

Ada berbagai motivasi dari anggota ketika bergabung di komunitas BLC, sebagaimana yang dikatakan oleh Herlinda bahwa menjadi anggota BLC sebagai sarana untuk menambah teman, mempererat tali silaturahmi dan yang terpenting

---

<sup>57</sup> Wawancara dengan Hesti, Ketua BLC periode 2017-2019, 31 Mei 2021

untuk menambah ilmu per-baking-an dan per-cooking-an.<sup>58</sup> Hal ini senada dengan yang dikatakan mba Wiolda dan mba Yunny bahwa mereka bergabung menjadi anggota BLC untuk menambah teman dan berbagi ilmu tentang per-baking-an.<sup>59</sup>

Komunitas BLC memiliki susunan kepengurusan yang terdiri dari Ketua, 2 orang Sekretaris, 2 orang bendahara, 2 orang seksi SDM/Latihan Bareng (Latbar), 2 orang seksi acara, 2 orang seksi perlengkapan dan 2 orang seksi konsumsi.

**Tabel 1**

Susunan Pengurus BLC Periode 2019-2021

PEMBINA	1. Nuraidah 2. Salawaty
KETUA	Nurul Sinanta
SEKRETARIS	1. Tahta Dina Anggrani Poerwandhari 2. Endang Wahyuni
BENDAHARA	1. Eva Victoria 2. Medonna Fransisca 3. Lia Merinda
HUMAS	1. Oktifani Puji Fitriani 2. Tati Hartini
SDM	1. Yuni Irmawati Fahmi 2. Herlinda Arsianty
PJ KORWIL	
1. Samarinda Seberang, Loabakung , Sambutan	Rully Eviyani
2. Samarinda	Maelinda Yuni

<sup>58</sup> Wawancara dengan Herlinda, anggota BLC, 1 Juni 2021

<sup>59</sup> Wawancara dengan Yunny dan Wiolda, anggota BLC, acara FGD, 6 Juni 2021.

Ulu,Samarinda Kota	
3. Bengkuring	Mujiati
4. Samarinda Utara,Sungai Pinang Dalam	Dewi Handayani

## **B. Program Pemberdayaan Ekonomi Perempuan di BLC**

Dalam rangka merealisasikan program kerjanya, komunitas *Baking Lovers Community* (BLC) mengadakan pertemuan rutin setiap bulan yang diisi dengan arisan berkeliling ke rumah anggota. Dalam pertemuan rutin inilah mereka merencanakan program kerja dan merealisasikan program kerja BLC.

Adapun program kerja BLC dalam rangka pemberdayaan ekonomi anggotanya adalah :

1. Demo membuat kue dan masakan diantara anggota BLC. Kegiatan ini dilakukan pada pertemuan rutin bulanan.
2. Pelatihan bareng membuat cake, pizza sushi, kue-kue kekinian dan masakan dengan mendatangkan pelatih dari chef yg menjadi rekanan BLC atau dari anggota BLC sendiri.
3. Pelatihan mendesain atau menghias kue.
4. Pelatihan food fotografi sebagai media promosi produk dan mengajarkan anggota mempromosikannya di media social baik di WhatsApp, Facebook maupun Instagram dan pelatihan lainnya untuk menunjang perkembangan usaha anggota BLC.



5. Pada setiap peringatan hari besar seperti Perayaan Hari Kemerdekaan 17 Agustus, Perayaan Hari Kartini 21 April, Hari Ibu 22 Desember dan hari besar lainnya, BLC mengadakan kegiatan lomba membuat kue atau masakan untuk para anggotanya. Seperti pada peringatan Hari Kemerdekaan 17 Agustus diadakan Challenge membuat kue tradisional bertema Merah Putih dan diadakan lomba foto (Kategori Foto Tercantik, Kategori Foto Terunik, Kategori Upload Tercepat, Kategori Caption Tersemangat serta Kategori Like Facebook terbanyak). Lomba foto ini dishare di media social.
6. Mengirim satu orang anggota BLC untuk ikut kursus kue/ baking dll yang dibiayai secara patungan dari anggota kemudian anggota ini berkewajiban membagikan ilmunya kepada anggota BLC yang lain.
7. Menyelenggarakan Bazar Amal dalam rangka ulang tahun BLC dimana semua anggota membuat kue dan dijual. Hasil penjualannya 30% diberikan kepada yg membutuhkan dan 70% untuk modal membuat.
8. Pameran Produk, dimana setiap anggota membuat satu jenis produk dan dipamerkan, Kegiatan ini biasanya dilakukan di pusat perbelanjaan/mall sebagai media promosi produk dan usaha anggota BLC. Selain itu juga ada kegiatan *Upload Kompakan*, yang mengupload produk kuliner yang dibuat di media social.
9. Untuk meningkatkan kekompakan anggota ada kalanya dilakukan tukar menukar produk kuliner yang dibuat dengan sesama anggota.

