

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

Peran Pendampingan dalam Pengembangan Usaha (Studi Kasus pada Pendampingan Wirausaha Perempuan)

Trias Setiawati

Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta

Email: trias.setiawati@uii.ac.id

Abstract

The purpose of this study is to describe the mentoring process for business development of selected female entrepreneurs carried out by the Central Leadership of 'Aisyiyah (PPA) through the Economic and Manpower Council (MEK) together with Kopernik. The research method used is a case study method, with the primary sources being 3 women selected for the mentoring program for business development. Supporting sources are 2 mentors who are appointed organizationally. The data collection method is by interviewing the mentors and program participants using voice recordings and writing on WhatsApp, as well as interviews with Zoom, namely selected female business owners who are mentored. Data analysis is done by reducing, displaying, and then making conclusions. Validity test with transferability test. The results of the study show that: 1) business actors feel that there is real mentoring from MEK PPA and Kopernik mentors to strengthen motivation, develop business/enterprise, and dare to innovate products; 2) the method of intensive, structured mentoring for one year with a hybrid model (offline and online) provides clarity on the running and development of women entrepreneurs' businesses, even from across religions. It is recommended that the Aisyiyah Economic Council Leadership have a structured Mentoring Guide (Pattern) to support the SWA (Aisyiyah Entrepreneurship School) movement, which has been running for four years (since the Covid-19 pandemic).

Keywords mentoring, business development, women entrepreneurs.

1. Pendahuluan

Peran wirausaha perempuan di Indonesia pada tahun 2024 semakin signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM), lebih dari 64,5 persen usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia dimiliki dan dijalankan oleh perempuan (Kemenkop UKM, 2023). Angka ini menunjukkan bahwa perempuan berperan penting dalam sektor ekonomi informal dan UMKM, yang merupakan tulang punggung ekonomi nasional, menyumbang sekitar 60 persen dari Produk Domestik Bruto (PDB) negara (BPS, 2023). Namun, meskipun kontribusi mereka besar, wirausaha perempuan masih menghadapi berbagai tantangan signifikan. Salah satu tantangan utama adalah akses yang terbatas terhadap modal. Survei yang dilakukan oleh *International Finance Corporation* (IFC) menunjukkan bahwa 40 persen wirausaha perempuan mengalami kesulitan dalam mendapatkan pembiayaan dari institusi keuangan formal (IFC, 2023). Selain itu, akses perempuan terhadap teknologi dan informasi juga masih menjadi hambatan, di mana hanya sekitar 35 persen perempuan pengusaha yang memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam bisnis mereka (Kominfo, 2024).

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

Tantangan lainnya datang dari budaya dan norma sosial yang masih menganggap perempuan sebagai penanggung jawab utama dalam rumah tangga, yang membatasi waktu dan fleksibilitas mereka untuk fokus pada pengembangan bisnis. Sebuah studi oleh *UN Women* pada tahun 2023 mengungkapkan bahwa perempuan pengusaha di Indonesia rata-rata menghabiskan 4,5 jam per hari untuk pekerjaan domestik, dibandingkan dengan 1,5 jam yang dihabiskan oleh laki-laki (*UN Women*, 2023). Kondisi ini menghambat produktivitas dan pertumbuhan bisnis yang dijalankan perempuan. Untuk mengatasi tantangan ini, pemerintah telah meluncurkan beberapa inisiatif, seperti program pembiayaan khusus bagi wirausaha perempuan melalui Lembaga Pengelola Dana Bergulir (LPDB) dan pelatihan digitalisasi bisnis melalui Kemenkop UKM. Namun, upaya ini perlu ditingkatkan untuk menjangkau lebih banyak perempuan, khususnya di daerah pedesaan (Kemenkop UKM, 2023).

‘Aisyiyah sebagai organisasi perempuan keagamaan dan kemasyarakatan yang berdiri pada tahun 1917 atau seabad lebih telah banyak melakukan berbagai program untuk mewujudkan masyarakat Islam yang berkemajuan di semua bidang kehidupannya. Salah satunya adalah bidang ekonomi dengan Majelis Ekonomi dan Ketenagakerjaan (MEK). Organisasi ini bergerak dari Tingkat Desa hingga nasional dan bahkan internasional, dari Tingkat Pimpinan Ranting hingga Tingkat Pimpinan Pusat ‘Aisyiyah (PPA) bahkan ada cabang-cabang Istimewa di luar negeri seperti di Mesir, Taiwan, dan lain-lain. Gerakan ekonomi ‘Aisyiyah digerakkan dengan disain besar Gerakan Bina Usaha Ekonomi Keluarga ‘Aisyiyah (BUEKA). Gerakan BUEKA oleh MEK PPA dijadikan panduan untuk pelaksanaan programnya di semua tingkatan Pimpinan yakni Program Pengajian Ekonomi ‘Aisyiyah (PEA), Kelompok Usaha BUEKA, Sekolah Wirausaha ‘Aisyiyah (SWA), Klinik Usaha Keluarga ‘Aisyiyah (KUKA), Ikatan Saudagar dan Wirausaha ‘Aisyiyah (ISWARA), Koperasi Aisyiyah, Gerakan Lumbung Hidup ‘Aisyiyah (GLHA), dan Program Khusus para Kelompok Rentan seperti Pekerja Migran Indonesia, kelompok difabel dll.

