

**ANALISIS PEMBERDAYAAN EKONOMI KAUM PEREMPUAN
OLEH RUMAH KAWAN BUNDA MEDAN**

SKRIPSI

Oleh:

ANDRE M. ABDILLAH

NIM. 0501163213



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**

**ANALISIS PEMBERDAYAAN EKONOMI KAUM PEREMPUAN
OLEH RUMAH KAWAN BUNDA MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Oleh:

ANDRE M. ABDILLAH

NIM. 0501163213



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**

SURAT PERTANYAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Andre M. Abdillah
Nim. : 0501163213
Tempat/tgl. Lahir : Medan, 22 Juli 1996
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl. Tangguk Bongkar I No 13 B

menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi Yang berjudul **“ANALISIS PEMBERDAYAAN EKONOMI KAUM PEREMPUAN OLEH RUMAH KAWAN BUNDA MEDAN”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pertanyaan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 24 Juli 2020

Yang membuat pertanyaan



Andre M. Abdillah

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul :

**ANALISIS PEMBERDAYAAN EKONOMI KAUM PEREMPUAN
OLEH RUMAH KAWAN BUNDA MEDAN**

Oleh :


Andre M. Abdillah

Nim : 0501163213

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (SE) Pada Program Studi Ekonomi Islam

Medan, Juli 2020 (Aamiin YaAllah)

Pembimbing I



Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag
NIP. 197604232003121002

Pembimbing II



Tri Inda Fadhila Rahma, M.E.I
NIP. 199101292015032008

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Islam



Dr. Marliyah, M.Ag
NIP. 197601262003122003

LEMBAR PENGESAHAN


Skripsi berjudul "ANALISIS PEMBERDAYAAN EKONOMI KAUM PEREMPUAN OLEH RUMAH KAWAN BUNDA MEDAN" an. Andre M. Abdillah, NIM. 0501163213 Prodi Ekonomi Islam telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan pada tanggal 29 Juli 2020. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E) pada Prodi Ekonomi Islam.

Medan, 10 Agustus 2020
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Prodi Ekonomi Islam UIN-SU

Ketua,



Dr. Marlyyah, MA
NIDN. 2026017602

Sekretaris,



Imsar, M.S
NIDN. 2003038701

Anggota

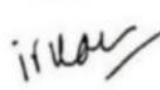
Pembimbing I


Dr. Muhammad Yafiz, MA
NIDN. 2023047602

Pembimbing II



Tri Inda Fadhila Rahma, M.E.I
NIDN. 2029019101

Penguji I

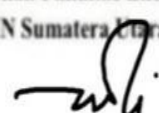

Mhd. Irwan Padli Nasution, ST, MM, M.Kom
NIDN. 2013027501

Digitally signed by M. Irwan Padli Nasution
DN: cn=M. Irwan Padli Nasution, o=M. Irwan
Padli Nasution, c=Indonesia, 1-0
e=irwan@75@gmail.com
Reason: I am the author of this document
Location: Medan
Date: 2020.08.12 14:50:07+08

Penguji II


Rahmi Svahriza, S.Thl, MA
NIDN. 2003018501

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sumatera Utara Medan


Dr. Andri Soemitra, M.Ag
NIDN. 2007057602

ABSTRAK

Andre M. Abdillah, NIM 0501163213, “Analisis Pemberdayaan Ekonomi Kaum Perempuan Oleh Rumah Kawan Bunda Medan”. Di bawah bimbingan pembimbing I Bapak Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag dan Pembimbing II Ibu Tri Inda Fadhilah Rahma, M.E.I

Rumah Kawan Bunda adalah wadah bagi perempuan untuk meningkatkan keterampilannya dalam kegiatan dan program – program yang dapat menghasilkan pendapatan sehingga bisa membantu perekonomian keluarga, dikarenakan masih banyak perempuan yang belum diberdayakan dalam program – program yang mendukung keseharian mereka terutama dalam ekonomi. Di Sumatera Utara pun kini sudah banyak terdapat para pelaku usaha wanita. Mereka berjualan aneka kebutuhan mulai dari makanan, kelengkapan kantor, pakaian, dan lain-lain. Melihat prospek wirausaha wanita yang terus bergerak di bidang industri rumahan maka dirasa perlu membekali mereka dengan ilmu berbisnis ketika mereka mampu menguasai keterampilan bisnis, maka perekonomian keluarga pun akan meningkat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis program pemberdayaan ekonomi perempuan Rumah Kawan Bunda dan hasil program Pemberdayaan Rumah Kawan Bunda terhadap Peningkatan Ekonomi kaum perempuan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara, dengan informan sebanyak 20 orang pendiri dan anggota Rumah Kawan Bunda. Untuk menganalisa data penulis menggunakan analisis reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data yang telah dikumpulkan oleh peneliti. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Bentuk program pemberdayaan ekonomi perempuan Rumah Kawan Bundadikelola dengan memberikan delapan fasilitas pendampingan dengan harga mengikuti pelatihan seharga Rp 5.000,00-Rp 10.000,00 per hari. Dengan pelatihan yang ada member merasakan banyak manfaat terutama dalam upaya memanfaatkan waktu dan peluang untuk menghasilkan incoma tambahan bagi keluarga. Hasil program Pemberdayaan Rumah Kawan Bunda terhadap Peningkatan ekonomi kaum perempuan pada dasarnya mampu meningkatkan dalam aspek finansial dan pertambahan jumlah pelanggan. Hal ini tidak terlepas dari delapan fasilitas yang merupakan strategi utama bagaimana memberdayakan perempuan agar memiliki usaha tambahan. Selain itu perhatian terhadap lima aspek pemerataan pemberdayaan perempuan turut menambah kepercayaan member pada rumah kawan bunda.

Kata Kunci : Pemberdayaan, Kaum Perempuan, Program.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji beserta syukur penulis ucapkan kepada Allah Subhanallahu Wa Ta'ala yang telah memberikan Rahmat Hidayah dan Karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Serta tidak lupa pula shalawat beserta salam penulis sanjungkan dan hadiahkan kepada junjungan alam kita Nabi besar Muhammad Shalallahu Alaihi Wassalam, yang mana berkat perjuangan beliau menyampaikan dan menyebarkan ajaran Agama Islam kepada seluruh umat manusia sebagai ajaran Rahmatallil'alamin. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Adapun judul skripsi ini adalah: Analisis Pemberdayaan Ekonomi Kaum Perempuan Oleh Rumah Kawan Bunda Medan. Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan banyak do'a, semangat, dan bantuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk yang istimewa orang tua penulis, Ayahanda tercinta Massaeran, dan Ibunda tercinta Sri Rahayu, serta Adik – Adik tercinta Arief Pambudi Abdillah, Imas Ayu Salamah, dan Putri Aulia Rahmah. juga seluruh keluarga yang senantiasa memberikan do'a, semangat, nasihat, bantuan baik berupa moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas-tugas di perkuliahan dan dapat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Selain itu, dalam menyelesaikan skripsi ini penulis juga banyak mendapatkan bantuan bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan ketulusan penulis turut mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini, kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Saidurrahman, MA. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
2. Bapak Dr. Andri Soemitra, MA. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

3. Ibu Dr. Marliyah, MA. Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
4. Ibu Neila Susanti, M.S. Selaku Pembimbing Akademik saya
5. Bapak Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag selaku Pembimbing Skripsi I dan Ibu Tri Inda Fadhilah Rahma, M.E.I. Selaku Pembimbing Skripsi II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan sebagaimana yang diharapkan.
6. Seluruh staf pengajar dan pegawai di lingkungan Jurusan Ekonomi Islam UIN Sumatera Utara atas segala didikan dan bantuannya selama masa perkuliahan.
7. Keluarga saya tercinta yang selalu mendoakan, membantu, dan memotivasi (Ayah dan Ibu, serta adik - adik)
8. Ustad saya, Ustad Junaidi, M.M. dan Dewan Nazir Wakaf serta teman – teman seperjuangan di Pondok Pesantren Mawaridussalam yang banyak mendoakan dan memotivasi saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman – teman saya (Sofian Hidayat, Ridho Alfarizi, M. Hanafi, Zulkifly Ismail, Deni Karo – Karo, Fajar Kaloko, Fathan Aziz) yang telah mendukung, mendo'akan, serta memberi semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Kepada Mbak Sry lestari yang telah banyak membantu saya dalam penyelesaian skripsi ini dan juga Siti Fadhilla Rahmi yang selalu mendoakan dan memotivasi saya.
11. Seluruh teman - teman seperjuangan Ekonomi Islam-D dan Alumni ke 4 Mawaridussalam Savior Generation.

Terimakasih atas kebaikan dan keikhlasan yang telah diberikan. Semoga kebaikan yang telah kalian berikan dibalas oleh Allah Subhanallahu WaTa'ala. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak memiliki kekurangan, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Akhir kata saya mengucapkan sekian dan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, Juli 2020

Andre M. Abdillah

Nim. 0501163213

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN TEORITIS	
A. Model Pemberdayaan Masyarakat	8
B. Pemberdayaan Perempuan	11
C. Tahap, Metode, dan Unsur Penting	13
D. Program Pemberdayaan Ekonomi Perempuan di RKB	16
E. Penelitian Terdahulu	25
F. Kerangka Teoritis.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Metode Penelitian.....	33
B. Lokasi Penelitian.....	33
C. Informan.....	33
D. Teknik Pengumpulan Data.....	34
E. Teknik Analisa Data.....	36
F. Pengujian Kredibilitas Data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	

A. Hasil Penelitian	39
B. Pembahasan	60
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.....	26
Tabel 2.....	41
Tabel 3.....	41
Tabel 4.....	42
Tabel 5.....	44
Tabel 6.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	32
Gambar 2	40
Gambar 3	49
Gambar 4	52
Gambar 5	55
Gambar 6	56
Gambar 7	69
Gambar 8	71

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era pemerintahan sekarang ini, pertumbuhan ekonomi menjadi isu sentral yang menjadi prioritas pembangunan ekonomi kedepan. Salah satu fondasi pembangunan ekonomi yang menjadi fokus perhatian adalah pengembangan kewirausahaan. hal ini disebabkan karena pengalaman didalam menghadapi persoalan-persoalan krisis dimasa lalu, dimana keberhasilan didalam menghadapi krisis tersebut sangat dipengaruhi oleh keberhasilan dunia usaha tersebut dalam bertahan. Dalam hal ini, usaha kecil dapat dijadikan alternatif bagi masyarakat untuk dapat dijadikan pilihan menciptakan lapangan pekerjaan baru, karena banyak terbukti perusahaan-perusahaan skala kecil ternyata mampu bertahan dari krisis global yang pernah melanda Indonesia. Oleh karena itu, pembangunan akan berhasil jika ditunjang oleh para wirausaha yang dapat membuka lapangan kerja.

Berwirausaha tidak hanya dimiliki oleh para lelaki, tetapi wanita pun saat ini mulai tergerak untuk membuat suatu usaha yang dapat dijadikan tumpuan hidupnya. Mengingat kondisi sosial ekonomi sedang lemah serta sulitnya mencari pekerjaan di sektor pemerintahan atau pegawai negeri sipil yang membutuhkan berbagai persyaratan melalui jenjang pendidikan. Maka situasi tersebut menimbulkan semakin banyak peluang bagi wanita untuk mencari atau membentuk usaha pribadi melalui gagasan atau ketrampilan yang dimiliki dan dengan modal yang fleksibel.

Sektor kewirausahaan merupakan salah satu bidang usaha yang menjadi pilihan bagi banyak perempuan untuk pembuktian kemampuan dirinya dalam berusaha. Sudah banyak wanita yang membuktikan dirinya mampu untuk menjadi pengusaha dari tingkat usaha kecil, menengah, dan besar, dengan maksud untuk membantu suami mencukupi kebutuhan ekonomi keluarga ataupun sebagai wahana beraktifitas dan berkreatifitas dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2015, pada saat ini wanita tidak lagi hanya berperan sebagai ibu rumah tangga dan bergantung pada

suaminya, tetapi juga sudah aktif berperan dalam berbagai bidang kehidupan, baik sosial, ekonomi, maupun politik. Wanita termasuk salah satu komponen penting yang juga diharapkan dapat mengisi pembangunan. Hal ini tidak terlepas dari jumlah penduduk Indonesia yang hampir 50 % dari 250 juta jiwa penduduk adalah wanita. Partisipasi wanita untuk mandiri dengan berwirausaha menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2015 tercatat, dari sekitar 52 juta pelaku UKM yang ada di seluruh Indonesia, sebanyak 60 persen usaha dijalankan oleh perempuan.¹

Di daerah perkotaan, lapangan dan pengalaman kerja dalam sektor ekonomi formal sulit didapat oleh perempuan. Hal ini menyebabkan banyak perempuan, terutama para janda, berada dalam keadaan rawan. Akan tetapi, di beberapa daerah-daerah, perempuan secara ekonomi lebih aktif, kebanyakan mereka meningkatkan penghasilan untuk menambah pendapatan keluarga terutama melalui usaha rumah tangga skala kecil.

Ada beberapa kendala perempuan dalam meningkatkan usahanya. Salah satunya adalah gagap teknologi. Seperti yang kita ketahui saat ini teknologi terus berkembang dan telekomunikasi semakin berinovasi. Dengan kemajuan dibidang teknologi informasi serta komunikasi sekarang ini, dunia tidak lagi mengenal batas, jarak, ruang dan waktu. Internet membawa dampak yang besar karena menciptakan paradigma baru dalam berwirausaha maupun berbisnis. Salah satu yang paling menonjol perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnis adalah penjualan online.

Penjualan online didefinisikan sebagai pembelian, penjualan, dan bertukar produk, jasa, dan informasi melalui jaringan komputer, terutama internet. Penjualan online membawa manfaat untuk organisasi, dan juga pada pelanggan serta masyarakat. Pelanggan dan konsumen dapat menemukan ribuan produk dan mencari kualitas terbaik di penjualan online. Kini perusahaan, masyarakat dan pelaku wirausaha dapat terlibat dalam aktivitas bisnis secara kemajuan internet. Penggunaan internet dalam wirausaha dan bisnis sangat efektif karena tidak

¹<https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/15/07/13/nrfiur-jumlah-pengusaha-umkm-perempuan-meningkat>

membutuhkan modal yang besar dan waktu yang lama. Menurut laporan APJII (Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia), dari total populasi penduduk yang mencapai 264,14 juta orang ternyata ada 171,17 juta di antaranya yang terhubung jaringan internet sepanjang 2018. Dibandingkan tahun sebelumnya, ada pertumbuhan 27,9 juta pengguna internet di 2018. APJII (Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia) menggunakan metode survei dan menggunakan data lapangan 9 Maret - 14 April 2019. Dapat disimpulkan bahwa dari tahun ke tahun penggunaan internet oleh masyarakat Indonesia semakin meningkat. Hal ini membuktikan bahwa ke depannya internet tak akan lepas dari kehidupan masyarakat.