10. Membantu anggota untuk mengurus ijin usaha dan sertifikasi halal.
11. Aktif dalam berbagai kegiatan social, bencana banjir dan kebakaran.
12. Demo membuat kue di Stasiun TVRI local.<sup>60</sup>

Kiprah komunitas *Baking Lovers Community* (BLC) mulai dikenal masyarakat pada tahun ke empat sejak didirikan yaitu tahun 2018 dengan berbagai kegiatan yang mereka lakukan seperti Kegiatan Pesta Wirausaha Samarinda dalam rangka Pekan Raya Samarinda 2018, BLC mendapat kepercayaan untuk melakukan Baking Demo. Selain itu setiap tahun dilakukan bazar amal dalam rangka ulang tahun BLC dan berbagai kegiatan social serta promosi di berbagai media social seperti Facebook dan Instagram. Kegiatan ini biasanya diselenggarakan di pusat perbelanjaan/mall seperti Mall Plaza Mulia, Big Mall Samarinda dan Area Wisata Kuliner GOR Sempaja Samarinda. Selain itu salah satu anggota BLC, mba Tahta Dina Anggrani selalu berbagi resep dan tips membuat kue melalui media seperti Koran Kaltim Post.

Kegiatan-kegiatan BLC sudah mendapat perhatian dari berbagai pihak dengan banyaknya dukungan sponsor dalam setiap kegiatan yang digelar seperti Bogasari, Meg Cheese, TBK Harum Manis, Rich Product Indonesia, Collata, Alqi Decorations, Tobaku168.

### **C. Jenis Usaha Kuliner Rumahan yang dikembangkan Komunitas BLC Samarinda**

Peluang bisnis kuliner rumahan sangat bagus dan menjanjikan. Makin tingginya rutinitas ibu rumah tangga, dan kebutuhan masyarakat terhadap

---

<sup>60</sup> Wawancara dalam acara FGD dengan pengurus dan anggota BLC, 6 Juni 2021

kuliner yang praktis dan cepat terus meningkat, menjadikan pangsa pasar bisnis kuliner rumahan semakin berkembang. Hal ini tak lepas dari perhatian komunitas BLC Samarinda yang memanfaatkan peluang bisnis kuliner rumahan.

Komunitas BLC Samarinda telah mengembangkan bisnis kuliner rumahan dengan berbagai diversifikasinya. Mulai dari kue-kue tradisional hingga kue-kue modern, makanan kotak hingga prasmanan dalam skala besar, makanan pelengkap hingga makanan utama, makanan biasa hingga makanan pesta, kue yang dihidangkan setiap hari hingga kue-kue yang khusus di hari-hari besar keagamaan.

Tabel 2

## Data Usaha Kuliner Rumahan Anggota BLC Samarinda

No.	Nama	Brand Usaha	Jenis Produk
1	Lindarayhan	Rumah Kue Lin'st Cakes and Cookies	Kue ulang tahun, wedding cake, aneka kue untuk prasmanan dan aneka kue tradisional, menu prasmanan.
2	Abda	Kyka Cake	Cake potong, aneka kue tampah dan kue-kue tradisional.
3	Yuliaty	Hintalu Asin Oza	Telur Bebek Lokal yaitu Telur Asin dengan berbagai varian rasa Original, Pedas, Bawang dan Herbal. Batik

			Roll Cake.
4	Halimah	Dapur OyanZ	Kue nona manis, cake potong, brownies kukus, risoles.
5	Nurul	Dapur Nanta	Aneka macam kue dessert, kue tampahan dan snackbox.
6	Tanti Eka F	tantie's kitchen.	Snack dan ricebox
7	Lia Merinda	Yara Cake & Dessert	Aneka Dessert dan Roti
8	Ria	Dapur Nafisah	Kue kering, aneka donar dan roti, bronis kukus lukis
9	Ida	Dapur Wanda	Menyediakan dekor hias, pudding hias dan pudding lukis,
10	Sala	Fedya Cakes	Kue kering, dessert, aneka puding, tumpeng jajan pasar, aneka kue basah, kue tradisional dan modern.
11	Maelinda Yuni	Roti Gembong Juanda	Aneka kue, dessert & cemilan ringan kekinian seperti faifai charpao, cornkrezz.
12	Wielda	Wiel's cake and cookies	Aneka macam kue kering, kue basah, kue tradisional dan ricebox

13	Novi	Cattleya Cakes, Cookies and Patisseries	Cake, puding, cookies, dessert dan pastry
14	Eva	DapoerV	Kue kering, puding dan aneka cake
15	Dwi Handayani	Dapur DnD	Aneka macam kue, Lekker Holland Mini
16	Tati Hartini	Tats Kitchen	Aneka kue
17	Evi Gandayani	E-Cookies	Kue modern dan tradisional
18	May	May Queen Puding.	Puding aneka bentuk dan model
19	Yuni Artetha	Audreycake	Aneka macam kue kering, puding, aneka cake dan yang terbaru adalah ayam caramel
20	Medona Fransisca	Donna Cookies	Kue kering, cake, dessert, minuman herbal
21	Oktifani Puji F	Fanny's Food	Cake Lapis Labu
22	Rully Eviyani	Salsa Cookies	Kue
23	Wiwin	Kaemita Ckaes	Aneka macam kue, kue kering, kue basah, birthday cake, wedding cake, snackbox dan ricebox.
24	Evi Aisyah	Naureen Dessert	Kue dan masakan
25	Akhadiyah	eR choco-rumah cokelat	Cokelat karakter
26	Rani	Gracia Cakes & Desserts	Aneka kue kering, cake ulang tahun, puding dessert & puding ulang tahun serta isian snackbox

27	Aty	OK Bento	Catering makanan untuk acara-acara besar, catering makanan sehari-hari, tumpeng hias, aneka bentuk nasi bento, jajan pasar, rujak tampah, mihun tampah, dll.
28	Hest	Dapur Nauby	Kue kering dan basah