Dalam pelaksanaan program kerjanya ‘Aisyiyah selalu berkerja sama dengan berbagai pihak seperti pemerintah, Perusahaan negara dan swasta baik dalam dan luar negeri, juga Lembaga-lembaga internasional seperti WHO, UNICEF, Global Fund, Perguruan tinggi dalam dan Luar Negeri, termasuk Kopernik dengan penyandang dana dari JICA Jepang. Penelitian ini dilakukan pada program Pendampingan Kopernik untuk para wirausaha ‘Aisyiyah dan anggota masyarakat yang memerlukan. Para pendamping dari para wirausaha yang terpilih dalam program Kerjasama ini sudah dilakukan selama 3 tahun 2021-2024 sebanyak 24 orang dari 3 angkatan. Program didisain oleh Kopernik namun pelaksanaan program dengan pendampingan peserta oleh pendamping ‘Aisyiyah.

Usia organisasi ‘Aisyiyah memang sudah lebih dari satu abad, namun pelaksanaan program dilakukan secara sukarela oleh para pemimpinnya. Dalam kesukarelaan pelaksanaan program memang belum dapat dilakukan secara professional. Program Kerjasama dengan Kopernik memberikan pengetahuan, ketrampilan dan pengalaman baik bagi para pendamping ‘Aisyiyah maupun peserta program. Kesempatan mendampingi peserta program Kopernik adalah kesempatan belajar bagi para pendamping dan peserta untuk menaikkan kelas usahanya.

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

Hal yang menjadi fokus adalah ingin menggambarkan bagaimana proses pendampingan ibu-ibu 'Aisyiyah pada peserta program pendampingan. Bagaimana pula proses pengembangan usaha dari para peserta dalam meningkatkan motivasi, kemajuan usaha dan inovasi produk ketika masih dalam masa program dan sesudah program selesai.

2. Tinjauan Literatur

Pendampingan (Mentoring). Pendampingan atau mentoring adalah proses di mana seorang yang berpengalaman (mentor) membantu seorang pengusaha baru (mentee) dalam mengembangkan keterampilan bisnis, membuat keputusan, dan menghadapi tantangan bisnis. Menurut Sarasvathy (2022), pendampingan dapat menjadi faktor penentu keberhasilan usaha kecil, karena memberi dukungan yang personal dan relevan terhadap kebutuhan spesifik pengusaha. Fitriani (2022) menemukan bahwa program pendampingan mampu meningkatkan motivasi perempuan pengusaha di sektor usaha kecil melalui pemberian pelatihan intensif dan mentoring. Hal ini berdampak pada peningkatan keberanian mereka untuk berinovasi dan menghadapi tantangan pasar. E-mentoring menurut Kyrgidou dan Petridou (2013) dapat berfungsi sebagai hubungan dinamis dua arah yang dapat menciptakan basis data pembelajaran yang signifikan yang menguntungkan kedua belah pihak. Pengetahuan dan keterampilan para mentee dipengaruhi secara positif, sementara sikap mereka dalam menghadapi ketidakpastian, fleksibilitas, dan inovasi ditemukan sangat dipengaruhi dalam jangka pendek dan panjang. Sementara Huszák dan Oborni (2022) menyatakan bahwa dukungan prioritas memegang peranan penting dalam tahap awal ide kewirausahaan, di mana kepercayaan tercipta melalui keterbukaan, motivasi, dan komitmen. Hasil ini memberikan bukti yang cukup untuk program pendampingan sebagai metode pedagogis yang layak dalam pendidikan kewirausahaan. Fitur-fitur kualitas hubungan e-mentoring seperti karakteristik mentor/mentee, frekuensi kontak, dan layanan e-mentoring dinilai memuaskan oleh mentor dan mentee. Mentee merasa bahwa mereka telah mencapai tujuan pribadi mereka dengan cukup, yang menekankan keberhasilan peran yang diberikan oleh mentor mereka. Mentor memperoleh publisitas dan perluasan koneksi mereka. Pengembangan Usaha. Program pendampingan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan usaha wirausaha yang didampingi. Seperti dari Sari & Rahayu (2023) yang menemukan bahwa usaha mikro yang dikelola perempuan mendapatkan manfaat dari pendampingan dalam hal kemampuan mengelola sumber daya dan pemasaran produk, yang berkontribusi pada pertumbuhan bisnis mereka. Demikian pula temuan dari **Wulandari dan Syamsudin (2023)** dalam penelitian "Dampak Program Pendampingan terhadap Peningkatan Omset Wirausaha Perempuan di Kabupaten Bantul" menunjukkan adanya peningkatan omset signifikan setelah program pendampingan diterapkan selama 6 bulan.