Internet terus berkembang hingga saat ini bahkan masyarakat menjadikannya sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan, salah satunya yaitu kegiatan pembelian atau berbelanja barang ataupun jasa secara online, perdagangan elektronik, yang disebut juga *e-commerce* adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melakukan proses bisnis.²

Melihat perkembangan internet yang semakin pesat digunakan oleh berbagai lapisan masyarakat, teknologi dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya teknologi finansial untuk memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat termasuk akses layanan finansial dan pemrosesan transaksi. Begitu halnya dengan layanan keuangan, semakin maraknya teknologi maka semakin mudah dan efisien masyarakat dalam memanfaatkan layanan keuangan. Penerapan teknologi dalam layanan keuangan sangat membantumasyarakat dalam bertransaksi, sehingga masyarakat yang belum bisa mengakses layanan keuangan dapat memanfaatkan finansial teknologi.³

Tren pembelian online mulai diminati karena proses pembelian online tidak serumit dengan proses pembelian *offline* (toko). Dengan berbelanja online dapat menghemat waktu, menghemat biaya dan memudahkan kita dalam

²Margaretha, F. (2017). Analisis Hubungan Antara Motif Dengan Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee Sebagai Media Berbelanja Online Pad Shopeeholics Di Kota Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 5 (4). pp 26–40.

³Rahma, T. I. F. (2018). Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan Financial Technology. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1). pp 184-203.

melakukan transaksi pembelian dan pembayarannya. Salah satu penjualan online yang banyak diminati masyarakat adalah melalui media sosial. Media sosial mempunyai peranan yang penting di dalam dunia bisnis khususnya dibidang penjualan dan menjadi salah satu media yang dapat dengan sangat cepat menyebarkan sebuah informasi.⁴

Demikianlah pengaruh pesatnya kemajuan dibidang teknologi informasi dan komunikasi, telah sedikit banyak mengubah pola yang terapan strategi penjualan yang dilakukan oleh pelaku usaha. Saat sebelum kemunculan internet, para wirausahawan atau pelaku bisnis menerapkan strategi penjualan secara manual atau bertemu langsung dengan konsumen dan juga sangat terbatas. Gaya pemasaran dengan model konvensional seperti itu, saat ini disebut dengan penjualan offline. Namun kemudian melalui kemunculan internet, pola strategi pelaku usaha yang diterapkan mereka menjadi masif dan sangat besar yang bisa disebut menggunakan teknik internet marketing. Konsep penjualan dengan internet marketing disebut dengan penjualan online.

Dapat dikatakan penjualan offline dapat didukung dengan penjualan online begitu pun sebaliknya. Namun sangat disayangkan masih banyak pelaku usaha atau wirausahawan khususnya perempuan yang belum mengenal atau menggunakan strategi penjualan online tersebut. Hal ini berkaitan dengan penguasaan teknologi informasi yang mungkin sulit dicerna pelaku usaha. Metode penjualan online berbasis web seperti media sosial, situs web, e-mail, atau toko online bagi wirausahawan yang gagap teknologi tentunya membuat mereka bingung dan akhirnya usahanya pun di era digital ini semakin redup. Maka diperlukan usaha untuk meningkatkan kompetensi penjualan online dan offline tentunya. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan produksi dan penjualan produk para pelaku usaha.

Di Sumatera Utara pun kini sudah banyak terdapat para pelaku usaha industri rumahan. Mereka berjualan aneka kebutuhan mulai dari makanan, kelengkapan kantor, pakaian, dan lain-lain. Secara umum para pelaku usaha

⁴Putri, C. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen cherie melalui minat beli. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(5). pp 594-603.

tersebut yang aktif memasarkan produknya adalah para wanita. Melihat prospek wirausaha wanita yang terus bergerak di bidang industri rumahan maka dirasa perlu membekali mereka dengan ilmu berbisnis. Ketika mereka mampu menguasai keterampilan bisnis, maka perekonomian keluarga pun akan meningkat.

Menyadari akan fenomena ini dibentuklah suatu wadah pemberdayaan perempuan dalam berwirausaha yakni Rumah Kawan Bunda. Di Rumah Kawan Bunda, terdapat berbagai program edukasi dan kolaborasi guna meningkatkan produksi dan penjualan anggotanya. Rumah Kawan Bunda berlokasi Jl. Veteran Ps. 4 No.22, Helvetia, Kec. Labuhan Deli, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20244. Berdasarkan prapenelitian, tujuan Rumah Kawan Bunda sendiri adalah sebagai ruang bagi para wirausaha wanita yang ingin meningkatkan kompetensi berwirausahanya sekaligus sebagai wadah edukasi dan kolaborasi bisnis antar sesama pelaku usaha. Dari segi sosial, Rumah Kawan Bunda ingin menunjukkan bahwa wanita baik itu single atau ibu rumah tangga mampu berdaya dan tak melulu berkuat dengan urusan dapur semata.

Para wirausaha wanita di Rumah Kawan Bunda dibekali berbagai ilmu penjualan baik itu secara online maupun offline. Rumah kawan bunda juga menghadirkan mentor bisnis untuk mengajarkan strategi penjualan online dan offline tersebut. Dapat dikatakan Rumah Kawan Bunda adalah jawaban bagi wirausaha wanita yang ingin memajukan usahanya dan meningkatkan kompetensinya dalam berjualan baik secara online maupun *offline* di era digital ini. Berangkat dari rasa kagum pada para wirausaha wanita di Rumah Kawan Bunda tersebut, maka penulis ingin mencari tahu lebih dalam bagaimana program pemberdayaan kaum perempuan oleh rumah kawan bunda dalam meningkatkan ekonomi.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah:

1. Wirausaha wanita semakin berkembang di Indonesia namun belum dibekali keterampilan berwirausaha.
2. Wirausaha wanita berjuang meningkatkan perekonomian keluarganya melalui memproduksi olahan makanan dan sebagainya berbasis industri rumahan
3. Wirausaha wanita belum optimal produksi dan penjualannya dikarenakan kurang diberi edukasi tentang konsep berwirausaha di era digital.
4. Pemberdayaan para wirausaha wanita sangat dibutuhkan guna meningkatkan pengetahuan dan juga kerja sama di era digital ini.

C. Batasan Masalah

Setiap penelitian pada dasarnya memiliki batasan-batasan penelitian, hal ini guna memberikan ruang lingkup yang jelas sehingga hasil yang diperoleh akan mudah dilihat dan jelas arahnya. Berdasarkan identifikasi masalah maka pembahasan selanjutnya dalam penelitian ini hanya terbatas program pemberdayaan perempuan di Rumah Kawan Bunda dalam meningkatkan ekonomi anggotanya.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah maka perumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana program pemberdayaan ekonomi perempuan Rumah Kawan Bunda?
2. Bagaimana hasil program Pemberdayaan Rumah Kawan Bunda terhadap Peningkatan Ekonomi kaum perempuan ?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan dan manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Tujuan Penelitian

- a) Menganalisis program pemberdayaan ekonomi perempuan Rumah Kawan Bunda.

- b) Menganalisis hasil program Pemberdayaan Rumah kawan Bunda terhadap Peningkatan Ekonomi kaum perempuan.

2. Manfaat Penelitian

- a) Bagi mahasiswa adalah kemampuan menganalisis program pemberdayaan perempuan di Rumah Kawan Bunda dalam meningkatkan ekonomi anggotanya.
- b) Bagi Lembaga adalah sebagai sumbangan pengetahuan tentang program pemberdayaan perempuan di Rumah Kawan Bunda dalam meningkatkan ekonomi anggotanya, sekaligus memperkenalkan rumah kawan bunda sebagai wadah edukasi dan kolaborasi wirausaha wanita.
- c) Bagi pengelola diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memberikan informasi yang berharga bagi masyarakat untuk memberdayakan perempuan dalam meningkatkan ekonomi anggotanya dengan berwirausaha.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Model Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan merupakan salah satu program penting dalam pembangunan berkelanjutan setiap negara yang mengikutsertakan masyarakat dalam pelaksanaannya. Proses pembangunan menghendaki adanya pertumbuhan ekonomi yang diikuti dengan perubahan (*growt plus change*) dalam perubahan struktur ekonomi. Program pembangunan mempunyai tujuan untuk membentuk masyarakat menjadi mandiri. Inisiatif pribadi masyarakat diperlukan agar program ini sukses. Negara hanya sebatas menyediakan sarana dan prasarana pendukung program pemberdayaan tersebut.⁵

Negara pada kenyataannya sangat menggantungkan harapan besar agar program pemberdayaan masyarakat berjalan dengan baik. Hal itu bukan tanpa alasan. Dengan adanya pemberdayaan masyarakat, perekonomian negara dipercaya akan tumbuh dan berkembang. Pemberdayaan diarahkan guna meningkatkan ekonomi masyarakat secara produktif sehingga mampu menghasilkan nilai tambah yang tinggi dan pendapatan yang lebih besar. Upaya peningkatan kemampuan untuk menghasilkan nilai tambah paling tidak harus ada perbaikan akses terhadap empat hal, yaitu akses terhadap sumber daya, akses terhadap teknologi, akses terhadap pasar dan akses terhadap permintaan.⁶

Kemampuan berdaya mempunyai arti yang sama dengan kemandirian masyarakat. Kemandirian tersebut meliputi kemandirian berpikir, bertindak dan mengendalikan apa yang mereka lakukan.⁷ Sehingga dapat disimpulkan bahwa kemandirian masyarakat merupakan kondisi yang dialami oleh masyarakat yang ditandai dengan kemampuan untuk berpikir, memutuskan dan melakukan

⁵ Rozikin, M. (2012). Analisis Pelaksanaan Pembangunan Berkelanjutan di Kota Batu. *Jurnal Review Politik*, 2(02). pp 219-243.

⁶ Maharani, O. D. P. (2019). Pemberdayaan Perempuan Dalam Upaya Peningkatan Ketahanan Ekonomi Keluarga (Studi Pada Home Industry Kerajinan Batok Kelapa "Coco Art" di Tanjungsari Kota Blitar) (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).

⁷Widjajanti, K. 2011. Model Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol 12(1). pp 15-27.

sesuatuyang dipandang tepat dalam mencapai solusi dari masalah yang dihadapi dengan mempergunakan keahliannya sendiri.

Rahmadani, *et al.* (2019) mengatakan, ada 3 (tiga) tujuan utama dalam pemberdayaan masyarakat, yakni meningkatkan kemampuan masyarakat, mengubah perilaku masyarakat, dan mengorganisir masyarakat. Setiap individu dalam masyarakat memiliki kemampuannya masing-masing. Kemampuan itulah yang harus diarahkan agar menjadi sesuatu yang bernilai tinggi. Kemampuan itu dapat berbagai bentuk, misalnya kemampuan untuk berwirausaha, kemampuan mencari informasi, hingga kemampuan untuk mengelola kegiatan.⁸

Konsep pemberdayaan ini disebut dengan *empower* yang artinya memberi kuasa atau wewenang. Konsep ini berkembang sejak tahun 1980-an dan digunakan oleh agen-agen pembangunan hingga sekarang. Dari situlah pemberdayaan menjadi jargon yang sangat populer di kalangan para agen pembangunan masyarakat, khususnya dalam penanganan kemiskinan.⁹ Sedang menurut Kurniawati, *et al.* (2013), konsep pemberdayaan dalam wacana pembangunan biasanya selalu dikaitkan dengan konsep kemandirian, partisipasi, jaringan kerja, dan keadilan. Artinya, adanya program pemberdayaan masyarakat memiliki peran penting dalam upaya penanggulangan kemiskinan. Melalui program pemberdayaan upaya penanggulangan kemiskinan tidak hanya sebatas memberikan bantuan langsung kepada penduduk miskin, tapi ikut serta melibatkan masyarakat dalam prosesnya membangun kualitas hidupnya melalui pengembangan potensi dan penguatan kapasitas kelompok masyarakat miskin untuk terlibat sebagai pelaku dalam pembangunan.¹⁰

⁸ Rahmadani, A., Hakim, L., & Setiawati, B. (2019). Pengaruh Pemberdayaan Usaha Kecil Dan Menengah Terhadap Pembangunan Ekonomi Masyarakat Kecamatan Wara Kota Palopo. Kolaborasi: Jurnal Administrasi Publik, 5(2). pp 244-261.

⁹Tampubolon, J., Sugihen, B. G., Samet, M., Susanto, D., & Sumardjo, S. (2006). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pendekatan Kelompok (Kasus Pemberdayaan Masyarakat Miskin melalui Pendekatan Kelompok Usaha Bersama (KUBE). Jurnal Penyuluhan, 2(2).

¹⁰Wulan, Y. C., Ati, N. U., & Widodo, R. P. (2019). Implementasi Kebijakan Penanggulangan Kemiskinan Melalui Program Pemberdayaan Ekonomi Kelompok Usaha Bersama (KUBE)(Studi Tentang Program Pemberdayaan Ekonomi Kelompok Usaha Bersama (KUBE) di Kelurahan Pakistaji Kecamatan Wonoasih Kota Probolinggo, Jawa Timur). Respon Publik, 13(4). pp 104-109.

Pemberdayaan dianggap sebagai proses kerjasama kolaboratif di mana orang yang kurang berdaya atau lemah akan sumber daya bernilai dikerahkan untuk meningkatkan akses dan kontrol atas sumber daya untuk memecahkan masalah pribadi atau rakyat. sehingga dengan kolaborasi antara keduanya pihak yang diberdayakan mampu untuk mandiri dan melepaskan diri dari ketergantungan pihak lain. Dari Sisi perkembangan informasi dan komunikasi, masyarakat yang berdaya adalah masyarakat yang memiliki kesadaran dan kebutuhan terhadap Informasi sebagai sumber kekuatan (*power*). Masyarakat yang dapat menggunakan informasi untuk mengambil keputusan yang baik bagi dirinya sendiri, bertindak secara kritis dalam upaya memperbaiki keadaan dan mengatasi masalahnya sendiri, mampu terlibat dalam proses sosial dan politik termasuk dalam proses pengambilan keputusan publik yang dilakukan komunitasnya. Masyarakat yang demikian biasanya disebut juga masyarakat informasi (*informations society*) dan masyarakat pembelajar (*learning society*).¹¹

Pengertian pemberdayaan sesungguhnya sangat tergantung pada konteksnya. Secara sederhana, pemberdayaan dapat diartikan sebagai pemberian *power* atau kekuatan kepada kelompok yang lemah sehingga mereka memiliki kekuatan untuk berbuat.¹² Pemberdayaan masyarakat sebenarnya mengacu kepada kata *empowerment*, yaitu sebagai upaya untuk mengaktualisasikan potensi yang sudah dimiliki sendiri oleh masyarakat. Sasaran utama pemberdayaan masyarakat adalah mereka yang lemah dan tidak memiliki daya, kekuatan atau kemampuan mengakses sumberdaya produktif atau masyarakat yang terpinggirkan dalam pembangunan. Masyarakat dalam kelompok ini dapat ditandai dengan adanya pengangguran, keterbelakangan sosial dan ketidakberdayaan.¹³

Jika dirunut berdasarkan penjelasan tersebut, maka pemberdayaan pada dasarnya lebih difokuskan kepada kaum perempuan. Pemberdayaan perempuan

¹¹Susanti, N., & Marliyah, M. (2018). Pola Pemberdayaan Ekonomi Generasi Milenial Komunitas Serikat Saudagar Nusantara (SSN)(Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Islam Negeri (UIN)).

¹²Ife, J. (1995). *Community Development, Creating Community Alternatives: Vision, Analysis and Practice*. Australia: Longman.