#### **D. Dampak Pemberdayaan Ekonomi Perempuan pada Komunitas BLC terhadap perkembangan bisnis kuliner di Kota Samarinda**

Kiprah komunitas *Baking Lovers Community* (BLC) selama kurang lebih 7 tahun sejak tahun 2014 mampu memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap perkembangan bisnis kuliner anggota dan bisnis kuliner di kota Samarinda. Menurut Lindarayhan yang mempunyai usaha Rumah Kue Lin'st Cakes and Cookies, yang membuat segala jenis kue seperti kue ulang tahun, wedding cake, aneka kue untuk prasmanan dan aneka kue tradisional. "Sejak menjadi anggota BLC, kemampuan dan keterampilan membuat kue saya semakin bertambah, selain itu melalui BLC dapat dijadikan sebagai media promosi produk yang saya buat, sehingga usaha kue saya semakin berkembang dan semakin banyak pesanan kue yang harus saya layani. Hal ini menambah penghasilan dan meningkatkan perekonomian saya."<sup>61</sup>

Begitu juga pada anggota BLC yang lain, seperti Mba Abda dengan nama bakulan Kyka Cake menerima pesanan cake potong, aneka kue tampah dan

---

<sup>61</sup>Wawancara dengan LindaRayhan, pemilik Rumah Kue Lin'st Cakes and Cookies, 15 Juli 2021

kue-kue tradisional.

Mba Yulianty yang merupakan ketua BLC periode pertama ( 2015-2017) adalah seorang guru TK &PG Kreatif Primagama Samarinda. Mba Yuli aktif memproduksi olahan Telur Bebek Lokal yaitu Telur Asin aneka rasa dengan brand Hintalu Asin Oza dengan berbagai varian rasa Original, Pedas, Bawang dan Herbal. Selain produksi Hintalu Asin Oza Bunda juga memproduksi Batik Roll Cake.

Mba Halimah, nama bakulan Dapur OyanZ, menerima pesanan kue nona manis, cake potong, brownies kukus, risoles. Mba Nurul, usahanya Dapur Nanta menyediakan aneka macam kue dessert, kue tampahan dan snackbox.

Mba Tanti Eka Fauziah dari kota Tenggarong nama bakulan tantie's kitchen. Ibu Ida dengan usaha bakulan Dapur Wanda menyediakan dekor hias, pudding hias dan pudding lukis, Ibu Ida memiliki usaha kantin di salah satu instansi pemerintahan dengan nama Kantin Kejujuran.

Mba Ria dengan nama bakulan Dapur Nafisah membuat berbagai macam kue kering, aneka donat dan roti, bronis kukus lukis.

Mba Lia Merinda dengan nama bakulan Yara cake & dessert yang membuat aneka dessert enak dan aneka roti.

Mba Sala seorang wanita karir yang bekerja di salah satu perusahaan jasa konstruksi memiliki usaha kue rumahan fedy cakes yang cukup terkenal di Samarinda dengan aneka macam kue kering, dessert, aneka puding, tumpeng jajan pasar, aneka kue basah, kue tradisional dan modern.

Mba Wiolda dengan nama bakulan Wiel's cake and cookies membuat

aneka macam kue kering, kue basah. Kue tradisional juga menerima pesanan nasi kotak dengan aneka menu yang enak dan harga yang bervariasi.

Mba Maelinda Yuni merupakan owner dari brand roti terkenal di Samarinda yaitu Roti Gembong Juanda & Rotoast. Dan wadah menyalurkan hobinya adalah di dapur Fatimah dengan membuat aneka kue, dessert & cemilan ringan kekinian seperti faifai charpao, cornkrezz.<sup>62</sup>

Mba Novi dengan nama bakulan Cattleya Cakes, Cookies and Patisseries menerima orderan cake, pudding, cookies, dessert dan pastry. Eve Gandayani biasa dipanggil ce Evi menguasai hampir semua jenis kue modern dan tradisional yang menjadikannya sebagai salah satu bakuler ternama di Samarinda. Nama usaha kuenya adalah E-cookies.

Mba May, telah membuka usaha kue yang mulai berkembang khususnya pudding dengan aneka macam bentuk dan model. Nama bakulan May Queen Puding. Dengan kreativitasnya dalam dunia perpujangan, mba May sesekali membuka kursus privat untuk yang berminat.

Bunda Tati Hartini dengan nama bakulan Tats kitchen Samarinda telah membuka usaha kue yang mulai berkembang.

Mba Dwi Handayani dengan nama usaha kue Dapur DnD yang membuat beraneka macam kue seperti Lekker Holland mini.

Mba Eva yang bekerja sebagai finance accounting di PBF, mempunyai usaha rumahan DapoerV yang memproduksi aneka macam kue kering, puding dan aneka cake.

---

<sup>62</sup> Wawancara dengan beberapa anggota BLC pada tanggal 15-18 Juli 2021



Mba Yuni Artetha yang biasa dipanggil mba Yunet memproduksi aneka macam kue kering, puding, aneka cake dan yang terbaru adalah ayam caramel dengan nama usaha kue Audreycake Samarinda.