Motivasi dan Kewirausahaan. Teori Motivasi (Motivation Theory). Maslow's Hierarchy of Needs (Maslow, 1954) menyebutkan bahwa kebutuhan akan aktualisasi diri berada pada puncak hierarki, di mana seseorang terdorong untuk mengembangkan potensinya secara penuh. Dalam hal ini, pendampingan usaha dapat membantu wirausaha perempuan mencapai aktualisasi diri dalam usahanya. Motivasi adalah dorongan yang membuat individu bertekad untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam kewirausahaan, motivasi adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi kesuksesan bisnis. Seperti **Teori Kewirausahaan (Entrepreneurship Theory)**,

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

menurut Drucker (1999), kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan peluang usaha baru, merespon perubahan, dan memanfaatkan teknologi serta inovasi. Dalam konteks wirausaha perempuan, kewirausahaan juga dipengaruhi oleh faktor sosial, kultural, dan ekonomi yang spesifik bagi perempuan di Indonesia. Menurut. Juga dengan temuan Handayani (2023) yang menunjukkan bahwa pendampingan berperan penting dalam memperkuat mentalitas bisnis dan meningkatkan keberanian perempuan wirausaha untuk memperluas usaha mereka.

Inovasi Produk dalam UMKM. Inovasi produk adalah proses menciptakan atau memperbarui produk dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang dinamis. Schumpeter (2023) berpendapat bahwa inovasi adalah inti dari kewirausahaan, dan perempuan wirausaha yang terlibat dalam UMKM perlu terus berinovasi untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Wijayanti (2022) menemukan bahwa program mentoring yang berfokus pada inovasi produk berhasil meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan oleh pengusaha perempuan. Sebagaimana temuan dari **Rachman (2022)** dalam penelitian "Pengaruh Pendampingan Usaha terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM di Kota Malang," studi ini menunjukkan bahwa pendampingan yang terstruktur dapat meningkatkan keberlanjutan bisnis melalui peningkatan motivasi dan inovasi produk.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Kasus diambil dari para wirausaha yang terpilih dalam program MEK PPA yang bekerjasama dengan Kopernik. Narasumber dalam penelitian ini adalah 3 narasumber peserta program dan 2 narasumber pendamping. Adapun narasumber pendamping dalam penelitian adalah pendamping yang ditugaskan oleh MEK PPA, juga peserta program (Ibu Esti, Ibu Ayu, Ibu Firly) pendampingan. Metode penelitian dengan wawancara terstruktur melalui panduan pertanyaan yang dikirim melalui whatsapp dan dijawab dengan voicenote yang dikirim melalui Whatsapp, dengan tulisan via Whatsapp dan juga zoom meeting. Adapun instrument penelitian untuk panduan wawancara pendamping adalah berkaitan dengan peran pendampingan ibu-ibu MEK PPA, yakni: 1. Ketika program Kopernik; 2. Sesudah program Kopernik selesai; 3. Harapan terhadap para peserta; dan 4. Evaluasi terhadap para peserta. Bagaimana perkembangan Usaha para peserta: 5. sebelum pendampingan; 6. setelah pendampingan; 7. Motivasi Usaha pasca pendampingan; 8. Inovasi Usaha pasca pendampingan. Sementara untuk panduan wawancara peserta berkaitan dengan dengan peran pendampingan ibu-ibu MEK PPA, yakni: 1. Ketika program Kopernik; 2. Sesudah program Kopernik selesai; 3. Harapan terhadap para pendamping; dan 4. Evaluasi terhadap para pendamping. Bagaimana perkembangan Usaha para peserta: 5. sebelum pendampingan; 6. setelah pendampingan; 7. Motivasi Usaha pasca pendampingan; 8. Inovasi Usaha pasca pendampingan. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui proses transkrip, reduksi, *display* dan *conclusion*. Keabsahan Data. Uji keabsahan data pada penelitian ini menggunakan uji kredibilitas & uji *transferability*. Uji kredibilitas menggunakan triangulasi sumber, triangulasi teknik, triangulasi waktu dengan adanya data yang diperoleh dari narasumber utama yang diperkuat dengan *member check* yang didapatkan dari narasumber pendukung yang memiliki validasi data dengan narasumber utama. Dalam melakukan uji

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

transferability peneliti memperoleh hasil rekaman voice note, percakapan *via whatsapp*, yang kemudian diterjemahkan dalam bentuk transkrip wawancara secara rinci, kemudian peneliti mereduksi data dan memecah menyesuaikan hasil penelitian untuk memperoleh data yang lebih mendalam hingga reduksi dan data telah siap untuk diolah Uji *transferability* merancang sub rumusan masalah yang kemudian dijadikan sebagai pedoman wawancara dilanjutkan dengan observasi awal. Kemudian melakukan wawancara & dokumentasi untuk mendapatkan informasi dan data berupa data *display & data reduction*.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Latar Belakang Wirausaha Perempuan.