¹³Kurniawati, D. P. (2013). Pemberdayaan Masyarakat Di Bidang Usaha Ekonomi (Studi Pada Badan Pemberdayaan Masyarakat kota Mojokerto). *Jurnal Administrasi Publik*, 1(4). pp 9-14.

merupakan suatu upaya mewujudkan kesetaraan antara perempuan dan laki-laki dalam akses, partisipasi, kontrol dan manfaat di semua bidang pembangunan. Keseluruhan tujuan itu hanya berfokus pada satu hal, yakni untuk bersama-sama membangun dan mengembangkan perekonomian keluarga demi mencapai kesejahteraan keluarga.¹⁴

B. Pemberdayaan Perempuan

Berdasarkan data proyeksi pertumbuhan penduduk Badan Perencanaan Pembangunan Nasional, Badan Pusat Statistik (BPS) dan United Nations Population Fund, jumlah penduduk Indonesia pada 2018 mencapai 265 juta jiwa. Dari jumlah tersebut, sebanyak 131,88 juta jiwa berjenis kelamin perempuan.¹⁵ Angka itu menandakan jumlah kaum perempuan nyaris mencapai setengah dari total penduduk Indonesia. Sumber daya ini akan menjadi beban jika tidak dimaksimalkan peran dan fungsinya dalam segala lini pembangunan. Ini merupakan potensi yang sangat besar dan harus dimanfaatkan dengan baik agar kaum perempuan bisa ikut serta mewujudkan program pembangunan negara.

Selama ini perempuan kurang terlibat dalam program pembangunan negara karena adanya diskriminasi gender. Diskriminasi gender membuat kaum perempuan termarginalkan dalam ketenagakerjaan. Budaya patriarki yang ada dalam kehidupan sosial dan budaya di Indonesia menempatkan laki-laki sebagai pemegang kekuasaan utama dan mendominasi dalam peran kepemimpinan pada segala aspek. Hal itu tentu saja semakin menyudutkan kaum perempuan dalam mencari pekerjaan.¹⁶

Di era globalisasi dan modernisasi saat ini, ketimpangan gender sudah berangsur menghilang. Hal itu disebabkan era ini menuntut percepatan dalam pembangunan sumber daya manusia. Sehingga tanpa sadar, kaum perempuan mulai berpartisipasi dalam segala aspek meski jumlahnya belum sebanding

¹⁴Nur, S. (2019). Pemberdayaan Perempuan Untuk Kesetaraan & Meningkatkan Partisipasi Dalam Pembangunan Lingkungan Hidup. *AN-NISA: Jurnal Studi Gender dan Anak*, 10(1). pp 99-111.

¹⁵<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/06/08/jumlah-penduduk-perempuan-indonesia-pada-2018-mencapai-1319-juta-jiwa>

¹⁶Hasanah, U., & Musyafak, N. (2018). Gender And Politics: Keterlibatan Perempuan dalam Pembangunan Politik. *Sawwa: Jurnal Studi Gender*, 12(3). pp 409-432.

dengan laki-laki. Oleh karena itu, pemberdayaan kaum perempuan menjadi satu-satunya cara agar program pembangunan ekonomi dapat terealisasi. Bayangkan saja bila seluruh perempuan di Indonesia sukses diberdayakan, pasti angka kemiskinan bisa mencapai nol (0) persen sesuai target Presiden RI Joko Widodo (Jokowi).

Program pemberdayaan perempuan di Indonesia sebenarnya sudah dimulai sejak 1978 silam. Melalui pemberdayaan, beberapa daerah telah menunjukkan hasil memadai dalam meningkatkan kapasitas diri, meningkatkan ekonomi, meningkatkan kesehatan, serta meningkatkan kualitas hidup kaum perempuan.¹⁷ Persoalannya adalah ternyata masih banyak perempuan yang belum tersentuh oleh program pemberdayaan. Ini merupakan pekerjaan rumah penting bagi pemerintah untuk bisa melakukan terobosan baru dalam proses pemberdayaan perempuan.

Makna dari pemberdayaan perempuan merupakan suatu proses penyadaran dan pembentukan kapasitas (*capacity building*) terhadap partisipasi yang lebih besar seperti keluasan, pengawasan, dan pengambilan keputusan serta tindak transformasi yang mengarah pada perwujudan persamaan derajat yang lebih besar antara perempuan dan laki-laki.¹⁸ Pemberdayaan perempuan merupakan upaya untuk mewujudkan kesetaraan peran, akses, dan kontrol perempuan dan laki-laki di semua bidang pembangunan. Program-program pemberdayaan perempuan yang dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat selama ini merupakan upaya untuk senantiasa mewujudkan terciptanya dan terdistribusinya manfaat pembangunan bagi laki-laki dan perempuan secara berimbang.¹⁹

Berbagai langkah dapat dilakukan untuk menciptakan kesetaraan laki-laki dan perempuan atau kesetaraan gender, antara lain dengan mengembangkan kewirausahaan keluarga sehingga dapat terwujud peran yang seimbang antara laki-laki dan perempuan dalam keluarga untuk bersama-sama membangun dan mengembangkan perekonomian keluarga demi mencapai kesejahteraan keluarga.

¹⁷*Ibid*, 125.

¹⁸Ma'arif, Syafi'i.(2003). Pembangunan dalam Perspektif Gender. Malang: UMM Press.

¹⁹Marwanti, S., & Astuti, I. D. (2012). Model pemberdayaan perempuan miskin melalui pengembangan kewirausahaan keluarga menuju ekonomi kreatif di Kabupaten Karanganyar. Sepa, 9(1). pp 134-144.

Menurut Yuniriyanti *et al.* (2019)²⁰, tujuan pemberdayaan pemberdayaan perempuan di antaranya adalah:

- 1) Meningkatkan kedudukan dan peran perempuan di berbagai bidang kehidupan berkeluarga, bermasyarakat, berbangsa dan bernegara;
- 2) Meningkatkan peranan perempuan sebagai pengambil keputusan dalam mewujudkan kesetaraan dan keadilan gender;
- 3) Meningkatkan kualitas peran kemandirian organisasi perempuan dengan mempertahankan nilai persatuan dan kesatuan;
- 4) Meningkatkan komitmen dan kemampuan semua lembaga yang memperjuangkan kesetaraan dan keadilan gender;
- 5) Mengembangkan usaha pemberdayaan perempuan, kesejahteraan keluarga dan masyarakat serta perlindungan anak.

Berbagai konsep dan pendekatan untuk program keterlibatan perempuan dalam pembangunan sudah diperkenalkan dan dicoba untuk diterapkan dalam proyek-proyek pemberdayaan perempuan. Dari uji coba tersebut diketahui bahwa peningkatan peranan perempuan juga memerlukan bidang ilmu yang menopangnya. Artinya, perempuan juga harus memiliki pendidikan yang cukup untuk bisa terlibat dalam proyek pemberdayaan.

Karena pemberdayaan perempuan merupakan agenda bangsa yang secara keseluruhan menjadi tanggung jawab bersama pemerintah dan masyarakat, pelaksanaannya pun perlu disiapkan dan dilaksanakan secara terencana, terarah, terpadu dan berlanjut. Kebijakan pemberdayaan perempuan diarahkan secara bertahap dan berkesinambungan untuk memenuhi baik kebutuhan praktis perempuan maupun kebutuhan strategik perempuan.²¹

C. Tahap, Metode, dan Unsur Penting

²⁰Yuniriyanti, E., Nurdewanto, B., & Sudarwati, R. (2019). Pemberdayaan Perempuan Desa Berbasis Kearifan Lokal Dalam Upaya Pencapaian Ketahanan Pangan Keluarga. In Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF) 3(1). pp 1708-1719.

²¹Mulyono, J. 2010. Kebijakan Pemberdayaan perempuan Melalui Kebutuhan Strategis dan Praktis Gender. Jurnal Inspirat Edisi 1, Vol 1 (1).

Pemberdayaan perempuan yang memiliki kemampuan memadai untuk memikirkan dan menentukan solusi terbaik dalam pembangunan, tentunya tidak selamanya harus dibimbing, diarahkan dan difasilitasi. Dapat dikatakan bahwa pemberdayaan itu hanya bersifat sementara. Pemberdayaan dilakukan hanya sampai target masyarakat mampu untuk mandiri, dan kemudian dilepas untuk mandiri. Dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan itu melalui suatu masa proses belajar, hingga mencapai status mandiri. Proses belajar dalam rangka pemberdayaan masyarakat akan berlangsung secara bertahap. Tahap-tahap yang dilalui meliputi²²:

1. Tahap penyadaran dan pembentukan perilaku menuju perilaku sadar dan peduli sehingga merasa membutuhkan peningkatan kapasitas diri.
2. Tahap transformasi kemampuan berupa wawasan pengetahuan, kecakapan ketrampilan agar terbuka wawasan dan memberikan ketrampilan dasar sehingga dapat mengambil peran di dalam pembangunan.
3. Tahap peningkatan kemampuan intelektual, kecakapan ketrampilan sehingga terbentuklah inisiatif dan kemampuan inovatif untuk menghantarkan pada kemandirian.

Upaya pemberdayaan adalah konsekuensi dari adanya kelompok-kelompok tertentu yang mengalami diskriminasi dalam suatu masyarakat seperti masyarakat miskin, etnis minoritas, perempuan, dan lainnya yang pada umumnya mengalami ketidakberdayaan. Seringkali keadaan dan perilaku tidak berdayaan kelompok-kelompok ini dikalim sebagai akibat dari diviasi (penyimpangan) yang disebabkan oleh diri mereka sendiri, padahal ketidakberdayaan tersebut merupakan lebih disebabkan faktor struktural dari adanya kekuranganadilan dan faktor sosial-kultural yang diskriminatif dalam aspek-aspek kehidupan tertentu.²³

²²Sumodiningrat, Gunawan. (2000). Visi Misi Pembangunan dengan Basis Pemberdayaan Masyarakat. Seminar Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Menyongsong Indonesia Baru. Yogyakarta: IDEA.

²³Yafiz, M., Yusrizal, Y., & Fatimah, F. (2015). Pemberdayaan perempuan dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat di Tanjung Balai. Medan: FEBI UIN-SU Press..

Selain itu, ada hal lain yang perlu dipahami dalam proses pemberdayaan perempuan. Yaitu mengenai metode yang diberlakukan selama pemberdayaan²⁴.

1. Menghilangkan mitos yang menyatakan kaum perempuan hanya sebagai pelengkap dalam rumah tangga.
2. Memberi beragam ketrampilan bagi kaum perempuan sehingga bisa produktif dan tidak menggantungkan nasibnya kepada kaum laki-laki.
3. Memberikan kesempatan seluas-luasnya terhadap kaum perempuan untuk menempuh pendidikan dan mengaplikasikan pendidikannya dalam pemberdayaan.

Dalam proses pemberdayaan perempuan, Kabeer dalam Mardhiah (2018) menyatakan ada lima unsur utama yang wajib diperhatikan. Kelima unsur tersebut adalah²⁵:

1. *Welfare* (Kesejahteraan). Unsur ini merupakan salah satu aspek terpenting dalam upaya peningkatan pemberdayaan perempuan. Dalam aspek kesejahteraan, perempuan menempati posisi yang tidak menguntungkan. Misalnya ketidakberuntungan dalam partisipasi ekonomi keluarga, pencapaian pendidikan, kesehatan, dan pengupahan.
2. *Consientisation* (Konsientisasi). Konsientisasi pemahaman atas perbedaan peran jenis kelamin dan peran gender.
3. *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 suara mereka dalam penformulasian kebijakan mempengaruhi masyarakat mereka.
4. *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

²⁴*Ibid*

²⁵Mardhiah, N. (2018). Optimalisasi Pemerintah Daerah Nagan Raya Dalam Memberikan Pemahaman Kepada Aparatur Gampong Mengenai Undang-Undang Desa. *Jurnal Public Policy*, 2(1).

5. *Acces* (Akses). Akses diartikan sebagai kemampuan perempuan untuk dapat memperoleh seluruh haknya. Akses terhadap sumber daya produktif seperti tanah, kredit, pelatihan, fasilitas, pemasaran, tenaga kerja, dan pelayanan publik yang setara dengan laki-laki.

Akses terhadap teknologi dan informasi juga merupakan hal penting lainnya. Melalui teknologi dan informasi, perempuan dapat meningkatkan produktivitas ekonomi dan sosial mereka dan mempengaruhi lingkungan tempat mereka tinggal. Tanpa akses, pemahaman, serta kemampuan untuk menggunakan teknologi informasi, perempuan miskin jauh lebih termajinalisasi dari komunitasnya, negaranya, dan bahkan dunia.²⁶

Pemanfaatan teknologi dalam program pemberdayaan tak hanya berfungsi sebagai media edukasi, melainkan juga berfungsi sebagai sarana penjualan produk hasil pemberdayaan. Pengetahuan tentang teknologi khususnya media sosial sangat dibutuhkan di era digitalisasi seperti saat ini. Dengan pemanfaatan teknologi, masyarakat dapat mempromosikan produknya tanpa harus repot menyewa kios atau stan. Produk yang ditawarkan melalui media sosial akan lebih dikenal secara luas dan cepat. Oleh karena itu, teknologi menjadi hal yang wajib dipelajari bagi perempuan-perempuan hasil program pemberdayaan untuk menjual produknya.

D. Program Pemberdayaan Ekonomi Perempuan di Rumah Kawan Bunda

Rumah Kawan Bunda merupakan suatu wadah edukasi dan kolaborasi dalam penjualan online dan offline produk industri rumahan wirausaha wanita. Wadah edukasi dan kolaborasi yang berlokasi Jl. Veteran Ps. 4 No.22, Helvetia, Kec. Labuhan Deli, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20244 ini memiliki tujuan sebagai ruang bagi para wirausaha wanita yang ingin meningkatkan kompetensi berwirausahanya sekaligus sebagai wadah edukasi dan kolaborasi bisnis antar sesama pelaku usaha. Dari segi sosial, Rumah Kawan Bunda ingin menunjukkan bahwa wanita baik itu single atau ibu rumah tangga mampu berdaya dan tak melulu berkutat dengan urusan dapur semata.

²⁶*Ibid*

Para wirausaha wanita di Rumah Kawan Bunda dibekali berbagai ilmu penjualan baik itu secara online maupun offline. Rumah kawan bunda juga menghadirkan mentor bisnis untuk mengajarkan strategi penjualan online dan offline tersebut. Dapat dikatakan Rumah Kawan Bunda adalah jawaban bagi wirausaha wanita yang ingin memajukan usahanya dan meningkatkan kompetensinya dalam berjualan baik secara online maupun offline di era digital ini. Rumah kawan bunda dengan program-programnya ingin memberdayakan perempuan dan mencetak anggotanya sebagai wirausahawan yang unggul, dengan langkah – langkah berikut :

1. Rumah Kawan Bunda Memberdayakan Ekonomi Anggotanya

Menurut David, strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang akan hendak dicapai. Strategi bisnis bisa berupa perluasan geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi dan usaha patungan atau joint venture, Menurut Barney & Hesterly dalam Muchtar (2014), strategi dijelaskan sebagai sebuah teori tentang bagaimana cara perusahaan meraih keunggulan-keunggulan kompetitif (Competitive Advantages). Menurut Hitt dalam Muchtar(2014), strategi merupakan sebuah rangkaian yang terpadu dan terkoordinasi dari komitmen dan tindakan yang dirancang untuk mengeksplotasi kompetensi utama dan meraih keunggulan kompetitif.²⁷

Strategi memberi jawaban bagi pihak manajemen mengenai bagaimana cara mencapai tujuan perusahaan dan bagaimana caranya untuk mencapai misi organisasi dan visi strategis. Pembuatan strategi adalah tentang bagaimana mencari target-target, bagaimana bersaing dengan para kompetitor, bagaimana mencapai keunggulan bersaing yang berkepanjangan, bagaimana membuat visi strategis manajemen sebagai sebuah kenyataan bagi suatu perusahaan.²⁸

Rumah Kawan Bunda yang merupakan wadah untuk menaungi sebuah fungsi yang telah ditentukan, tentu saja mempunyai Program yang sudah terukur.