Ibu Medonna Fransisca dengan bakulan Donna Cookies membuat aneka kue kering, cake dan dessert. Selain itu juga membuat minuman segar tradisional yang terbuat dari bahan-bahan alami yang berkhasiat untuk menyembuhkan berbagai macam penyakit seperti stroke, darah tinggi, kolesterol, dll.

Ibu Oktifani Puji Fitriani yang sempat bekerja sebagai seorang editor dan fasilitator yang akhirnya harus resign untuk mendampingi tumbuh kembang anak. Akhirnya memutuskan bekerja dari rumah dengan segala keterbatasan yang ada, dengan berbekal peralatan yang ada di rumah. Coba gagal coba lagi gagal coba lagi gagal lagi dan coba terus sehingga akhirnya mampu menciptakan Cake Lapis Labu Samarinda yang cukup terkenal. Usaha bakulannya diberi nama Fanny'sfood.

Mba Rully Eviyani seorang ibu rumah tangga yang memiliki usaha kue rumahan bernama salsa cookies dan usaha aksesoris yang diberi nama hand mama Ly. Mba Wiwin dengan usaha rumahan kaemita cakes memproduksi aneka macam kue, kue kering, kue basah, birthday cake, wedding cake, snackbox dan ricebox.

Mba Evi Aisyah dengan usaha rumahan Naureen Dessert menerima pesanan kue-kue dan masakan. Anggota lain adalah mba Akhadiyah yang biasa dipanggil mba Dee mempunyai usaha kue rumahan dan bikin coklat-cokelat karakter yang bagus-bagus. Usahanya diberi nama eR choco – rumah coklat.

Tempat usaha mba Dee ini, sering didatangi anak-anak dari TK/PAUD yang ingin belajar membuat cokelat.

Mba Aty termasuk salah satu pakar di bidang masakan dengan usaha rumah OK Bento yang menerima catering makanan untuk acara-acara besar, catering makanan sehari-hari, tumpeng hias, aneka bentuk nasi bento, jajan pasar, rujak tampah, mihun tampah, dll. Tumpeng hias olahan mba Aty telah menjadi juara di berbagai pertandingan tumpeng hias.

Mba Rani memiliki usaha kue rumahan dengan brand gracia cakes & desserts yang membuat dan menjual aneka kue kering, cake ulang tahun, puding dessert & puding ulang tahun serta isian snackbox.<sup>63</sup>

Dengan menjadi anggota BLC dapat memotivasi anggota untuk mengembangkan usaha kuliner mereka dan memberikan brand atas produk yang mereka hasilkan serta menjadikan usaha rumahan mereka menjadi lebih dikenal masyarakat kota Samarinda yang berdampak pada banyaknya pesanan yang mereka harus penuhi.

Dengan demikian dampak program pemberdayaan ekonomi ini sangat besar bagi komunitas BLC Samarinda. Selain sebagai sumber pendapatan dan pengembangan hobi, juga untuk menjaga keberlangsunga usaha kuliner rumahan. Hal ini karena dalam menjalankan program pemberdayaan dikembangkan inovasi produk, inovasi kemasan, inovasi brand, kualitas produk, dan pengembangan pasar.

Komunitas BLC Samarinda juga menganggap penting legalitas usaha dan

---

<sup>763</sup> Hasil wawancara FGD, 6 Juni 2021

pengakuan produk, agar bisa diterima oleh seluruh kalangan konsumen. Untuk itu BLC juga membantu memfasilitasi anggota yang ingin mengurus ijin usaha dan mendaftarkan sertifikasi halal bagi produk kuliner yang mereka hasilkan. Selain itu BLC juga menjadi media promosi produk kuliner yang mereka hasilkan, baik melalui media social Fb dan Instagram yang selalu mengupdate setiap kegiatan BLC maupun promosi *mouth by mouth* diantara anggota BLC dalam mempromosikan produk kuliner yang mereka hasilkan.

#### **E. Kendala Pemberdayaan Ekonomi Perempuan pada Komunitas *Baking Lovers Community* (BLC) Samarinda**

Dalam mengembangkan usaha kuliner rumahan, komunitas BLC Samarinda tidak lepas dari kendala-kendala. Diantara kendala yang dihadapi adalah kualitas SDM yang tidak merata. Hal ini karena memang untuk menjadi anggota BLC tidak dipersyaratkan latar belakang pendidikan tertentu. Mereka hanya ditekankan pada motivasi dan komitmen mengikuti kegiatan komunitas.

Selain itu juga sebagian ada yang memiliki kendala dalam permodalan. Untuk mengembangkan sebuah usaha kuliner tentunya diperlukan modal yang tidak sedikit, apalagi jika ada resiko-resiko di lapangan yang membuat usaha tidak bisa mencapai *break even point*, apalagi *profit*.

Kendala berikutnya yang dihadapi dalam pemberdayaan ekonomi perempuan pada komunitas BLC adalah bahwa sampai saat ini, tujuh tahun BLC telah lahir, komunitas ini belum menjadi organisasi resmi. Namun menurut Nurul ke depan akan diurus ijin komunitas ini agar resmi dan memudahkan

mendapatkan akses pembiayaan bagi para anggota.<sup>64</sup> Hesti menambahkan kemungkinan akan didaftarkan sebagai UKM yang akan mewadahi setiap anggotanya.<sup>65</sup> Kendala lain adalah belum semua anggota BLC mendaftarkan ijin usaha dan mengurus sertifikasi halal bagi produk kuliner yang mereka hasilkan.