Peserta program yang menjadi narasumber dalam penelitian terdiri dari angkatan 2 dan 3 saja. Angkatan 1 belum sempat diolah datanya. Ibu Ayu Swastika (IAS). IAS, angkatan 3, adalah perempuan muda dari Bantul yang belum pernah bekerja pada orang lain, banyak bergerak di bidang usaha kuliner, diantaranya tahu petis yang kemudian dalam program pendampingan ini justru ketemu produk keberuntungannya yaitu tahu petis ki Demang. Sempat ragu karena penyelenggaranya Aisyiyah padahal dirinya beragama lain. Produk Utamanya adalah Petis dengan merek Ki Demang, meski sekarang sudah juga membuat kemasan tahu frozen. Produknya IES setelah mengikuti pendampingan seperti tertera di Gambar 1.

Gambar 3. Produk Ibu IAS (Sumber: Foto Dokumen Pribadi IAS, 2024)



Ibu Firly (IFI). IFI, Angkatan 3, adalah perempuan muda alumni Institut Seni yang dulu bekerja di Event Organizer dan bermain musik. Namun setelah mengikuti program pendampingan menjadi semangat mengembangkan usahanya membuat kue-kue dan banyak melakukan inovasi di produknya.

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

Gambar 2. Produk dari Ibu IFI (Sumber: Dokumen Foto Pribadi IFI 2024)



Ibu Esti (IES). IES, Angkatan 2, perempuan sudah matang dan bekerja sebagai ASN dan ingin belajar ecoprint namun kemudian menjadi usaha yang memberi penghasilan tambahan. Produk dari ecoprint dengan Merek AAL seperti di Gambar 3 berikut ini.

Gambar 3. Produk dari Ibu IES (Sumber: Dokumen Foto Pribadi IES 2024)



4.2 Profil Pendamping 'Aisyiyah

Ibu Sri Wahyuni (ISW). ISW menjadi pendamping di angkatan kedua, aktif di MEK PDA Sleman dan MEK PWA DIY dan kemudian menjadi pendamping untuk 2 angkatan. Merasakan pengalaman menjadi pendamping yang sangat terinspirasi dengan program Kopernik, yang terencana dengan sangat baik.

Ibu Suharti (ISU). Menjadi pendamping di angkatan ketiga menggantikan salah satu pendamping yang lagi mengerjakan ibadah haji, ketua MEK PDA Sleman dan sekarang menjadi Ketua PDA Sleman yang membidangi MEK.

4.3 Program Pendampingan

Pelaku usaha merasakan pendampingan nyata dari pendamping MEK PPA dan Kopernik untuk menguatkan motivasi, mengembangkan bisnis/usaha, dan berani melakukan inovasi produk. IAS menuturkan bagaimana program pendampingan 'Aisyiyah dalam program Kopernik seperti berikut ini: "Pembinaan Aisyiyah dan Kopernik selama satu tahun. selama itu kami benar-benar dibina dari nol. Dari tidak tahu apa-apa menjadi tahu apa-apa. Jadi mendapatkan ilmu yang luar biasa. Mulai dari keuangan, branding produk, bagaimana menjaga kualitas produk, tujuan wirausaha/swasta itu apa, sampai visi misi, profil usaha, sampai laporan

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

keuangan, branding untuk iklan-iklannya bagaimana jualan online, dengan maraknya pandemi jualan melalui IG, tiktok, memaksimalkan facebook, wa bisnis, itu semua yang semula tidak tahu menjadi tahu semua. Kami angkatan ketiga itu ber-12, diberikan pendampingan. Latar belakang peserta angkatan tiga itu beragam. Ada yang berusia menjelang senja, ada yang tengah-tengah, ada yang masih muda kuat belum berkeluarga, artinya komplit. Kami berdua belas (12 orang) benar-benar dibina menjadi pengusaha aisyiah yang luar biasa. Begitu selesai satu tahun program, kami benar-benar bisa mandiri. Tahu oo... tiktok itu seperti ini. Bagaimana jualan via IG. Bagaimana berjualan via fb. WA bisnis. Itu benar-benar kita diajari.” (Wawancara zoom IAS, Senin 7 Oktober 2022 jam 16.00 WIB)

Cara pendampingan intensif terstruktur selama satu tahun dengan model hybrid (luring dan daring) memberikan kejelasan tentang berjalan dan berkembangnya usaha pengusaha perempuan bahkan dari lintas agama. Pertama: Pendampingan Pengusaha ‘Aisyiyah Beragama Islam (IFI) yakni “...Memiliki dua fase pengusaha muda IFI merintis usaha yakni di fase pertama, usaha di Yogya (saat belum menikah) dan fase kedua, usaha di Purworejo (ikut suami, setelah menikah). (Wawancara dengan jawaban di Voicenote WA dengan IFI, Senin 7 Oktober 2024, Jam 21.00 WIB)