²⁷Muchtar, A. F. (2014). *Business Plan & Rencana Aksi*. Bandung: Yrama Widya.

²⁸Faruq, M. A., & Usman, I. (2014). Penyusunan Strategi Bisnis Dan Strategi Operasi Usaha Kecil Dan Menengah Pada Perusahaan Konveksi Scissors Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, 7(3).

Penelitian ini melihat bagaimana cara Rumah Kawan Bunda dapat melayani anggotanya dalam suatu kegiatan yang mengandung proses pembelajaran atau edukasi tentang penjualan offline dan online dan program lainnya yaitu.

a. Kolaborasi

Ada beberapa bentuk kolaborasi yang bisa diterapkan dalam kerjasama yaitu²⁹:

1. Fully-Integrated Merger

Kolaborasi yang terjadi ketika dua atau lebih organisasi mengkombinasikan kegiatan-kegiatan operasional dan misi-misi kedalam satu organisasi. Kolaborasi ini paling umum digunakan dalam kerjasama atau biasa dikenal dengan merger.

2. Partially-Integratef Merger

Kolaborasi ini adalah merupakan alternatif bentuk kolaborasi bagi kerjasama organisasi yang menginginkan tidak adanya bentuk organisasi yang baru. Kolaborasi ini memanfaatkan sumber daya yang ada untuk dijadikan sebagai keuntungan strategis organisasi.

3. Joint Program Office

Model kolaborasi ini terjadi karena adanya suatu program yang dikerjakan oleh dua atau lebih organisasi dengan tujuan untuk menguatkan visi kerjasama kedua organisasi tanpa harus menciptakan struktur organisasi yang baru dari kedua belah pihak.

4. Joint Partnership with Affiliated Programming

Dua atau lebih organisasi yang berkolaborasi dalam mengirimkan layanan (*service*) pada suatu program tertentu atau pada kegiatan operasional mereka yang melibatkan klien. Kolaborasi seperti ini biasanya dilakukan pada kerjasama jangka panjang ataupun yang sedang fokus pada proses menjalin hubungan kerjasama untuk jangka panjang.

5. Joint Partnership for issue Advocacy

Model kolaborasi ini sangat cocok digunakan untuk organisasi komunitas dalam membagi kebutuhan untuk berbicara dengan satu suara sehingga pesan

²⁹Hager, Mark A & Curry, Tyler. (2009). Models Of Collaboration: Non Profit Organizations Working Together. Asu Lodestar Center.

kolektif tersebut bisa didengar. Kolaborasi seperti ini muncul akibat sebuah isu. Kerjasama bisa dalam skala jangka pendek atau sesuai dengan periode isu yang berkembang. Organisasi-organisasi yang mengimplementasikan bentuk kolaborasi seperti ini memungkinkan mereka untuk bergerak, berkomunikasi, dan memobilisasi dalam sebuah kesatuan.

6. *Joint administrative office and Back office operations*

Kolaborasi pada joint administrative office merupakan strategi pencapaian efisiensi yang akan dicapai melalui pembagian administrasi kantor dan personil, termasuk dalam hal finansial, manajemen sumber daya manusia, dan teknologi informasi.

7. *Confederation*

Memunculkan sebuah organisasi baru tanpa menghilangkan organisasi yang lama. Sebuah program bersama yang akan lebih baik jika bekerja secara terpisah dengan organisasi yang mandiri yang dibentuk oleh kerjasama dua atau lebih organisasi. Pembuatan organisasi yang baru mencerminkan kedewasaan tujuan dari kedua organisasi tersebut.

8. *Joint Partnership with the birth of a new formal organization*

Kolaborasi konfederasi merupakan bentuk kolaborasi yang dipakai di Amerika Serikat, dimana setiap negara bagian mempunyai kewenangan operasional sendiri yang dikontrol oleh payung organisasi yang bernama federasi. Diantara entitas-entitas yang terpisah ini, konfederasi dapat membangun dan menciptakan koordinasi yang keluar dari sebuah kekacauan dan pembagian. Payung organisasi merupakan pemegang kendali penuh yang mengontrol sumberdaya dan informasi.

b. Edukasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1991), edukasi atau edukatif diartikan sebagai proses pembelajaran bagi individu untuk mencapai pengetahuan dan pemahaman yang lebih tinggi mengenai obyek-obyek tertentu dan spesifik. Pengetahuan tersebut diperoleh secara formal yang berakibat individu mempunyai pola pikir dan perilaku sesuai dengan pendidikan yang telah diperolehnya. Namun pendidikan sendiri terbagi atas dua bagian yaitu pendidikan formal dan

pendidikan non formal. Sedangkan konsep edukasi yang diterapkan pada “Rumah Kawan Bunda” adalah pendidikan yang non formal yang terdiri dari workshop dan seminar.

2. Metode Penjualan Produk Hasil Pemberdayaan

Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pemebeli, guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan laba. Penjualan merupakan sumber hidup suatu perusahaan, karena dari penjualan dapat diperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik konsumen sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan³⁰.

a. Penjualan Offline

Penjualan offline atau offline marketing atau biasa juga disebut dengan penjualan langsung memiliki pengertian sebuah strategi untuk memasarkan produk atau jasa yang ditujukan untuk mempengaruhi tindakan konsumen³¹. Penjualan langsung lebih menekankan pengambilan keputusan yang didasarkan atas rasional atau karena adanya keuntungan tambahan yang diberikan suatu produk. Offline marketing juga memiliki istilah lain yaitu *direct selling* yang diterjemahkan sebagai sebuah metode penjualan langsung dimana pemasar atau produsen mendekati pelanggan potensial secara langsung dengan produk barang atau jasa yang ditawarkan contohnya adalah penawaran properti melalui telepon, kalatog/brosur, iklan *outdoor*.³²

Wujud dari penjualan langsung dapat ditemui dalam bentuk promosi penjualan (*sales promotion*), penjualan pribadi (*personal selling*), penjualan langsung (*direct response marketing*), serta *merchandising* dan *point of purchase*. Tujuan dari penjualan langsung adalah menginformasikan kepada pelanggan tentang produk atau jasa yang

³⁰Marwan, A. (1991). Marketing. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.

³¹Cahyono, B., Haryono, A. T., & Malik, D. (2019). Analisa Kekuatan Strategi Pemasaran Melalui Online Marketing, Offline Marketing Dan Service Excellent Terhadap Loyalitas Konsumen Pt. Adinata Graha Raya Kaliwungu Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Kontemporer, 2(1).

³²*Ibid*

mungkin dibutuhkan tanpa menunggu pelanggan tersebut mencari informasi mengenai produk atau layanan. Dalam penjualan langsung untuk menyentuh pikiran dan perasaan konsumen, dapat menggunakan beberapa media diantaranya³³:

1. Promosi penjualan (*sales promotion*)
2. Penjualan pribadi (*personal selling*)
3. Penjualan langsung (*direct response marketing*)
4. Penjualan Partaian (*merchandising*) dan titik pembelian (*point of purchase*)

Dalam melakukan penjualan, manfaat tidak hanya dirasakan dari sisi penjual saja, dari sisi pembeli sekalipun penjualan langsung mendapatkan manfaat yang cukup dirasakan oleh mereka antara lain yaitu³⁴:

- 1) Pembeli dapat melihat langsung produk yang ditawarkan. Melalui penjualan secara langsung, para pelanggan dapat melihat langsung produk yang ditawarkan, dapat mengecek langsung secara detail, baik fisik dan fungsi.
- 2) Menjalinkan hubungan sosial yang intens. Pelanggan dapat langsung berinteraksi dengan tenaga pemasar secara langsung, dapat menanyakan semua hal seputar produk yang ditawarkan.
- 3) Kepuasan dalam mengambil keputusan. Melalui penjualan langsung, pembeli memiliki tingkat kepuasan yang tinggi karena sebelum mengambil keputusan membeli, pembeli sudah melihat langsung, mempelajari langsung dan mengetahui semua hal secara langsung baik dari mempelajari langsung produk tapi juga berdasarkan informasi dari tenaga pemasar produk.

Penjualan langsung juga menghasilkan banyak manfaat bagi penjual, yaitu³⁵:

1. Pembentukan hubungan dengan konsumen

³³*Ibid*

³⁴*Ibid*

³⁵*Ibid*

Para penjual dapat langsung menyusun informasi dan data tentang pelanggan yang berpotensi menghasilkan penjualan berkelanjutan (reorder) dengan berbasis data yang diperoleh, tenaga penjual dapat mengembangkan penjualan berkelanjutan.

2. Menyesuaikan penawaran

Penjualan langsung memberikan kemudahan bagi penjual untuk menyesuaikan penawaran sesuai konsumen yang mereka tuju. Sehingga penjualan mereka semakin tepat sasaran.

3. Mendapatkan Respon yang lebih tinggi

Penjualan langsung juga memudahkan penjual untuk mengetahui lebih cepat bagaimana respon konsumen terhadap barang yang mereka tawarkan.

Penjualan langsung memiliki beberapa bentuk yang dapat dijabarkan sebagai berikut³⁶:

1. Penjualan tatap muka

Sebagian besar pemasar sangat bertumpu pada gugus penjualan tatap muka untuk mencari calon konsumen, menggarapnya sehingga menjadi pelanggan, membangun hubungan yang bertahan lama, dan menumbuhkan pendapatan perusahaan.

2. Penjualan jarak jauh

Penjualan jarak jauh juga sering diistilahkan dengan tele marketing, merupakan penjualan yang menggunakan telepon untuk menawarkan dan menjual langsung kepada konsumen.

3. Pemasaran melalui surat langsung

Pemasaran melalui surat langsung meliputi tindakan mengirimkan penawaran, pengumuman, pemberitahuan kepada calon konsumen. Beberapa cara yang dipakai dalam pemasaran melalui surat ini seperti: surat langsung, surat fax, email, voice mail.

4. Pemasaran melalui katalog

Produsen membuat katalog untuk merangkum semua item produk yang dijual untuk memudahkan calon konsumen mempelajari dan mengenal

³⁶*Ibid*

lebih dekat produk produk mereka sebagai bahan awal untuk mempengaruhi keputusan calon konsumen.

5. Pemasaran melalui iklan televisi maupun media cetak

Produsen dapat memanfaatkan media massa televisi dan media cetak untuk menampilkan informasi seputar produk mereka sebagai bagian kampanye pemasaran langsung.

6. Pemasaran langsung melalui Event atau Pameran

Untuk makin mendekatkan produk yang dijual, produsen dapat memanfaatkan event-event yang sering dibuat dewasa ini. Seperti pameran bersama di mall, event di CFD, maupun kampanye langsung ke tempat tempat kerja maupun komunitas tertentu melalui presentasi.

Baik strategi pemasaran online maupun offline, masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan masing masing. Tenaga pemasar yang lihai dan cerdas tidak akan fanatik pada salah satunya, namun mampu mengkombinasikan untuk meningkatkan penjualan produk demi tercapainya target penjualan dan kinerja penjualan yang maksimal.

b. Penjualan Online

Saluran online adalah saluran yang dapat dijangkau seseorang melalui komputer dan modem. Modem menghubungkan komputer dengan jalur telepon sehingga komputer dapat menjangkau beragam layanan informasi online. Ada dua jenis saluran online, yaitu³⁷:

- a. Saluran online komersial. Saluran online menyediakan bagi pelanggan lima layanan utama: informasi (berita, kesempatan dialog (bulletin board, forum, kotak bincang-bincang), dan e-mail.
- b. Internet. Internet adalah jaringan global sekitar 45.000 jaringan komputer yang memungkinkan komunikasi global yang instan dan terdesentralisasi. Internet yang pada mulanya dibentuk untuk menyokong riset dan pertukaran akademis, kini tersedia bagi pemirsa yang jauh lebih luas dan berjumlah sekitar 25 juta orang. Pemakai

³⁷Kotler, Philip, dan Keller, Kevin L. (2008). Manajemen Pemasaran (Ed. 12. Jilid 2). Jakarta: PT. Indeks.

dapat mengirim e-mail, bertukar pikiran, berbelanja barang-barang, serta mengakses berita, resep makanan, informasi seni, dan informasi bisnis. Internet sendiri adalah gratis, meskipun pemakai harus membayar layanan komersial agar dapat terhubung dengannya. Ada dua manfaat pemasaran online, yaitu³⁸:

1. Memberikan tiga manfaat utama bagi pembeli potensial:

a) Kemudahan.

Pelanggan dapat memesan produk 24 jam sehari dimana mereka berada. Mereka tidak harus berkendara, mencari tempat parkir, dan berjalan melewati gang yang panjang untuk mencari dan memeriksa barang-barang. Dan mereka tidak harus berkendara ke toko, hanya untuk menemukan bahwa barang yang dicari sudah habis.

b) Informasi.

Pelanggan dapat memperoleh setumpuk informasi komparatif tentang perusahaan, produk, dan persaingan tanpa meninggalkan kantor atau rumah mereka. Mereka dapat memusatkan perhatian pada kriteria objektif seperti harga, kualitas, kinerja, dan ketersediaan.

c) Rongrongan yang lebih sedikit.

Dengan layanan online, pelanggan tidak perlu menghadapi atau melayani bujukan dan faktor-faktor emosional.

2. Memberikan sejumlah manfaat bagi pemasar:

a) Penyesuaian yang cepat terhadap kondisi pasar.

Perusahaan dapat dengan cepat menambah produk pada penawaran mereka serta mengubah harga dan deskripsi.

b) Biaya yang lebih rendah.

Pemasar online mencegah biaya pengelolaan toko dan biaya sewa, asuransi, dan prasarana yang menyertainya.

c) Pemupukan hubungan.

³⁸*Ibid*

Pemasar online dapat berbicara dengan pelanggan dan belajar dengan lebih banyak dari mereka. Pemasar juga dapat meng-upload laporan yang berguna, atau demo gratis perangkat lunak mereka.

d) Pengukuran besar pemirsa.