## F. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian maka ditemukan bahwa program pemberdayaan ekonomi di komunitas *Baking Lovers Community* (BLC) dengan berbagai program keterampilan dan penguatan peran perempuan mampu menjadikan anggota BLC menjadi lebih mandiri dan percaya diri dengan kemampuan yang mereka miliki. Hal ini sejalan dengan pemikiran Eyden, et. Al bahwa partisipasi perempuan dalam komunitas (*self-help groups*) akan menjadikan perempuan lebih percaya diri dan mandiri sehingga menjadikan mereka mampu untuk mengubah pilihan mereka menjadi tindakan yang diinginkan, yang akan mengarah pada munculnya pemberdayaan ekonomi, politik, sosial, dan psikologis.<sup>66</sup> Begitu juga pernyataan Elise bahwa mencapai kesetaraan dan pemberdayaan ekonomi perempuan bisa dilakukan melalui: (1) Melakukan investasi cerdas dalam bisnis perempuan, (2) Memiliki kerjasama pembangunan yang nyata dengan organisasi perempuan, (3) Melakukan kolaborasi dengan organisasi.<sup>67</sup>

---

<sup>64</sup> Wawancara mba Nurul, ketua BLC 2019-2021, dalam FGD, 6 Juni 2021

<sup>65</sup> Wawancara dengan Hesti Sulistianingsih, ketua BLC 2017-2019, tanggal 15 Juli 2021.

<sup>66</sup> Eyben, R., Kabeer, N. & Cornwall, A., (2008). "Conceptualising Empowerment and the Implications for Pro Poor Growth." Paper prepared for the DAC Poverty Network by the Institute of Development Studies, Brighton.

<sup>67</sup> Anonim, *Perempuan dan Pemberdayaan Ekonomi*, Konsil LSM Indonesia, 25 Oktober 2016

Strategi pemberdayaan komunitas BLC sejalan dengan teori Zakiyah bahwa salah satu strategi pemberdayaan perempuan adalah dengan membekali beragam keterampilan bagi kaum perempuan. Strategi ini bertujuan agar kaum perempuan menjadi mandiri dan produktif serta tidak menggantungkan nasib pada kaum laki-laki. Ada berbagai keterampilan yang bisa diajarkan pada perempuan, seperti keterampilan menjahit, menyulam serta berwirausaha dengan membuat kain batik dan mengolah berbagai jenis makanan.<sup>68</sup>

Program pemberdayaan ekonomi di BLC dapat meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan keluarga anggota BLC. Hal ini tampak dari perkembangan usaha kuliner anggota yang percaya diri dengan brand usaha rumahan mereka dan menjadikan usaha kuliner mereka berkembang pesat serta mendukung perkembangan usaha kuliner di kota Samarinda. Hal ini telah dikatakan oleh Muhammad Ihsan, Asisten Deputi Bidang Kesetaraan Gender Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak mengatakan, perempuan sebagai pelaku ekonomi memiliki potensi besar dalam berkontribusi membangun ketahanan ekonomi Indonesia. Untuk itu, perempuan perlu diberikan strategi untuk membangun dan menciptakan peluang bisnis, memfasilitasi penguatan keterampilan individu dan kelompok, memfasilitasi penguatan kolaborasi atau kerja sama, serta meningkatkan akses perempuan ke layanan bisnis.<sup>69</sup>

---

<sup>68</sup> Zakiyah, *Pemberdayaan Perempuan* ..... , 2010

<sup>69</sup> Publikasi dan Media Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, *Peran Industri Rumahan dalam Pemberdayaan Ekonomi Perempuan*, Siaran Pers Nomor: B- 044/Set/Rokum/MP 01/03/201 , 22 Maret 2019

Selain itu pemanfaatan media digital dengan teknik fotografi untuk desain produk sebagai promosi di media social Facebook dan Instagram telah menjadikan bisnis kuliner rumahan anggota BLC menjadi semakin berkembang dan dikenal masyarakat. Pemerintah sangat mendukung hal ini bahwa para perempuan kiranya dapat memanfaatkan peluang pesatnya perkembangan ekonomi, termasuk ekonomi digital saat ini sehingga dapat menjadi akselerator peningkatan partisipasi perempuan dalam perekonomian.<sup>70</sup>

Penelitian mengenai pemberdayaan ekonomi perempuan melalui bisnis kuliner rumahan pada komunitas *Baking Lovers Community* (BLC) Samarinda memiliki kesamaan dengan penelitian Lilis Karwati dkk, yang memberdayakan ekonomi perempuan melalui bisnis kuliner pada para wanita di Neglasari Jawa Barat, namun penelitian pada komunitas *Baking Lovers Community* (BLC) Samarinda lebih spesifik karena komunitas ini terbentuk atas kesamaan minat.<sup>71</sup> Begitu juga dengan penelitian Susanti dan Siti Mas'udah yang meneliti pemberdayaan ekonomi perempuan khususnya perempuan miskin pada industri rumahan. Pada komunitas *Baking Lovers Community* (BLC) status ekonomi tidak menjadi pertimbangan, perempuan dari berbagai kelas ekonomi menjadi anggota komunitas. Lebih menarik lagi senada dengan penelitian Dermawan bahwa bisnis kuliner pada komunitas *Baking Lovers Community* (BLC) Samarinda menciptakan ekonomi kreatif dengan berbagai variasi kuliner yang mereka ciptakan dan lombakan sehingga memotivasi setiap anggota komunitas untuk berkreasi

---

<sup>70</sup>Departemen Komunikasi Bank Indonesia, *Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Wujudkan Pertumbuhan Ekonomi yang Inklusif dan Berkesinambungan*, 21 Juli 2018.