Kedua: Pendampingan Pengusaha dari Pengusaha Perempuan Nonmuslim (IAS),

“Sebelum bergabung dengan Aisyiyah Kopernik omset kami dulu keseluruhan itu lima juta. Enam juta. Tapi kini sekarang sudah menginjak 20 juta Perbulan bunda.” (Wawancara zoom IAS, Senin 7 Oktober 2022 jam 16.00 WIB)

Jelas terlihat nyata hasil program pendampingan yang dilakukan oleh ibu-ibu ‘Aisyiyah. Penguatan motivasi

4.4 Motivasi meningkat dahsyat

Salah satu peserta yakni IAS yang didampingi oleh ISW, merasakan peningkatan motivasi yang luar biasa setelah mengikuti program pendampingan seperti yang dituturkan berikut: “Pandemi covid ini dampaknya luar biasa bagi kami. usaha kami tidak jalan lah. Pertanian peternakan kami tidak jalan di mana ternak ini tutup itu tutup akhirnya kami terabgjab sama bu nikmah dan mas aldi bahwa basic kami kuliner. Tahun 1996 kami sudah usaha kuliner cleopatra burger. Sampai tahun 2002. Tahun 2002 sampai 2008 sy bantu suami usaha peternakan. Tapi jiwa kuliner itu terpanggil lagi. Dari situ kami mulai kuliner lagi sampai sekarang. Kami sempat membuka warung makan di Jogja paradise di beberapa titik. Yaitu jalan magelang, jl timoho, jl diponegoro. Tapi akhirnya tutup semua. Tahun 2016 kami online di mana kami berjualan by order melalui teman-teman ...saya punya jualan snack, jualan makanan ini itu semua saya jalani. Tapi begitu pandemi semua stop. Tak ada pemasukan sama sekali. Tapi kami punya data teman-teman kami. Dari situ kami tambah (yang dari 2016 online) jadi banyak.” (Wawancara zoom IAS, Senin 7 Oktober 2022 jam 16.00 WIB)

Hal yang sama juga dirasakan IFI setelah program Pendampingan selesai, seperti penuturannya berikut ini: “Di luar itu IFI ingin sampaikan bahwa ada rencana untuk membuat outlet di luar yogya, karena pada waktu itu IFI belum nikah terus buat outlet di yogya. Kemudian terus ikut

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

suami k purworejo terus ada hambatan waktu tidak sesuai yang diinginkan IFI, terus diusahakan untuk tetap membuat outlet di sini (?) tapi mungkin dari segi waktu IFI harus butuh lebih banyak waktu untuk/karena dari segi pasar harus banyak mencari pasar baru di sini (?) sedang mende-sain bagaimana supaya dapat customer di purworejo gitu bu. Jadi firly ada sedikit kendala yang tidak mematahkan semangat untuk mengembangkan usaha ini tapi membutuhkan waktu yang sedikit lebih lama dari yang direncanakan.” (Wawancara dengan jawaban di Voicenote WA dengan IFI, Senin 7 Oktober 2024, Jam 21.00 WIB)

4.5 Pengembangan Bisnis/Usaha

IFI merasakan pengembangan usahanya seperti yang ia tuturkan: “Sesudah program kopernik selesai, karena IFI itu angkatan kedua, itu salah satu pendampingnya itu ada ISW, dari MEK PWA yang sekaligus ketua MEK PDA Sleman. Jadi IFI dan dua teman lain (dari angkatan 2) dilibatkan langsung dalam kepengurusan MEK PDA Sleman. Karena dianggap bisa menyalurkan masalah pendampingan yang sudah disampaikan. Selain itu kami juga beberapa kali diberi kesempatan untuk mengikuti bazar UMKM yang diadakan oleh aisiyya. Jadi kami mendapatkan tempat/waktu untuk acara-acara bazar tertentu. Selain itu, kami oleh Ibu Nikmah, produknya dibeli untuk kepentingan yang kaitannya dengan MEK PPA salah satu produk kami (saya) itu dilibatkan/ diikutkan juga.” (Wawancara dengan jawaban di Voicenote WA dengan IFI, Senin 7 Oktober 2024, Jam 21.00 WIB)

4.6 Inovasi Produk

IFI merasakan lebih berani untuk melakukan inovasi pada produk kuenya, seperti penuturan berikut, pengusaha ayu): “Inovasi usaha pasca pendampingan itu kalau saya (1) berani membuat varian rasa yang lebih enak. Jadi saat ini ada 12 varian rasa. Tadinya tidak segitu. Terus untuk eksplor varian rasanya. Dan basic yang sama itu perlu dikembangkan lagi. Abis itu inovasi ada di ukuran kemasan (size). Saya bikin kemasan yang lebih variatif lagi. Jadi ada unsur kecil-kecil tapi variannya beda-beda. Ada juga yang ukuran gede, jadi berasa lebih puas. Jadi kami didampingin untuk membuat inovasi usaha yang dapat disenangai oleh konsumen / customer.”