Pemasar dapat mengetahui berapa banyak orang yang mengunjungi situs online mereka dan berapa banyak yang singgah di tempat tertentu dalam situs tersebut.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa yang memiliki kesamaan objek walaupun perbedaan dalam metode, data, serta lokasi (tempat). namun penelitian terdahulu penulis jadikan sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian dan membedakan hal-hal yang diperlukan pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

Tabel 1
Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Hasil	Perbedaan
Muhammad Yafiz, Fatimah, Yusrizal (2015)	Pemberdayaan Perempuan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat di Tanjung Balai	Pertama, Pemberdayaan perempuan di Kota Tanjung Balai merupakan pemberdayaan yang mencul atas kesadaran sendiri untuk membantu meningkatkan pendapatan ekonomi keluarga. Kedua, Kegiatan usaha perempuan di kota Tanjung Balai dalam bidang ekonomi banyak terkonsentrasi pada sektor informal. Mereka memiliki cara-cara atau terobosan yang sangat berarti dalam membantu suami untuk menunjang kelangsungan ekonomi keluarga mereka. Ketiga, Di	Penelitian tersebut meneliti secara garis besar kehidupan kaum perempuan di Tanjung Balai dengan beberapa indikator penilaian, sedangkan penelitian yang akan penulis paparkan adalah ruang lingkup daerah sekitar jalan veteran pasar 4 helvetia saja, dengan Rumah kawan Bunda sebagai objek yang telah membina kaum perempuan di daerah tersebut.

		<p>antara bentuk usaha yang digeluti adalah kerajinan tangan dengan memanfaatkan kulit kerang. Keempat, Bahwa ternyata keberadaan para perempuan pengrajin kulit kerang tersebut telah terbukti secara jelas ikut meningkatkan kesejahteraan hidup ekonomi keluarga dan masyarakat di TanjungBalai.</p>	
<p>Achmad Tantowi Hendra Setiawan, Nanik Yulianti, Niswatul Imsiyah (2018)</p>	<p>Peran Pemberdayaan Perempuan Terhadap Peningkatan Ekonomi KeluargaDi PKBM Ngupoyo Ilmu Muncar Kabupaten Banyuwangi</p>	<p>peran pemberdayaan perempuan terhadap peningkatan ekonomi keluarga di PKBM Ngupoyo Ilmu sudah berjalan dengan baik, karena ada perubahan yang dirasakan oleh peserta setelah mengikuti pelatihan menjahit yang diselenggarakan oleh PKBM Ngupoyo Ilmu yaitu mampu meningkatkan</p>	<p>Penelitian penulis terkait dengan program – program yang disediakan oleh Rumah Kawan Bunda yang berfokus pada industri rumahan yang telah dikuasai atau ingin belajar membuat produk industri rumahan, lalu penjualan juga akan di bantu dengan disediakannya fasilitas offline dan</p>

		ekonomi keluarga.	online.
Anifatus Solihah (2016)	Pemberdayaan Kaum Perempuan Dalam Menunjang Peningkatan Pendapatan Keluarga Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Home Industry Bulu Mata Sokawera Cilongok Banyumas)	<p>1. Pemberdayaan perempuan melalui <i>Home Industry</i> Bulu Mata di Desa Sokawera Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas, telah ikut ambil bagian dalam menambah pendapatan keluarga. Kontribusi pendapatan perempuan pengrajin bulu mata terhadap pendapatan keluarga meningkat cukup signifikan, 2. Dalam perspektif ekonomi Islam, pemberdayaan perempuan pada <i>Home Industry</i> Bulu Mata di Desa Sokawera Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas, dalam upaya meningkatkan pendapatan keluarga sudah sesuai</p>	<p>Industri Rumahan yang penulis akan teliti mengenai keterampilan – keterampilan yang di kuasai kaum perempuan sekitar, jadi tidak terfokus oleh satu industri rumahan saja, tetapi meliputi segala bidang, makanan, minuman, pakaian, alat rumah tangga, dll.</p>

		<p>dengan ketentuan-ketentuan dalam Islam, di antaranya: <i>Pertama</i>, tidak boleh melalaikan tugasnya di sektor domestik, dan <i>kedua</i>, adalah mendapatkan ijin dari suaminya. Para pengrajin bulu mata di Desa Sokawera, walaupun bekerja di luar rumah, akan tetapi ia tetap melaksanakan tugasnya dalam rumah tangga dengan baik.</p>	
Nika Risqi Fitriana (2016)	<p>Pemberdayaan Perempuan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga Melalui Industri Kecil di Pedesaan (Studi dalam Kelompok Usaha Bersama (KUB) Serang Di Desa</p>	<p>1. Kegiatan yang berlangsung di KUB Serang selangkah lebih maju dibandingkan KUB lain di Desa Pulorejo. KUB Serang tidak hanya memproduksi batik dalam bentuk lembaran saja, akan tetapi KUB Serang sudah berani membuat inovasi produk. Berdasarkan konsep</p>	<p>Penelitian penulis lebih cenderung ke sarana – sarana yang mendukung penjualan atau juga edukasi tentang industri rumahan yang dapat di kembangkan, dan juga dapat berkolaborasi dengan pihak yang lain sehingga cakupan penjualan akan semakin luas.</p>

	<p>Pulorejo Kecamatan Purwodadi Kabupaten Grobogan)</p>	<p>partisipasi, partisipasi hanya sebagai cara program tersebut hanya pada tahap menuju pemberdayaan karena perempuan hanya sebagai objek.</p> <p>2. Faktor-faktor pendukung perempuan dalam mengembangkan kelompok usaha bersama (KUB) Serang adalah adanya motivasi perempuan, dukungan keluarga serta dukungan pemerintah yang membuat perempuan semakin antusias menjalankan usaha bersama. Faktor-faktor penghambat adalah kurangnya modal uang dan bahan baku, serta permintaan pasar yang masih tergantung di wilayah.</p>	
--	---	---	--

Sumber : Jurnal dan Skripsi Penelitian Terdahulu

F. Kerangka Teoritis

Pada masa kini wanita bergerak aktif dalam meningkatkan perekonomian keluarga melalui wirausaha. Banyak wirausaha wanita mencari atau membentuk usaha pribadi melalui gagasan atau ketrampilan yang dimiliki dan dengan modal yang fleksibel. Sudah banyak wanita yang membuktikan dirinya mampu untuk menjadi pengusaha dari tingkat usaha kecil, menengah, dan besar, dengan maksud untuk membantu suami mencukupi kebutuhan ekonomi keluarga ataupun sebagai wahana beraktifitas dan berkreatifitas dalam kehidupan sehari-hari.

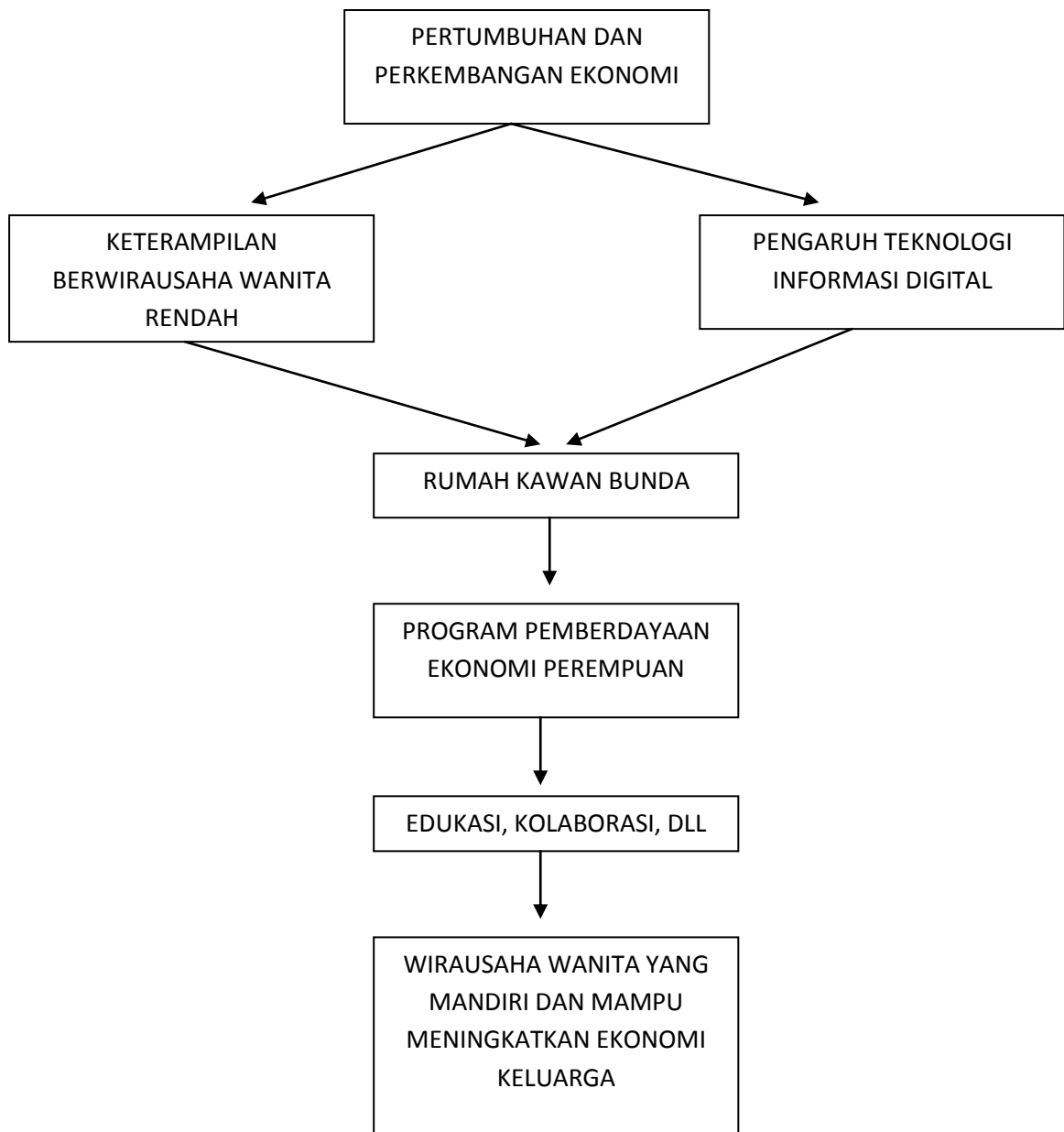
Namun dalam perjalanannya, banyak wirausaha wanita yang terkendala dalam pengembangan usahanya. Salah satu kendala tersebut adalah karena kemajuan teknologi informasi yang tak dibarengi dengan keterampilan menggunakannya. Seharusnya wirausahawan wanita harus beradaptasi dengan kemajuan tersebut, mereka harus menguasai teknologi informasi dan internet tersebut agar usahanya tetap berjalan dan semakin meningkat. Hal ini dikarenakan masyarakat sudah beralih ke media online sehingga dalam pemasaran produk pun kini harus juga dipasarkan secara online melalui internet. Bila hanya memasarkan secara offline maka usaha atau bisnis dapat redup.

Namun tidak semua wirausahawan wanita mampu bersaing di era digital ini dikarenakan keterampilan dan pengetahuan yang terbatas. Maka baik adanya wirausahawan belajar dan memberdayakan diri mereka demi meningkatkan produksi dan pemasaran produk. Terdapat wadah untuk membekali wirausahawan dalam meningkatkan *skills* berwirausaha khusus wanita yakni Rumah Kawan Bunda. Rumah Kawan Bunda memiliki tujuan sebagai ruang edukasi dan kolaborasi para wirausahawan khususnya wanita. Di tempat ini wirausaha wanita berkumpul dan diberikan program-program yang berdampak pada peningkatan produksi dan penjualan.

Maka dari itu penelitian ini akan mengungkapkan bagaimana program Rumah Kawan Bunda dalam memberdayakan atau membekali para anggotanya guna meningkatkan perekonomian mereka. Di samping itu penelitian ini juga akan menggambarkan bagaimana Rumah Kawan Bunda sebagai ruang edukasi dan kolaborasi para wirausahawan wanita.

Gambar 1

Bagan Kerangka Teori



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat kualitatif, yang artinya mendeskripsikan suatu peristiwa atau perilaku tertentu yang ada dalam waktu tertentu, yaitu hanya semata - mata melukiskan keadaan obyek atau peristiwa tanpa suatu maksud mengambil kesimpulan yang berlaku secara umum. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengangkat fakta, keadaan, dan fenomena - fenomena secara langsung di lapangan. Data akan disajikan dalam bentuk narasi, dalam hal ini berkaitan mengenai analisis program pemberdayaan kaum perempuan oleh rumah kawan bunda dalam meningkatkan ekonomi.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Rumah Kawan Bunda, yang beralamat di Jl. Veteran Ps. 4 No.22, Helvetia, Kec. Labuhan Deli, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20244.

C. Informan

Dalam penelitian kualitatif, hal yang menjadi bahan pertimbangan utama dalam pengumpulan data adalah pemilihan informan. Dalam penelitian kualitatif tidak digunakan istilah populasi. Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti adalah *purposive sample*. *Purposive sample* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.³⁹ Adapun sample yang menjadi informan pada penelitian ini adalah :

1. Pendiri Rumah Kawan Bunda (Asri Wahyuni)
2. Admin Rumah Kawan Bunda
3. Anggota Rumah Kawan Bunda

³⁹Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.

D. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi yaitu “suatu teknik dengan mengamati langsung serta mencatat hal - hal yang berkaitan dengan masalah yang diteliti”.⁴⁰ Pada penelitian kualitatif, observasi merupakan salah satu cara mengumpulkan data yang populer. Untuk terlaksananya observasi dengan baik perlu disusun instrumen, yaitu pedoman observasi. Pedoman tersebut biasanya dalam bentuk daftar cek (chek list) atau daftar isian. Adapun aspek yang diobservasi meliputi berperilaku, keadaan fisik, pertumbuhan dan perkembangan subjek tertentu dan sebagainya.⁴¹ Dalam hal ini, pengamatan dilakukan dengan 2 (dua) cara, yaitu:

- a) Pengamat berperan serta, yaitu seorang pengamat melakukan dua peran sekaligus sebagai pengamat dan menjadi anggota resmi dari objek atau kelompok yang diamati.
- b) Pengamatan tanpa berperan serta, yaitu seorang pengamat hanya berfungsi untuk melakukan pengamatan saja, tanpa ikut menjadi anggota dari objek yang diteliti.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode observasi langsung dan tanpa berperan serta karena penulis hanya sebagai pengamat dan tidak ikut mendaftar sebagai anggota di Rumah Kawan Bunda dikarenakan penulis berjenis kelamin laki-laki sebab yang menjadi anggota adalah para wanita saja. Sedangkan objek yang diamati adalah program pemberdayaan kaum perempuan oleh rumah kawan bunda dalam meningkatkan ekonomi.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan

⁴⁰*Ibid*

⁴¹*Ibid*

pertanyaan dan yang diwawancarai (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.⁴² Pendekatan menggunakan petunjuk umum wawancara, yaitu jenis wawancara yang mempunyai karakteristik sebagai berikut :

- a) Pewawancara membuat kerangka dan garis besar pokok - pokok yang dinyatakan dalam proses wawancara
- b) Penyusunan pokok - pokok itu dilakukan sebelum wawancara dilakukan.
- c) Pokok - pokok yang dirumuskan tidak perlu ditanyakan secara berurutan.
- d) Penggunaan dan pemilihan kata-kata untuk wawancara dalam hal tertentu tidak perlu dilakukan sebelumnya.
- e) Petunjuk wawancara hanya berisi petunjuk secara garis besar tentang proses dan isi wawancara untuk menjaga agar pokok - pokok yang direncanakan dapat tercakup seluruhnya.
- f) Wawancara baku terbuka, yaitu jenis wawancara yang menggunakan seperangkat pertanyaan baku. Urutan pertanyaan, kata - katanya dan cara penyajiannya pun sama untuk setiap responden.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah teknik mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis, seperti arsip - arsip dan termasuk juga buku - buku tentang pendapat, teori, dalil atau hukum - hukum dan lain - lain yang berhubungan dengan masalah penelitian. Dokumen dalam penelitian ini digunakan sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dapat dimanfaatkan untuk menguji, menafsir, bahkan untuk meramalkan.⁴³ Pada dasarnya proses studi dokumentasi bukan merupakan kegiatan yang berdiri sendiri, akan tetapi seringkali bersamaan dengan penggunaan teknik pengumpulan data yang lainnya.