<sup>71</sup>Karwati, Lilis, et. al, Women Empowerment to Build Entrepreneurship dalam *Journal of Nonformal Education*, <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jne> JNE 4(2), 2108, Universitas Negeri Semarang. p. 169-176

menciptakan suatu varian kuliner yang unik dan memiliki nilai jual ekonomi.<sup>72</sup> Serta sebagaimana Anggraini dan Desideria bahwa program pemberdayaan baru akan berhasil dengan dukungan dari berbagai pihak yaitu pemerintah, swasta, LSM dan perguruan tinggi berupa pemberian motivasi, pelatihan dan keterampilan dan akses permodalan agar pemberdayaan perempuan ini memberikan nilai tambah ekonomi yang dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga.<sup>73</sup>

Berdasarkan analisis di atas maka pemberdayaan ekonomi perempuan dapat mewujudkan kemampuan perempuan sebagai subjek, kemampuan perempuan dalam kepemimpinan, kemampuan perempuan dalam mengelola usaha, dan kemampuan perempuan dalam meningkatkan peran dan fungsi organisasi sebagai wadah pemberdayaan. Hal ini dapat dilakukan dilihat dari indikator pemberdayaan perempuan yang memiliki kesetaraan dalam mengakses sumber daya, berpartisipasi, kontrol dan memanfaatkan sumber daya. Dengan demikian pemberdayaan ini menjadikan mereka sebagai subyek/pelaku, terlibat aktif dalam pembangunan, berdaya mengelola usaha secara mandiri, dan organisasi yang mewadahi mereka berperan dalam pemberdayaan.

---

<sup>72</sup> Susanti, Emy, dan Siti Mas'udah, "Women's empowerment model in home-based industries in East Java", dalam *Jurnal Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, Vol. 30, Number 4, 2017, page 353-366, Universitas Airlangga Surabaya

<sup>73</sup> Anggraini, Nenny, dan Desideria Regina, Model Pemberdayaan Ekonomi Perempuan di Kabupaten Nias Berbasis Sumber Daya Lokal, dalam *jurnal Inada*, Vol. 1 No. 1, Juni 2018, h. 94-103, Universitas Kristen Indonesia.

Tabel 3

Analisis Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Melalui Usaha Kuliner  
Rumah Komunitas BLC Samarinda

Tujuan Pemberdayaan Perempuan	Indikator Pemberdayaan Perempuan			
	Akses	Partisipasi	Kontrol	Manfaat
1. Meningkatkan kemampuan perempuan sebagai subjek.	✓	✓	✓	✓
2. Meningkatkan kemampuan perempuan dalam kepemimpinan dan keterlibatan dalam proses pembangunan.	✓	✓	✓	✓
3. Meningkatkan kemampuan perempuan dalam mengelola usaha skala rumah tangga, industri kecil maupun industri besar yang dapat menunjang peningkatan pemenuhan kebutuhan rumah tangga, serta membuka peluang kerja produktif dan mandiri.	✓	✓	✓	✓
4. Meningkatkan peran dan fungsi organisasi perempuan di tingkat lokal sebagai wadah pemberdayaan kaum perempuan.	✓	✓	✓	✓

Sumber : *Focus Group Discussion*

Berdasarkan hasil penelitian lapangan, program pemberdayaan ekonomi perempuan melalui usaha kuliner rumahan oleh BLC Samarinda, memberikan dampak yang besar bagi keberlangsungan usaha komunitas perempuan. Meskipun demikian terdapat juga kendala-kendala yang harus ditanggulangi. Diantara kendala-kendala tersebut meliputi; tidak meratanya kemampuan SDM, mengingat



mereka berasal dari latar belakang yang berbeda-beda yang menyatukan mereka adalah satu keinginan dan tujuan yang sama, menjadi kendala juga tentang permodalan untuk mengembangkan usaha, perizinan atas dan sertifikasi halal juga menjadi kendala, termasuk organisasi komunitas mereka yang belum terdaftar.



**Gambar 1:** Analisis program pemberdayaan, kendala dan dampaknya terhadap pengembangan usaha kuliner.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

1. Program pemberdayaan ekonomi komunitas *Baking Lovers Community* (BLC) dilakukan dengan berbagai pelatihan dalam rangka meningkatkan keterampilan kuliner anggota, seperti latihan bareng membuat kue, mendatangkan chef, pelatihan fotografi untuk mendukung promosi produk melalui media social Facebook dan Instagram, berbagi resep kuliner, kegiatan social dan bazar amal, memfasilitasi anggota untuk mengurus ijin usaha dan sertifikasi halal produk.
2. Potensi usaha kuliner rumahan yang dikembangkan adalah; pembuatan berbagai jenis kue dan makanan baik modern maupun tradisional, jasa catering dan prasmanan untuk berbagai acara keluarga maupun kantor.
3. Dampak program pemberdayaan BLC bagi anggotanya; sebagai sumber pendapatan, pengembangan hobi, sharing ilmu, keberlangsungan usaha, inovasi produk, inovasi kemasan dan brand, dan pengembangan digital marketing. Dengan demikian pemberdayaan ini menjadikan mereka sebagai subyek/pelaku, terlibat aktif dalam pembangunan, berdaya mengelola usaha secara mandiri, dan organisasi yang mewadahi mereka berperan dalam pemberdayaan.