(Wawancara dengan jawaban di Voicenote WA dengan IFI, Senin 7 Oktober 2024, Jam 21.00 WIB)

Hal yang sama dirasakan oleh IAS ketika akhirnya menemukan produk unggulan dan kemudian membuat berbagai variannya seperti yang disampaikan berikut ini: “Dari banyak produk camilan, snack, Bu Nikmah sama Mas Aldi itu mengambil petisnya. Kami jualan tahu petis. Tapi tidak jualan petis. Bu Nikmah aisiyyah mengatakan, kami mau mengangkat petisnya. Mas saya tidak jualan petis. Ya. Dari situ saya mengangkat petisnya. Akhirnya kita setuju, wawancara kedua di kantor ‘Aisiyyah. Di sana kita ketemu dan atur segala sesuatunya dengan kopernik. Akhirnya kita cerita latar belakang semuanya, akhirnya disepakati angkat petisnya. Kita lolos, dibina Kopernik dan ‘Aisiyyah.” (Wawancara zoom IAS, Senin 7 Oktober 2022 jam 16.00 WIB)

Pendampingan memberikan dampak yang nyata pada para peserta program pada tiga program

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

strategis yakni pada peningkatan motivasi usaha, pengembangan usaha dan Inovasi Produk. Hal tersebut seperti dirinci dalam hasil berikut:

4.7 Peningkatan Motivasi Usaha

Peserta program menggambarkan apa yang didapatkan dari program pendampingan yang diikuti. Dari data primer yang diolah ditemukan hal-hal sebagai berikut: (1) Membangkitkan motivasi sebagai pengusaha perempuan; (2) Menutup mimpi buruk usaha seret saat pandemic; (3) Kami bisa meskipun berbeda keyakinan/ agama; (4) Kuliner bidang usaha menjanjikan, asal detail produk ada/terpenuhi; (5) Usaha berpemasaran platform digital itu muda, prospektif, dan menguntungkan

Temuan di atas seperti yang dinyatakan oleh Sarasvathy (2022) bahwa pendampingan menjadi faktor penentu keberhasilan usaha kecil dengan dukungan personal dan kebutuhan spesifik pengusaha. Sejalan dengan Fitriani (2022) program pendampingan mampu meningkatkan motivasi perempuan pengusaha di sektor usaha kecil melalui pemberian pelatihan intensif dan mentoring.

Mentoring atau pendampingan juga seperti E-mentoring yang dinyatakan oleh Kyrgidou dan Petridou (2013) dapat berfungsi sebagai hubungan dinamis dua arah yang dapat menciptakan basis data pembelajaran yang signifikan yang menguntungkan kedua belah pihak. Pengetahuan dan keterampilan para mentee dipengaruhi secara positif, sementara sikap mereka dalam menghadapi ketidakpastian, fleksibilitas, dan inovasi ditemukan sangat dipengaruhi dalam jangka pendek dan panjang

4.8 Pengembangan Usaha

Pendamping dan peserta program menggambarkan apa yang diberikan dan didapatkan dari program pendampingan yang diikuti dan yang dikerjakan. Dari data primer yang diolah ditemukan hal-hal sebagai berikut: (1) Bisnis perempuan sangat beragam; (2) Rantai masalah usaha perempuan ada di motivasi, pengembangan bisnis, inovasi produk; (3) Meyakinkan bisnis perempuan dapat dibuat/dikerjakan di mana saja; (4) Pendampingan terstruktur (satu tahun) lebih menjamin keberhasilan usaha perempuan; (5) Networking/berjejaring saat produksi dan pemasaran kunci pengembangan bisnis perempuan.

Pendamping ISW menyatakan bahwa setelah program para peserta program mengalami peningkatan yang luar biasa dan dinyatakan sebagai berikut: “.....memberikan rasa kepuasan kepada mereka, dan juga kepada kami sebagaip pendamping. dimana mereka yang tadinya masih gagap IT marketing ternyata kini mereka telah terampil dan menjadi narasumber-narasumber di tempat umkm lainnya. Baik di aisiyiah maupun non aisiyiah.” (Wawancara dengan jawaban di Voicenote WA dengan ISW, Senin 7 Oktober 2024, Jam 17.00 WIB)

Temuan di atas sama dengan yang disampaikan oleh Sari & Rahayu (2023) yang menyatakan bahwa usaha mikro yang dikelola perempuan mendapatkan manfaat dari pendampingan dalam hal kemampuan mengelola sumber daya dan pemasaran produk, yang berkontribusi pada pertumbuhan bisnis mereka.

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

4.9 Inovasi Produk

Pendamping dan peserta program menggambarkan apa yang diberikan dan didapatkan dari program pendampingan yang diikuti dan yang dikerjakan. Dari data primer yang diolah ditemukan hal-hal sebagai berikut: (1) Satu produk beragam inovasi/ diversifikasi, (2) Satu produk dikembangkan bisa 3 sampai 5 varian; (3) Kemasan sebagai daya tarik usaha; (4) PIRT dan sertifikasi halal wajib untuk menjamin produk terjual; (5) Pemasaran platform digital IG, tiktok, WA bisnis melipatgandakan jumlah calon dan jumlah produk terjual.