⁴²*Ibid*

⁴³J.Moleong, Lexy. (2014). Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

E. Teknik Analisa Data

Analisis adalah proses menyusun data agar dapat ditafsirkan. Menyusun data berarti menggolongkannya dalam pola, tema atau kategori melakukan analisis adalah pekerjaan yang sulit, memerlukan kerja keras, analisis memerlukan daya kreatif serta kemampuan intelektual tinggi, sehingga tiap peneliti harus mencari sendiri metode yang dirasanya sama dengan sifat penelitiannya. Tugas peneliti adalah mengadakan analisis tentang data yang diperolehnya agar diketahui maknanya. namun ada kemungkinan peneliti tidak dapat menemukan implikasi penelitiannya karena masih terlampau dekat dan masih terlampau terlibat dalam kerja lapangan”.⁴⁴

Analisis data dalam penelitian kualitatif berlangsung secara interaktif, dimana pada setiap tahapan kegiatan tidak berjalan sendiri - sendiri. Meskipun tahap penelitian dilakukan sesuai dengan kegiatan yang direncanakan, akan tetapi kegiatan ini tetap harus dilakukan secara berulang antara kegiatan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data serta verifikasi atau penarikan suatu kesimpulan. Untuk menganalisa data dalam penelitian ini, digunakan langkah – langkah atau alur yang terjadi bersamaan yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau balur verifikasi data.⁴⁵

1. Reduksi data, adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan data kasar yang muncul dari catatan-catatan yang tertulis di lapangan.⁴⁶ Reduksi data ini bertujuan untuk menganalisis data yang lebih mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data agar diperoleh kesimpulan yang dapat ditarik atau verifikasi. Dalam penelitian ini, proses reduksi data dilakukan dengan mengumpulkan data dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi kemudian dipilih dan dikelompokkan berdasarkan kemiripan data.

⁴⁴Rahmani, N. A. B. (2016). Metodologi Penelitian Ekonomi. Cetakan Pertama. Medan: FEBI UINSU PRESS.

⁴⁵Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, J. 2014. Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.

⁴⁶*Ibid*

2. Penyajian data, adalah pengumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.⁴⁷ Dalam hal ini, data yang telah dikategorikan tersebut kemudian diorganisasikan sebagai bahan penyajian data. Data tersebut disajikan secara deskriptif yang didasarkan pada aspek yang diteliti.
3. Verifikasi data dan penarikan kesimpulan. Verifikasi data adalah sebagian dari suatu kegiatan utuh, artinya makna - makna yang muncul dari data telah disajikan dan diuji kebenarannya, kekokohnya dan kecocokannya.⁴⁸ Penarikan kesimpulan berdasarkan pada pemahaman terhadap data yang disajikan dan dibuat dalam pernyataan singkat dan mudah dipahami dengan mengacu pada pokok permasalahan yang diteliti.

F. Pengujian Kredibilitas Data

Uji kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketentuan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat dan *member check*. Digunakannya uji ini dimaksudkan untuk mendapatkan data yang lebih mendalam mengenai subyek penelitian.⁴⁹ Adapun pengujian kredibilitas data menggunakan metode triangulasi. Analisa triangulasi merupakan suatu metode analisis untuk mengatasi masalah akibat dari kajian mengandalkan suatu teori saja, satu macam data atau satu metode penelitian saja.⁵⁰ Triangulasi dapat diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara. Menurut Sugiyono (2016), terdapat 3 (tiga) macam triangulasi, yaitu :

- a) Triangulasi sumber data.

Pada triangulasi ini, data di cek kredibilitasnya dari berbagai sumber data yang berbeda denganteknik yang sama, misalnya mengecek sumber data antara bawahan, atasan, dan teman.

- b) Triangulasi teknik pengumpulan data.

⁴⁷*Ibid*

⁴⁸*Ibid*

⁴⁹Sugiono

⁵⁰Sugiono

Data dicek kredibilitasnya dengan menggunakan berbagai teknik yang berbeda dengan sumber data yang sama.

c) Triangulasi waktu pengumpulan data.

Data di cek kredibilitasnya dengan waktu yang berbeda - beda namun dengan sumber data dan teknik yang sama.

Triangulasi menjadikan data yang diperoleh dalam penelitian menjadi lebih konsisten, tuntas dan pasti serta meningkatkan kekuatan data.⁵¹

⁵¹*Ibid*

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah Singkat Rumah Kawan Bunda

Komunitas ini berdiri sejak tahun 2019, atas dasar untuk pemberdayaan wanita, khususnya ibu rumah tangga. Sehingga, selain mengurus kegiatan rumah tangga mereka memiliki kegiatan positif seperti; berwirausaha, mengikuti seminar seminar online ataupun offline bertema wirausaha, parenting dan lainnya. Atas dasar kepedulian terhadap wanita, maka komunitas ini didirikan. Bertujuan untuk memotivasi, dan mengajak semua kaum ibu agar selalu semangat untuk menjadi seorang ibu yang tangguh namun berjiwa mompreneur.

a. Visi dan Misi

- 1). VISI : Agar Komunitas ini bermanfaat untuk para wanita khususnya ibu rumah tangga, agar dapat berproduktif dan membantu perekonomian keluarga.
- 2). MISI :
 1. Melaksanakan pelatihan berbasis online dan offline
 2. Menyediakan fasilitas Marketplace untuk para member
 3. Mempromosikan produk para member baik secara online maupun offline

b. Lokasi

Lokasi awal terbentuknya komunitas ini adalah di Jalan Gaperta. Namun, secara Hukum komunitas ini didaftarkan di Jalan di Jl. Veteran Ps. 4 No.22, Helvetia, Kec. Labuhan Deli, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20244.

c. Anggota

Jumlah anggota member sampai Juli 2020 adalah 150 member yang tersebar di beberapa daerah sekitaran RKB dan grup – grup yang dibentuk sebagai

sarana untuk mempromosikan dan mendiskusikan terkait masalah anggota, program, promosi, dan sebagainya.

d. Struktur Organisasi

Struktur organisasi komunitas dipimpin oleh seorang ketua beserta wakil. Memiliki seorang sekretaris, bendahara, dan para pengurus dibidang online, keagamaan, bisnis dan kewirausahaan.

e. Logo

Arti logo komunitas ialah menggambarkan seorang wanita dengan wanita lainnya apabila bersama- sama memotivasi, maka kemampuan mereka akan semakin terasah. Penggunaan warna merah menyimbolkan semangat para wanita. Kuning, mewakili sifat ceria. Perpaduan kedua warna ini bermakna semangat dan keceriaan seorang wanita.

Gambar 2. Logo Rumah Kawan Bunda



2. Identifikasi Informan

Pada bagian ini identifikasi informan yang akan dibahas yaitu mulai dari usia, tingkat pendidikan dan pekerjaan. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan informasi yang relevan dan sesuai pokok masalah yang ingin penulis teliti, dan peneliti sedikit kesulitan mencari informan dikarenakan pandemi Covid-19. Yang menjadi informan pada penelitian ini adalah :

Pendiri Rumah Kawan Bunda (Asri Wahyuni)

Admin Rumah Kawan Bunda (Rahila Lubis)

Anggota Rumah Kawan Bunda 18 orang.

a. Usia Informan

Adapun usia informan / narasumber dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Table 2

Data Informan Berdasarkan Usia

No	Usia Informan	Jumlah	Presentase
1	20-25 Tahun	10 orang	50 %
2	26-34 Tahun	7 orang	35 %
3	>42	3 orang	25 %
4	Total	20 Orang	100 %

Sumber : Hasil Wawancara

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah informan / narasumber yang berusia 20-25 tahun sebanyak 10 orang atau 50%, kemudian narasumber yang berusia 26-34 tahun sebanyak 7 orang atau 35 %, sedangkan sebanyak 3 orang atau 25 % merupakan narasumber yang berusia >42 tahun.

b. Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan informan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Table 3

Data Informan Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah Informan	Presentase
1	SD	3 orang	15 %

2	SMP	5 orang	25 %
3	SMA	10 orang	50 %
4	S1	2 orang	10 %
5	Total	20 orang	100 %

Sumber : Hasil Wawancara

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa informan dengan tingkat pendidikan SD sebanyak 3 orang atau 15 %, kemudian informan dengan tingkat pendidikan SMP sebanyak 5 orang atau 25 %, kemudian informan dengan tingkat pendidikan SMA sebanyak 10 orang atau 50 %, dan informan dengan tingkat pendidikan S1 sebanyak 2 orang atau 10 %.

c. Berdasarkan Pekerjaan Informan

Pekerjaan informan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Table 4

Data Informan Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	Ibu Rumah Tangga	14 orang	70 %
2	Buruh	4 orang	20 %
3	Guru	2 orang	10%
4	Total	20 orang	100 %

Sumber : Hasil Wawancara

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 14 orang atau 70% informan yang bekerja sebagai ibu rumah tangga, kemudian sebanyak 4 orang atau 20% bekerja sebagai buruh, dan 2 orang atau 10 % menjadi guru.

3. Deskripsi Data Hasil Penelitian

Rumah Kawan Bunda (RKB) Medan yang berdiri di Helvetia merupakan salah satu kelompok organisasi perempuan dibidang industri rumahan yang bertujuan memberdayakan warga masyarakat khususnya bagi kaum perempuan agar lebih berdaya, RKB Medan dari sejak awal berdiri sudah mulai melaksanakan berbagai program yang di sesuaikan dengan potensi yang ada, dan salah satu program dari RKB Medan adalah pemberdayaan perempuan melalui pengolahan kreatifitas, home industry, dan berbagai macam olahan makanan. Dengan berjalannya program yang telah terlaksana oleh RKB Medan, tentunya banyak sekali pengalaman bagi pengurus dalam merancang sebuah program yang bisa menjadikan anggota lebih mandiri, dari pengalaman itulah pengelola mulai menyadari pentingnya peran anggota kelompok dalam perencanaan sebuah program.

Latar belakang berdirinya Rumah Kawan Bunda Medan berawal dari inisiatif dari Pendirinya yang memiliki ide untuk mengelola kelompok kaum perempuan yang menghasilkan berbagai produk industri rumahan dan olahan makanan. Produk dan Olahan makanan tersebut kemudian di jual di stand RKB, bazar – bazar dan secara online. Berawal dari sini kemudian mendorong perempuan - perempuan lain di Daerah sekitar itu untuk melakukan hal yang sama khususnya para Ibu rumah tangga yang mata pencaharian utamanya kadang tidak tercukupi. Kemudian muncul ide lain dari pendiri dan para anggota untuk membentuk kelompok usaha bersama yaitu usaha produk rumahan dan olahan makanan yang kemudian berkembang menjadi Rumah Kawan Bunda. RKB medan yang mampu menunjukkan eksistensinya sehingga mendapat perhatian dari berbagai macam lembaga. Anggota Rumah Kawan Bunda tersebut mendapatkan pembinaan dan pendampingan dari par mentor yang ahli pada bidangnya, kemudian mentor dan pendiri memberikan sosialisasi dan penyadaran kepada para perempuan - perempuan yang ada di diutamakan pada para Ibu rumah tangga. Melalui penyadaran tersebut sehingga semakin banyak perempuan yang ingin berdaya agar mampu meningkatkan produktivitas mereka.

Selain memberikan sosialisasi dan memberikan penyadaran para mentor dan pendiri menawarkan program-program pemberdayaan. Awal mula berdirinya RKB medan beranggotakan beberapa orang saja, hingga saat ini jumlah anggota dan pengurus RKB medan bertambah menjadi 150 anggota. Dengan meningkatnya jumlah anggota kelompok, membuktikan bahwa RKB medan mempunyai manfaat kaum perempuan sekitar, sehingga banyak kaum perempuan yang ingin bergabung menjadi anggota kelompok tersebut. Pengurus dan anggota kelompok RKB medan mempunyai semangat yang tinggi untuk memberdayakan diri, hal tersebut terbukti dengan adanya program yang telah dilaksanakan di dalam kelompok tersebut.

Adapun nama pendiri dan anggota yang menjadi informan dapat dilihat dalam tabel berikut ini.

Tabel 5
Daftar Nama Anggota RKB yang menjadi informan

No	Nama	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pekerjaan
1	Asri Wahyuni	Perempuan	S1	Guru
2	Rahila	Perempuan	S1	Guru
3	Dwi Lestari	Perempuan	SMA	Buruh
4	Tri asih	Perempuan	SD	Buruh
5	Ratih	Perempuan	SMP	Buruh
6	Intan	Perempuan	SMP	Buruh
7	Sumarsih	Perempuan	SMP	Ibu Rumah Tangga
8	Dinda	Perempuan	SD	Ibu Rumah Tangga
9	July Athaya	Perempuan	SMA	Ibu Rumah Tangga
10	Rida	Perempuan	SMA	Ibu Rumah Tangga
11	Dewi	Perempuan	SMP	Ibu Rumah Tangga

12	Atik	Perempuan	SD	Ibu Rumah Tangga
13	Sri Ayu	Perempuan	SMP	Ibu Rumah Tangga
14	Ufairah	Perempuan	SMA	Ibu Rumah Tangga
15	Imie	Perempuan	SMA	Ibu Rumah Tangga
16	Fadilah	Perempuan	SMA	Ibu Rumah Tangga
17	Opie	Perempuan	SMA	Ibu Rumah Tangga
18	Ana Pratiwi	Perempuan	SMA	Ibu Rumah Tangga
19	Roma	Perempuan	SMA	Ibu Rumah Tangga
20	Evi Damayanti	Perempuan	SMA	Ibu Rumah Tangga

Sumber : Hasil Wawancara

Setiap organisasi tentu memiliki Program untuk mengembangkan tujuan yang ingin dicapai. Hal ini juga berlaku bagi Rumah Kawan Bunda sebagai sebuah Lembaga yang bergerak di bidang pemberdayaan perempuan. Dilihat pada Rumah Kawan Bunda yang bergerak pada program pemberdayaan perempuan, maka tujuan lembaga ini adalah berusaha untuk menjadikan perempuan-perempuan yang berada di sektor domestic untuk memiliki daya kreasi untuk mengembangkan bisnis. Hal ini dimaksudkan agar perempuan-perempuan tidak hanya berkuat pada urusan rumah tangga, namun juga memiliki usaha bisnis walaupun tetap mengurus rumah tangga. Untuk sampai pada tujuan tersebut, tentu dibutuhkan program yang matang.