4. Kendala pemberdayaan ekonomi perempuan melalui usaha rumahan komunitas BLC samarinda meliputi; SDM, permodalan, perizinan, dan sertifikasi halal.

## **B. Saran**

1. Komunitas *Baking Lovers Community* (BLC) perlu berproses menjadi organisasi resmi dan nantinya akan bermanfaat bagi anggota BLC.
2. Mendorong usaha kuliner rumahan anggota BLC untuk memiliki ijin usaha dan mendaftarkan sertifikasi halal agar produk mereka menjadi alternatif pilihan masyarakat muslim kota Samarinda.
3. Perlu menjalin kerjasama dengan pemerintah dan instansi terkait agar komunitas ini mampu berperan lebih aktif dalam pemberdayaan ekonomi perempuan di kota Samarinda.

## DAFTAR PUSTAKA

Al Qur'an dan Terjemahannya

- Ananda, Riski. "Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Home Industry Keripik di Kelurahan Kubu Gadang", *JPM FISIP* 3:2 (Oktober 2016).
- Anggraini, Nenny, dan Desideria Regina, Model Pemberdayaan Ekonomi Perempuan di Kabupaten Nias Berbasis Sumber Daya Lokal, dalam jurnal *Inada*, Vol. 1 No. 1, Juni 2018, h. 94-103, Universitas Kristen Indonesia.
- Anonim, *Perempuan dan Pemberdayaan Ekonomi*, Konsil LSM Indonesia, 25 Oktober 2016
- Anwas, Oos M. *Pemberdayaan Masyarakat di Era Global*. (Bandung : Alfabeta, 2013)
- Aramand, M., Women Entrepreneurship in Mongolia: the Role of Culture on Entrepreneurial Motivation. Equality, Diversity and Inclusion: *An International Journal*, 32(1), 2012.
- Assauri, Sofjan. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 16.
- Bianchi, M., Parisi, V., & Salvatore, R., Female Entrepreneurs: Motivations and Constraints. An Italian Regional Study. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 8(3), 198-220, 2016.,
- Chanel Emily Mc. Call and Kevin Frank Mearns, Empowering Women Through Community-Based Tourism in the Western Cape, South Africa, *Tourism Review International*, Vol. 25, pp. 157–171, Printed in the USA. All rights reserved. Copyright © 2021 Cognizant, LLC
- Departemen Komunikasi Bank Indonesia, *Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Wujudkan Pertumbuhan Ekonomi yang Inklusif dan Berkesinambungan*, 21 Juli 2018.
- Dermawan, Abdurraafi' Maududi, Pemberdayaan Perempuan Melalui Kegiatan Ekonomi Kreatif, dalam jurnal *RAHEEMA, Jurnal Studi Gender dan Anak*, Vol. 3 No. 2 Tahun 2016, IAIN Pontianak
- Duflo, Esther, *Women's Development and Economic Development*, dalam *Journal of Economic Literature*, Vol. 50, No. 1051-79, National Bureau of Economic Research (NBER), Cambridge, Desember 2012

- Eyben, R., Kabeer, N. & Cornwall, A., (2008). "Conceptualising Empowerment and the Implications for Pro Poor Growth." Paper prepared for the DAC Poverty Network by the Institute of Development Studies, Brighton.
- Fajar, Mukti. *UMKM Di Indonesia Perspektif Hukum Ekonomi*. (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2016)
- Harimurti, *Manajemen Usaha Kecil* (Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA, 2012).
- Hewapathirana, G. I, The Role of Social Identity in Internationalization of Women- Owned Small Businesses in Sri Lanka. *Journal of Asia Business Studies*, 5(2), 172-193, 2011.,
- Hubeis, Musa. *Prospek Usaha Kecil Dalam Wadah Inkubator Bisnis*. (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2009)
- J. Rappaport, *Studies in Empowerment: Introduction to The Issue, Prevention In Human Issue* (USA: 1984),
- Javadian, G., & Singh, R. P., Examining Successful Iranian Women Entrepreneurs: An Exploratory Study. *Gender in Management: An International Journal*, 27(3), 148-164, 2012.,
- Karwati, Lilis, et. al, Women Empowerment to Build Entrepreneurship dalam *Journal of Nonformal Education*, <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jne> JNE 4(2), 2108, Universitas Negeri Semarang. p. 169-176
- Kasmir, *Kewirausahaan-Edisi Revisi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2011)
- Mardikanto, Totok, dan Poerwoko Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*, Cet. Ke-3 (Bandung: Alfabeta, 2015).
- Meyer, D.F., 2014, *Local Economic evelopment (LED), Challenges and Solutions: The Case of the Northern Free State region, South Africa*, p. 14, viewed 23 Januari 2021, from <https://showme.co.za/vaal/files/2014/08/local-economic-development>
- Muliawan, Jasa Ungguh. *Manajemen Home Industri: Peluang Usaha Di Tengah Krisis* (Yogyakarta: Banyu Media, 2008).
- Nitisusastro, Mulyadi. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*.(Bandung: Alfabeta ; 2010).
- Nugroho, Riant. *Gender dan Strategi Pengarus-utamaannya di Indonesia*. 2008. Yogyakarta : Pustaka Pelajar