Pengalaman para peserta dan pendamping di atas menguatkan temuan Wijayanti (2022) bahwa program mentoring yang berfokus pada inovasi produk berhasil meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan oleh pengusaha perempuan. Hal tersebut dinyatakan oleh IFI maupun IAS dan pendampingnya ISW bahwa varian rasa, kemasan, perijinan, digital marketing akan meningkatkan produk yang terjual.

Secara khusus ISW menyatakan harapannya kepada peserta program pendampingan sebagai berikut: “....Harapannya tentu mereka akan terus berusaha meningkatkan kemampuan diri kapasitas diri untuk bisa mengejar perkembangan yang ada di sekitar mereka. Sehingga mereka tidak hanya puas dengan pendampingan yang ada tapi selalu menambah lagi ilmunya supaya tidak ketinggalan kereta. Kereta yang sangat cepat ini. Apalagi di era disruptif saat ini di mana perkembangan teknologi begitu cepat sehingga kalau tidak terus mengikuti itu, mereka tentu akan ketinggalan. Karena itu sangat berpengaruh terhadap misalnya, metode pemasaran. Sehingga dengan cara mereka terus mengikuti zaman terkait teknologi khususnya yang berdampak langsung terhadap dunia bisnis itu mereka insya Allah tidak akan ketinggalan. Dan saya kira ilmu dasar yang mereka peroleh selama dalam pendampingan selama satu tahun itu sudah cukup untuk mereka melompat lebih tinggi dengan kemampuan yang mereka miliki. Kemudian evaluasi terhadap hal yang berikutnya.” (Wawancara dengan jawaban di Voicenote WA dengan ISW, Senin 7 Oktober 2024, Jam 17.00 WIB)

Harapan berikutnya adalah dari ISU kepada para peserta: “Bisa meningkatkan penghasilan mereka dan mata pencaharian. Bisa meningkatkan ketrampilan penjualan online dan dapat meningkatkan daya saing di pasar digital.” (Wawancara dengan jawaban di Voicenote WA dengan ISU, Senin 7 Oktober 2024, Jam 17.00 WIB).

Para pendamping masih memiliki ikatan emosional dengan para peserta program pendampingan bahkan mengajak masuk ke dalam lingkaran organisasi dan berbagai aktifitas agar ada proses berbagi kepada mereka yang tidak ikut program dan merasakan manfaatnya. Dari beberapa temuan dan pernyataan pendamping di atas dapat dijelaskan bahwa penelitian pada program pendampingan ini menemukan kembali praktek teori dari Drucker (1999) yang menyatakan bahwa kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan peluang usaha baru, merespon perubahan, dan memanfaatkan teknologi serta inovasi. Sebagaimana pernyataan Deci dan Ryan (2023) bahwa motivasi intrinsik dan ekstrinsik keduanya memainkan peran penting dalam perkembangan usaha yang dimiliki perempuan. Jadi motivasi intrinsik dan ekstrinsik mendorong para peserta program untuk makin tinggi motivasinya.

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

Para peserta yang didampingi menyatakan bahwa mereka mendapatkan dorongan kuat dari para pendampingnya. Juga dorongan dari sesama peserta di setiap angkatan mereka maupun angkatan sebelum/sesudahnya. Juga dari organisasi 'Aisyiyah' dan para pimpinan yang melibatkan mereka pada berbagai aktifitas yang dapat meningkatkan peran alumni di masyarakat maupun untuk selalu diberi kesempatan mengembangkan usahanya baik lewat aktifitas usaha, peluang pemasaran, peluang kerjasama sehingga jaringan bertambah luas. Peserta menyatakan bahwa program pendampingan telah membantu mereka "Menemukan jati diri, motivasi diri setelah belajar bersama untuk bergerak maju agar makin sukses di masa depan dalam lingkungan keluarga 'Aisyiyah' dan masyarakat secara lebih luas."

5. Kesimpulan

Penelitian ini menemukan kesimpulan sebagai berikut: (1) Para peserta setelah selesai program sampai menyatakan bahwa mereka telah: "Menemukan jati diri, motivasi diri setelah belajar bersama untuk bergerak maju agar makin sukses di masa depan dalam lingkungan keluarga 'Aisyiyah' dan masyarakat secara lebih luas." (2) Tiga bidang yang strategis untuk dikembangkan dalam usaha khususnya pengusaha/usaha kaum perempuan adalah motivasi usaha, pengembangan bisnis untuk memperkuat dan mengembangkan usaha, dan inovasi produk agar usaha tetap memiliki kebaruan/ada sesuatu yang baru. (3) Model pendampingan terstruktur selama satu tahun, dengan model komunikasi bervariasi klasikal, pembinaan dengan tatap muka langsung, dan koordinasi rutin bulanan sekali melalui *zoom meeting (online)* menjadikan usaha tetap berjalan sebagaimana mestinya; berada di rel yang benar, dan memastikan bahwa usaha berjalan dan berkembang baik. (4) Pendampingan pengusaha dari keyakinan/agama berbeda tidak mengurangi semangat untuk berbagi dan mengembangkan usaha; karena sesungguhnya Aisyiyah (dan Kopernik) mementingkan usaha perempuan berkembang dengan semangat *rahmatan lil alamin* (menebar manfaat untuk sesama manusia).