.Adapun pemberdayaan terhadap perempuan adalah salah satu carapositif untuk meningkatkan potensi perempuan dan meningkatkan peran perempuan baik

di domain publik maupun domestik. Hal tersebut dapat dilakukan diantaranya dengan cara⁵²:

1. Membongkar mitos kaum perempuan sebagai pelengkap dalam rumah tangga. Pada zaman dahulu, muncul anggapan yang kuat dalam masyarakat 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.
2. Memberi beragam ketrampilan bagi kaum perempuan. Sehingga kaum perempuan juga dapat produktif dan tidak menggantungkan nasibnya terhadap kaum laki-laki. Berbagai ketrampilan bisa diajarkan, diantaranya: ketrampilan menjahit, menyulam serta berwirausaha dengan membuat kain batik dan berbagai jenis makanan.
3. Memberikan kesempatan seluas-luasnya terhadap kaum perempuan untuk bisa mengikuti atau menempuh pendidikan seluas mungkin. Hal ini diperlukan mengingat masih menguatnya paradigma masyarakat bahwa setinggi-tinggi pendidikan perempuan toh nantinya akan kembali ke dapur. Inilah yang mengakibatkan masih rendahnya (sebagian besar) pendidikan bagi perempuan.

Upaya yang dilakukan Rumah Kawan Bunda untuk mencapai tujuan utama dalam pemberdayaan perempuan adalah dengan melihat program-program yang ditawarkan. Sejauh ini Rumah Kawan Bunda memiliki delapan fasilitas yang merupakan strategi mereka dalam program pemberdayaan perempuan. Program-program tersebut antara lain :

1. Pelatihan bisnis secara langsung (Offline) selama tiga bulan
2. Pelatihan bisnis online selama dua bulan
3. Pameran produk dan pelatihan public speaking serta terjun langsung ke lapangan

⁵²Salman, I. (2005).*Keluarga Sakinah dalam Aisyiyah*, Cetakan Pertama. Jakarta: PSAP Muhammadiyah.

4. Marketplace/website yang dihandel oleh tim
5. Kelas belajar dan bermain untuk anak
6. Kelas keterampilan
7. Kelas parenting
8. Toko offline (tidak bayar uang sewa tahunan, listrik, air, biaya iklan, biaya admin dan biaya keamanan)

Ke-delapan fasilitas yang didapat ini merupakan Program yang diterapkan oleh Rumah Kawan Bunda untuk program pemberdayaan perempuan. Program tersebut sesuai dengan pandangan ibu Asri Wahyuni berikut ini :

“Peran RKB dalam pemberdayaan kaum perempuan dalam hal membantu promosi produk teman2 member di media sosial dan shopee. Hal ini berguna untuk menunjang perempuan untuk aktif dalam mengembangkan usahanya. Setiap member akan mendapat pelatihan online maupun offline dan dipandu oleh mentor-mentor yang berpengalaman.”⁵³

Pandangan di atas sejalan dengan pendapat Admin Rumah Kawan Bunda dan Ibu July berikut ini :

RKB mendorong dan memotivasi para bunda agar mempunyai kemampuan dan skill di dalam dirinya. Karena pelatihannya online dan offline, Jadi lebih tau strategi bisnis online disosmed maupun marketplace. Ini tentu saja membantu banget buat ibu-ibu yang ingin berusaha tapi bingung mau usaha apa (wawancara dengan Admin RKB).⁵⁴

Bermanfaat bangetlah pastinya, apalagi ditengah pandemi gini, perempuan yg selama ini mungkin dianggap gak bisa menghasilkan uang, dgn ikut pelatihan-pelatihan RKB bisa menghasilkan uang sendiri berbekal ilmu di pelatihan tersebut (wawancara dengan Ibu July).⁵⁵

Pandangan diatas tentu menarik jika melihat antusiasme perempuan terutama ibu-ibu untuk mengembangkan usaha. Namun segala jenis fasilitas tersebut terlihat menarik ketika melihatnya lebih jauh yakni pada sisi rekrutmen anggota.

⁵³wawancara dengan pendiri RKB ibu Asri Wahyuni

⁵⁴wawancara dengan Admin RKB Rahila Lubis

⁵⁵wawancara dengan anggota RKB Ibu July

Awal kenal RKB itu waktu mbak Ayu posting iklan tentang emak-emak gendong anak belajar bisnis. Mulai kepo tanya-tanya langsung tertarik, Saya sangat merasakan dampak positif sejak ikut pelatihan RKB. Mulai banyak di kenal orang dan banyak yang tau bisnis saya apa RKB Sangat membantu sekali untuk kami emak-emak yang sibuk mengurus anak, suami dan rumah tangga tapi rekening tetap menggendut (wawancara dengan Ibu Ridha).⁵⁶

Hal ini berbeda dengan proses rekrutmen yang dialami Ibu July. Berikut penggalan wawancara dengan beliau :

Kenal rkb dr mba ayu owner rkb,kbtulan saya smpat 1 grup emak emak dgn mba ayu, dan sblum gabung di rkb saya sudah jd tim editor di rkb smpai skrg, jd saya jd tim edit dlu baru dimasukin mba ayu ke rkb⁵⁷

Penggalan wawancara di atas memberikan gambaran bahwa rekrutmen anggota melalui iklan di sosial media seperti facebook dan istagram. Hal ini tentu sangat praktis untuk merekrut anggota terlebih lagi dalam mengikuti program di Rumah Kawan Bunda, setiap member hanya mengeluarkan uang sebsar Rp 5.000.- untuk harga promosi dan Rp 10.000,- untuk harga normal perhari. Harga tersebut cukup murah jika dibandingkan harus mengikuti pelatihan professional, terlebih fasilitas yang didapat cukup padat dengan harga yang ekonomi. Hal ini sejalan dengan pendapat Ibu July Berikut ini:

Banyak kenal dengan orang-orang hebat, mengenal cara berbisnis, omset meningkat. Di RKB semua di ajarin bisnis offline dan online.Promosi offline, promosi online, bazar dan lain-lain. Banyak produk andalan di RKB, mulai pakaian, sepatu, makanan, jasa. Dengan biaya Cuma lima ribu sampai sepuluh ribu pendaftaran. Syaratnya hanya memberikan produk yang dia jual ke perekrut. Terserah mau berapa sekilas hati.⁵⁸

Penggalan wawancara di atas memberikan gambaran bahwa Rumah Kawan Bunda merupakan lembaga yang memberikan banyak pelatihan dengan

⁵⁶wawancara dengan anggota RKB Ibu Ridha

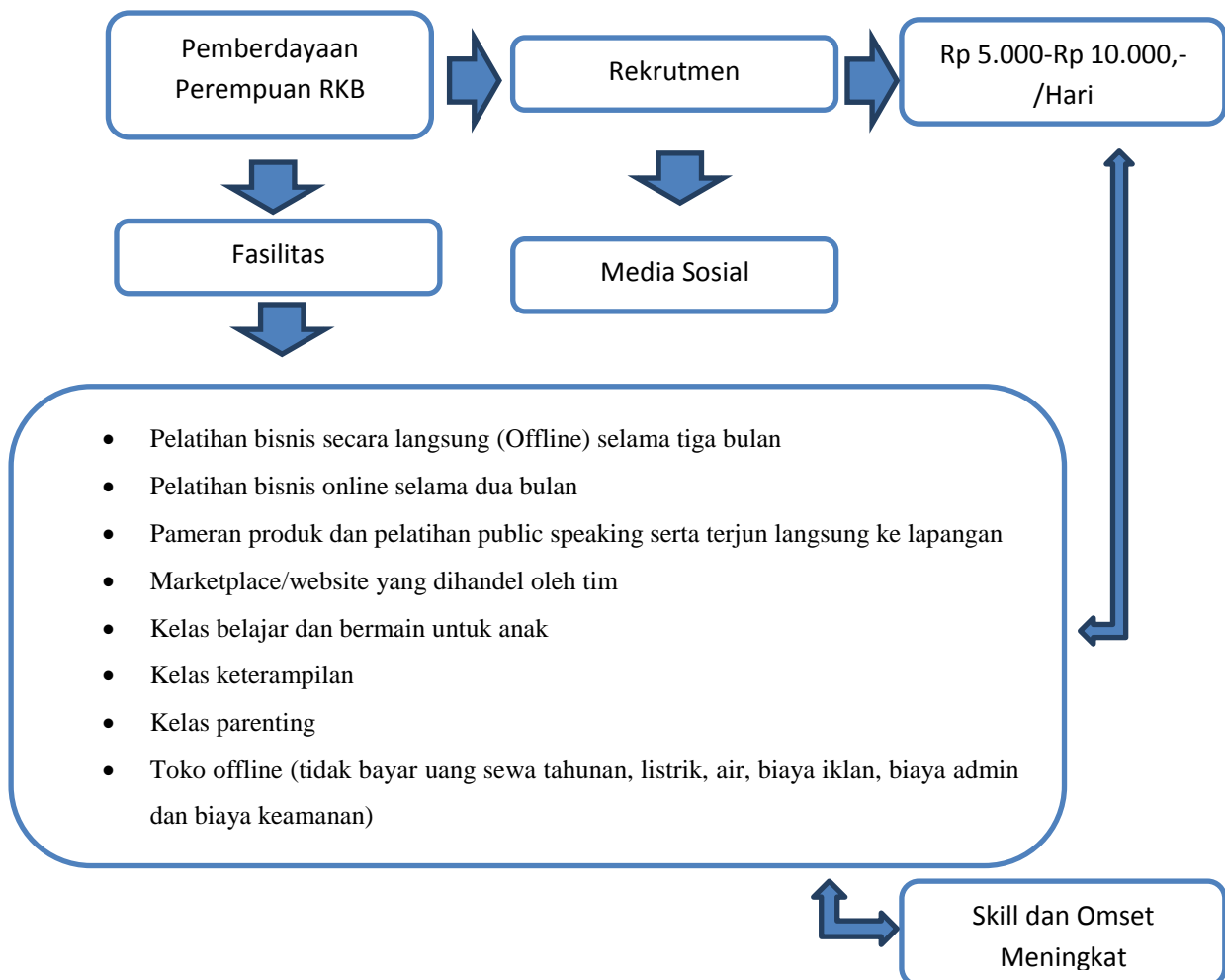
⁵⁷wawancara dengan anggota RKB Ibu July

⁵⁸Ibid

biaya yang murah. sistem rekrutmen member yang tidak mengkhuskan. Hal ini yang membuat lembaga kawan Bunda lebih diterima oleh para member.

Pendapat di atas juga memberikan gambaran bagaimana kehadiran RKB sebagai wadah pemberdayaan perempuan mampu memberikan manfaat bagi para membernya. Memberikan fasilitas yang dibutuhkan merupakan program utama dalam menjalankan lembaga RKB dan bisa memotivasi masyarakat untuk bergabung. Untuk lebih detail dapat dilihat dari bagan berikut ini :

Gambar 3. Alur Program Pemberdayaan di Rumah Kawan Bunda



Bagan di atas menggambarkan upaya Rumah Kawan Bunda dalam pemberdayaan perempuan. Pada bagan tersebut terlihat dua program yang diterapkan oleh Rumah Kawan Bunda yakni fasilitas dan rekrutmen member.

Pada fasilitas Rumah Kawan bunda berpusat pada delapan program yang disusun secara berkala. Dari ke-delapan fasilitas yang diterima member pada dasarnya menggambarkan bahwa Rumah Kawan Bunda memiliki fokus dalam pengembangan usaha mikro, dengan menghadirkan pelatihan online dan offline yang mampu memberikan efek pada pengembangan usaha. Fasilitas yang diberikan tentu tidak akan berjalan jika strategi rekrutmen member tidak dijalankan. Rekrutmen member dilakukan dengan menggunakan media online dan beberapa surat kabar yang kerap mempublikasi kegiatan. Hal ini turut membantu sisi promosi untuk menarik perhatian perempuan untuk mengambil langkah bisnis dari rumah. Kondisi ini ditunjang dengan biaya administrasi yang murah dan terjangkau. Output dari dua upaya yang diterapkan Rumah Kawan Bunda pada akhirnya menghasilkan dua peningkatan. Yang pertama adalah peningkatan skill dan kedua adalah peningkatan omset penjualan.

Peningkatan skill diperoleh dari fasilitas yang diterima berupa kemampuan untuk berjualan baik online dan offline yang dipandu oleh mentor-mentor berkualitas. Hal ini juga didukung oleh kemampuan public speaking untuk berbicara secara mendalam terkait produk yang dijual. Selain itu member akan diajak untuk masuk dalam marketplace dengan memanfaatkan sosial media yang ada seperti facebook dan instagram. Pendampingan terhadap setiap proses penjualan akan terus dipantau dan dievaluasi oleh mentor di RKB. Hal ini memungkinkan setiap member untuk berdiskusi terkait langkah yang lebih strategi dalam mengembangkan usahanya.

Dengan promosi offline dan online, promosi offline dengan bazar - bazar yang ada dan dari mulut ke mulut, kalau online dari berbagai media sosial dan grub-grub yang berisikan ribuan member. (wawancara dengan Ibu Ridha).⁵⁹

Dari penggalan wawancara di atas lebih spesifik Rumah Kawan Bunda membantu memfasilitasi promosi offline menggunakan bazar-bazar yang gratis tanpa biaya sewa lahan dan lain sebagainya. Hal ini tentu saja menjadi daya Tarik bagi seorang pemula untuk memulai bisnis, namun sering terkendala

⁵⁹wawancara dengan anggota RKB Ibu Ridha

dengan pembiayaan akomodasi yang terkadang mahal seperti sewa stand bazar. Hal ini tentu sangat membantu perempuan yang baru mengenal dunia usaha.

Selanjutnya para member mendapat pelatihan online tentang promosi dengan memanfaatkan sosial media baik whatsapp, facebook dan istagram. Pada upaya ini para member tidak hanya diajarkan bagaimana mepercantik tampilan produk, namun juga membuat logo, pengeditan foto yang berkualitas agar lebih menarik peminat hingga cara memposting produk sehingga diminati.

Peningkatan skill dalam melakukan bisnis untuk perempuan yang berada di sektor domestik, pada akhirnya mampu mengajak para member tidak hanya menghasilkan uang namun juga mampu melakukan manajemen waktu yang baik. Hal ini terlihat dari beberapa seminar parenting yang mampu memberikan pemahaman bahwa setiap ibu rumah tangga dapat terus berbisnis tanpa harus melupakan pekerjaan domestik di rumah.