- Nugroho, Riant. *Gender dan Strategi Pengarus-utamaannya Di Indonesia*. (Yogyakarta : Pustaka Pelajar., 2011).
- Nugroho. 2008. *Gender dan Administrasi Publik Studi tentang Kualitas Kesetaraan dalam Administrasi Publik Indonesia Pasca Reformasi 1998-2002*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Prihatiningsih, Tutut Ayu, *The Role of Puspita Bahari As A Community Based Organization In Empowering Fisherman Women (Study : Women Fishermen in Morodemak Village, Bonang District, Demak Regency)*. dalam Jurnal Undip Semarang, Website : <http://www.fisip.undip.ac.id> , diunduh pada tanggal 12 Agustus 2019.
- Publikasi dan Media Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, *Peran Industri Rumahan dalam Pemberdayaan Ekonomi Perempuan*, Siaran Pers Nomor: B- 044/Set/Rokum/MP 01/03/201 , 22 Maret 2019
- Rafique, Zain, and Suet Leng Khoo, “Role of Community-Based Organizations (CBOs) in Promoting Citizen Participation : A Survey Study of Local Government Institutions of Punjab, Pakistan”, dalam jurnal *International Journal of Sociology and Social Policy*, Vol. 38 Issue : 3/4 , 9 April 2018, p. 242-258
- Rahman, Md. Aminur, Women’s Empowerment : Concept and Beyond, dalam jurnal *Global Journal of Human Social Science, Sociology & Culture*, Vol. 13 Issue 6 Version 1.0 Year 2013, USA
- Sugiyono, *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2010).
- Sulistiyani, *Kemitraan dan Model-model Pemberdayaan*, Yogyakarta : Gaya Media, 2004.
- Sulistiyani, A.T. 2004. *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sumodiningrat, Gunawan. 1999. *Pemberdayaan Masyarakat dan Jaringan Pengaman Sosial*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Susanti, Emy, dan Siti Mas’udah, “Women’s empowerment model in home-based industries in East Java”, dalam Jurnal *Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, Vol. 30, Number 4, 2017, page 353-366, Universitas Airlangga Surabaya
- Tambunan, Tulus T.H. *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017).

Young, Elise, *Harnessing Power to Shift the Economic Balance Toward Equality for Women*, Devex : International development News, 13 Oktober 2016

Zakiah, Pemberdayaan Perempuan oleh Lajnah Wanita dan Putri Al Irsyad Surabaya, dalam Jurnal "*Analisa*" Volume XVII, No. 01, Januari - Juni 2010.

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

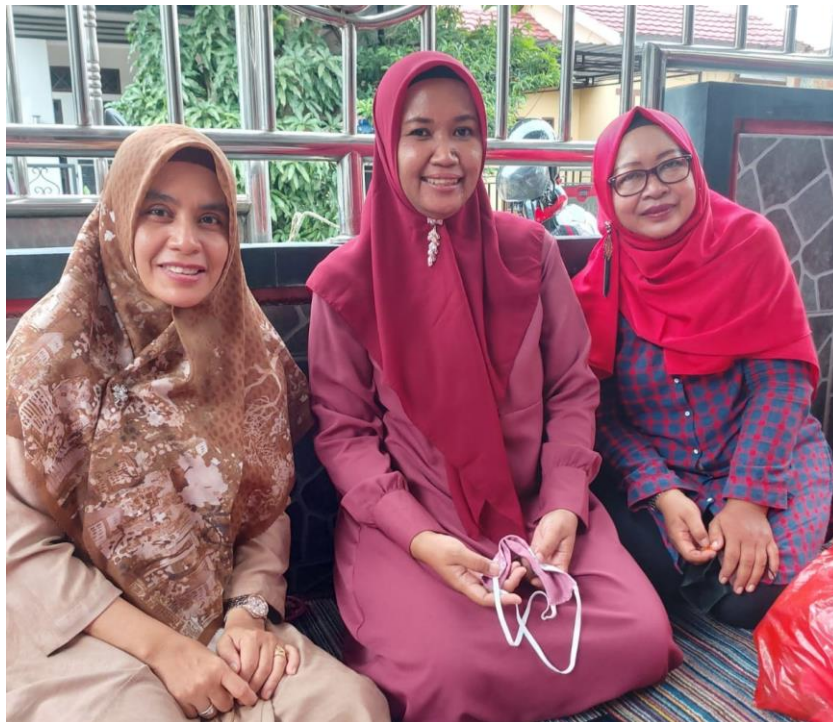


**Focus Group Discussion**



**Focus Group Discussion**





**Focus Group Discussion**



**Focus Group Discussion**



**Pertemuan Rutin Sharing Ilmu Bisnis antar Anggota**



**Koordinasi Program**



**Pelatihan dan Praktik Membuat Kue**



**Mengundang Chef untuk Meningkatkan Wawasan dan Kemampuan**



Kegiatan Amal untuk meningkatkan kepedulian social dan sebagai sarana promosi



Demo Memasak dengan TVRI Kaltim



**Meningkatkan Kreativitas dan Kebersamaan dengan kegiatan Lomba memasak antar anggota**



Bazar Boga Sari



Kue Tradisional Merah Putih dalam Tema HUT Kemerdekaan RI



Usaha Anggota BLC



Usaha Anggota BLC