Direkomendasikan agar Pimpinan Aisyiyah (PPA) melalui Majelis Ekonomi dan Ketenagakerjaan (MEK) memiliki panduan (Pola) Pendampingan yang distrukturkan untuk mendukung Gerakan Bina Usaha Ekonomi Keluarga 'Aisyiyah' (BUEKA) yang terkait dengan program SWA (Sekolah Wirausaha Aisyiyah) yang makin intensif sejak empat tahun 2000 (sejak pandemi *Covid-19*) dan Program Klinik Usaha Keluarga 'Aisyiyah' (KUKA)

Referensi

- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik Indonesia 2023*. Jakarta: BPS Indonesia
- Darmawan, I. (2006) "Pembangunan Manusia Sebagai Sarana Pemberdayaan Masyarakat Miskin". *Jurnal Economia*, 2(1), 1-11.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2023). *Motivasi dalam Kewirausahaan*. Surabaya: Pustaka Bisnis.
- Drucker, P. (1999). *Innovation and Entrepreneurship*. Harper Collins.
- Ebel, R.L. & Frisbie, D.A. (1991) *Essential Of Educational Measurement (5th Edition)*. New Delhi: Prentice-Hall, Inc.
- Fitriani, A. (2022). Pengaruh Pendampingan terhadap Inovasi Produk Usaha Kecil. *Jurnal Pengembangan Ekonomi*, 12(1), 45-56.
- Huszák, Loretta, Katalin Oborni. (2022). "Entrepreneurship Mentoring for Women at Universities".

Seminar Nasional FMI 2024 Manado

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 2
5-7 November 2024

- Információs Társadalom XXII, no. 4: 31–48. <https://dx.doi.org/10.22503/inftars.XXII.2022.4.3>
- International Finance Corporation. (2023). *Women Entrepreneurs in Indonesia: Challenges and Opportunities*. Washington, D.C.: IFC.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2024). *Laporan Tahunan 2024: Transformasi Digital untuk UMKM*. Jakarta: Kementerian Kominfo.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. (2023). *Peran UMKM dalam Perekonomian Nasional*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Krugman, P.R. (2012) *International Economics: Theory & Policy (9th Edition)*. Boston: Addison-Wesley.
- Kyrgidou, L., & Petridou, E. (2013). Developing Women Entrepreneurs' Knowledge, Skills and Attitudes through E-mentoring Support. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20, 548-566. <https://doi.org/10.1108/JSBED-04-2013-0061>.
- Maslow, A.H. (1954). *Motivation and Personality*. Harper & Row.
- Petridou, E. (2009), E-mentoring Women Entrepreneurs: Discussing Participants' Reactions", *Gender in Management*, Vol. 24 No. 7, pp. 523-542. <https://doi.org/10.1108/17542410910991809>
- Rachman, A. (2022). Pengaruh Pendampingan Usaha terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM di Kota Malang. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(2), 113-125.
- Sarasvathy, S. (2022). *Pendampingan dalam Kewirausahaan*. Jakarta: Penerbit Usaha Mandiri.
- Sari, D., & Rahayu, T. (2023). Pendampingan Usaha Perempuan dan Dampaknya Terhadap Motivasi. *Jurnal Kewirausahaan Perempuan*, 15(2), 67-80
- Schumpeter, J. (2023). *Inovasi dan Kewirausahaan*. Bandung: Pustaka Ekonomi Kreatif.
- Sumarno (2012) "Implementasi Kebijakan Desentralisasi Pendidikan Dasar". *Laporan Penelitian*. Yogyakarta: LPPM UNY.
- UN Women. (2023). *Gender Equality and Women's Empowerment in Indonesia*. New York: UN Women.
- White, H. (2007) *Problem-Based Learning in Introductory Science Across Disciplines*. Diakses dari <http://www.udel.edu/chem/white/finalrpt.html> pada tanggal 6 Januari 2011.
- Wulandari, S., & Syamsudin, H. (2023). Dampak Program Pendampingan terhadap Peningkatan Omset Wirausaha Perempuan di Kabupaten Bantul. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 17(3), 89-100. 6-40.
- Yelle, L.E. (1980) "Industrial Life Cycles and Learning Curves: Marketing and Production Interaction". *Industrial Marketing Management*, 9(4), 311-318.
- Yulia, R. (2022). Mentoring dalam Pengembangan UMKM Milik Perempuan. *Jurnal Ekonomi Mikro*, 10(4), 33-45.

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)