Peningkatan selanjutnya adalah omset. Peningkatan omset sejalan dengan skill berjualan dan tehnik parenting yang semakin dikuasai. Member yang benar-benar mengikuti step by step program di Rumah Kawan Bunda akan merasakan perubahan dari kemampuan yang dimilikinya berupa omset yang terus bertambah, dengan konsumen yang semakin banyak dari hari ke hari. Hal ini sejalan dengan penggalan wawancara dengan Ibu Opie Owner @ Rujakkuiniprimadona ini:

Di RKB kami mendapat banyak pengetahuan baru. Saya sebelumnya hanya memproduksi sehari 10 rujak, tapi setelah mengikuti program pelatihan RKB saya disarankan menggunakan sistem Reseller dan ternyata meningkat menjadi 50 rujak.⁶⁰

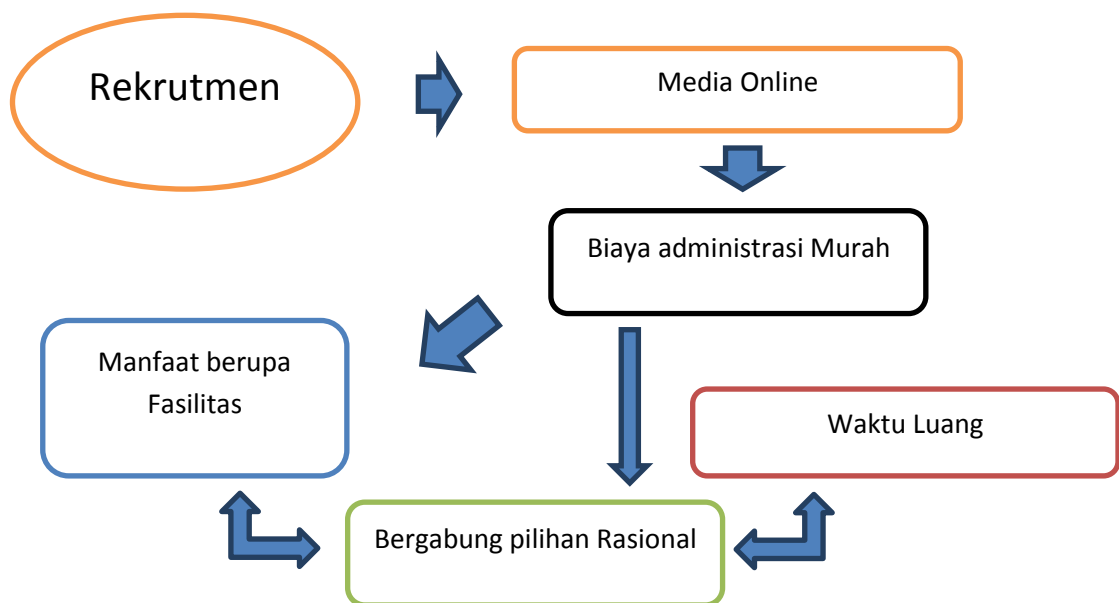
Peningkatan omset penjualan yang dialami oleh Ibu Opie merupakan bentuk dari dedikasi yang diberikan oleh Rumah Kawan Bunda dalam hal pemberdayaan perempuan. Rumah Kawan Bunda hadir menjadi mitra yang menyenangkan bagi ibu-ibu dalam mengandalkan bisnisnya. Hal ini tentu sejalan dengan nama “Rumah Kawan Bunda” sendiri, dimana organisasi ini menjadi wadah atau tempat bagi para ibu-ibu untuk menemukan mitra yang tepat dalam mengembangkan bisnisnya.

⁶⁰wawancara dengan anggota RKB Ibu Opie

Rumah Kawan Bunda tidak hanya memberikan pelatihan namun juga memberikan fasilitas dan terus memberikan follow up secara berkala bagi para member yang tengah menjalankan bisnisnya. Hal ini merupakan bentuk pendampingan secara penuh yang dilakukan Rumah Kawan Bunda untuk memajukan usaha membernya.

Hal menarik lainnya dari hasil dari program pemberdayaan yang diterapkan oleh Rumah Kawan Bunda adalah proses pengambilan keputusan para member untuk bergabung dengan rumah kawan Bunda. Hal ini merupakan output berbeda yang dihasilkan sehingga pilihan menjadi member di Rumah Kawan Bunda Menjadi Rasional. Berikut Bagan yang menjelaskan hal tersebut :

Gambar 4. Proses pengambilan Keputusan menjadi Member di Rumah Kawan Bunda dengan motivasi atas kegiatan dan fasilitas yang ada.



Gambar di atas memberikan gambaran bahwa rekrutmen melalui promosi dengan media online pada akhirnya memberikan stimulus dan motivasi bagi para perempuan yang banyak menghabiskan waktu di sektor domestik untuk lebih memanfaatkan waktu yang mereka miliki. Promosi dengan media online

memberikan info tentang fasilitas yang didapat dengan biaya yang harus dikeluarkan. Dengan biaya yang terjangkau per harinya, ini mampu menarik perhatian perempuan untuk ikut dalam kegiatan yang diadakan Rumah Kawan Bunda. Hal ini juga didukung dengan waktu luang yang berlebih pasca mengerjakan pekerjaan rumah. Waktu luang yang cukup banyak ini dapat dimanfaatkan untuk kegiatan yang positif. Dan kegiatan tersebut sangat menarik jika berhasil memberikan tambahan income. Berangkat dari alur yang digambarkan oleh gambar di atas, maka pilihan untuk bergabung menjadi member di Rumah Kawan Bunda adalah pilihan yang rasional.

Kondisi diatas tentu berhubungan dengan keputusan. Keputusan merupakan hasil pemecahan dari suatu masalah yang harus diambil dengan tegas. Atas dasar hal tersebut pengambilan keputusan didefinisikan sebagai pemilihan keputusan atau kebijakan yang didasarkan atas kriteria tertentu. Proses ini meliputi dua kemungkinan atau lebih. Terry mengungkapkan bahwa pengambilan keputusan diambil sebagai keputusan pemilihan yang didasarkan atas dua atau lebih kemungkinan⁶¹.

Proses pengambilan keputusan merupakan proses situasional yang dimulai dari problem *recognition* yang dilanjutkan dengan pencarian informasi untuk memecahkan masalah dengan pemilihan alternaif-alternatif solusi dengan menentukan pilihan. Dalam Pendekatan antropologi budaya, keputusan dipengaruhi secara simultan dan kontinyu oleh dimensi eksternal dalam kultur yang bersangkutan dimana habitat komunitasnya berada⁶².

Faktor *experience* melalui dimensi eksternalnya menjadi tolak ukur rujukan bagi konsumen dalam menetapkan lima elemen dasar dimensi internal individu yang bersangkutan. Artinya seorang individu harus benar-benar memahami kondisi obyektif dari ruang lingkup dimana unsur kebudayaan yang

⁶¹Terry, G. R. (2000). Principles of Management Alih Bahasa Winardi. Bandung:Penerbit Alumni, Bandung.

⁶²Hidayat, R. A. (2012). Pendekatan Antropologi Budaya dalam Memahami Perilaku Konsumen: Sebuah Kerangka Konsep Pemikiran. Jakarta: Universitas Esa Unggul.

hidup pada salah satu elemen dimensi eksternal, yang mempengaruhi pola pikir, tindak dan perilaku sebuah masyarakat⁶³.

Langkah pemberdayaan perempuan dapat dilakukan melalui jalur pengorganisasian dan jalur pendidikan. Dengan mempelajari gerakan perempuan yang ada, kita akan dapat mempunyai gambaran yang relatif utuh tentang kiprah perempuan dalam memperjuangkan dirinya. Untuk definisi gerakan perempuan, sulit untuk memperoleh definisi yang komprehensif., karena gerakan perempuan tidak pernah bicara dalam satu bahasa. Definisi yang luas kiranya lebih tepat untuk bisa menangkap heterogenitas dan kompleksitasnya⁶⁴.

Tingkat pendidikan sama sekali tidak berpengaruh terhadap peran gender ibu rumah tangga. Hal ini disebabkan karena kegiatan usaha tidak memerlukan pendidikan formal, namun lebih memerlukan pengalaman. Tanggungan keluarga sangat berpengaruh bagi peran gender ibu rumah tangga. Pada rumah tangga yang mempunyai anak balita, peran gender wanita cenderung tinggi. Hal ini disebabkan karena mereka harus bekerja keras untuk mencukupi kebutuhan ekonomi rumah tangga⁶⁵.

Pandangan di atas menjadi titik berpijak bagi Rumah Kawan Bunda untuk melakukan kegiatan pemberdayaan perempuan. Pengorganisasian memberikan perempuan sebuah wadah untuk berkumpul dan mengembangkan ide kreatif dan memanfaatkan waktu luang seefisien mungkin. Sedangkan jalur pendidikan memberikan pengetahuan yang berguna untuk menunjang ide kreatif tersebut.

Partisipasi perempuan di dalam kelembagaan di tingkat lokal relatif tinggi. Hal ini antara lain disebabkan tidak terdapat perbedaan status sosial ekonomi diantara para anggota, dan pada umumnya kelembagaan lokal terbentuk secara otonom sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu kesadaran dan pengarusutamaan gender dapat dilakukan mulai dari pusat, dan di tingkat lokal dapat dilakukan di dalam kelembagaan tradisional yang ada di dalam masyarakat.

⁶³*Ibid*

⁶⁴Saptandari, P. (2000). Pemetaan Kekuatan Organisasi Perempuan sebagai Upaya Pemberdayaan Perempuan dan Pranata Lokal. Prosiding Simposium Internasional Jurnal Antropologi Indonesia I Makassar.

⁶⁵Hastuti, E.L. (2004). Pemberdayaan petani dan kelembagaan Lokal Dalam Perspektif Gender. Working Paper. Pusat Penelitian dan Pengembangan Sosial Ekonomi Pertanian.

Langkah pemberdayaan yang dilakukan oleh Rumah Kawan Bunda memiliki dimensi untuk mengembangkan ide kreatif dalam rangka pemerataan peran antara laki-laki dan perempuan. Untuk itu Rumah Kawan Bunda menghadirkan program-program yang menarik untuk mengajak perempuan untuk memiliki kegiatan bisnis diluar kegiatan mengurus rumah tangga. Hal ini terlihat dari gambar tentang program di Rumah Kawan Bunda berikut ini :

Gambar 5. Program dalam bentuk Fasilitas di Rumah Kawan Bunda

Waktunya Bunda Belajar Bisnis & Parenting Di Rumah Kawan Bunda

RUMAH KAWAN BUNDA

FASILITAS :

- Pelatihan bisnis secara langsung (offline) selama 3 bulan
- Pelatihan bisnis secara online selama 2 bulan
- Pameran produk dan pelatihan public speaking serta terjun langsung ke lapangan
- Marketplace/website yang dihandel oleh tim
- Kelas belajar dan bermain untuk anak
- Kelas pelatihan keterampilan seperti menjahit dll
- Kelas Parenting
- Toko offline (gak perlu bayar sewa tahunan, listrik, air, biaya iklan, biaya admin dan biaya keamanan)

BIAYA :

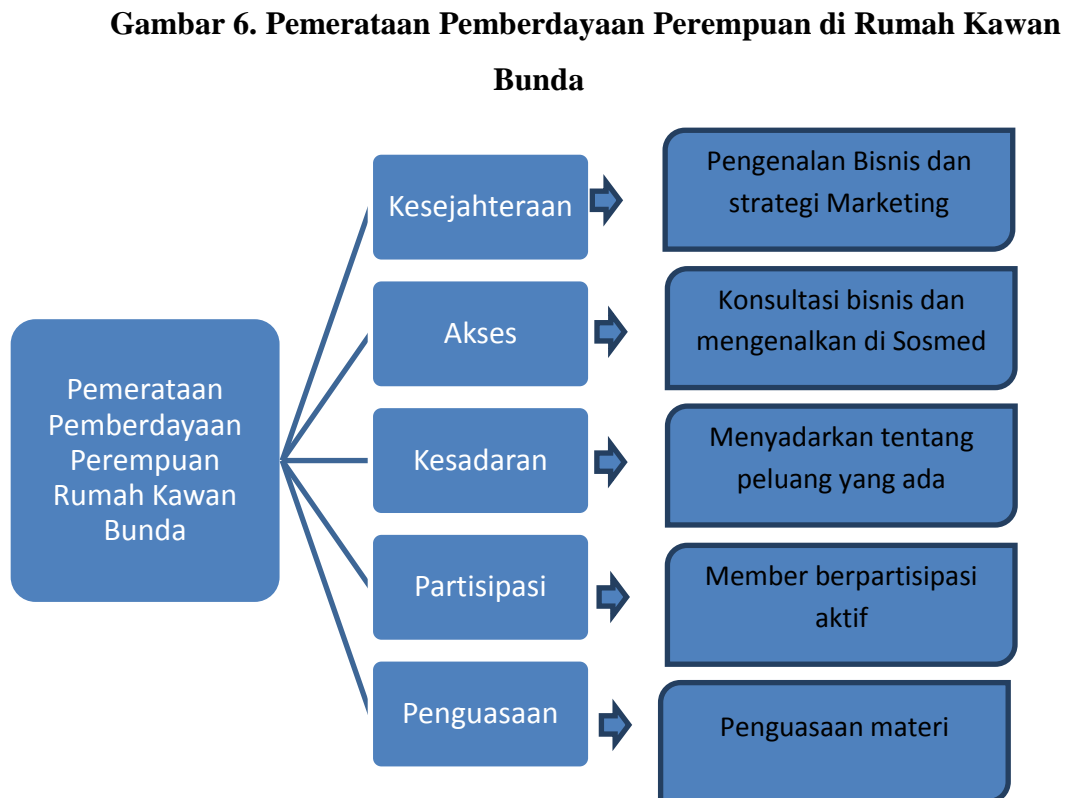
- Promosi hanya Rp 5000/hari
- Normal Rp 10.000/hari (syarat dan ketentuan berlaku)

Info Wa 085358074677 (Ayu)

POTRET KEGIATAN :

Setidaknya terdapat lima tingkat pemerataan di dalam kerangka pemberdayaan perempuan. Ke-lima tingkat pemerataan dalam pemberdayaan

perempuan di Rumah Kawan Bunda diilhami oleh delapan fasilitas yang diberikan Rumah Kawan Bunda. Berikut Bagan yang menjelaskan lima pemerataan tersebut :



Yang pertama adalah pemerataan tingkat kesejahteraan. Kalau pada awal, kelompok ini ingin diberdayakan tetapi tidak punya aset terhadap ekonomi, tidak punya peluang pada upaya meningkatkan kemampuannya di dalam perekonomian, tidak sejahtera, maka tentu tidak mungkin bisa mengangkat dari penderitannya⁶⁶.

Pada tahap pemerataan tingkat kesejahteraan, Rumah Kawan Bunda memberikan pelatihan dan workshop-workshop bisnis dan pengembangan usaha. Misalnya program pelatihan financial planner (Langkah menentukan anggaran

⁶⁶Saptandari, P. (1999). Lima tingkat pemberdayaan perempuan. *Masyarakat Kebudayaan dan Politik*, Th XII, (2).

dan pembiayaan bisnis yang disampaikan oleh Syafrizal Helmi SE;MM. program tersebut secara langsung memberikan tips dan trik bagaimana memulai usaha dengan perencanaan anggaran. Hal ini tentu sangat dibutuhkan karena bagi pelaku usaha terutama yang masih baru memulai tidak memiliki pengetahuan dalam hal perencanaan anggaran dan pembiayaan dalam bisnis. Hal ini sangat membantu perempuan yang baru memulai untuk berbisnis mengerti dan memahaminya. Program-program pelatihan bisnis yang dimiliki oleh Rumah Kawan Bunda disampaikan secara konsisten setiap minggunya. Hal ini memungkinkan bagi para perempuan yang menjadi member untuk mendapatkan banyak sekali ilmu tentang bisnis.

Kecakapan perempuan yang menjadi member Rumah Kawan Bunda dalam menangkap materi pelatihan pada dasarnya merupakan tujuan dari organisasi ini untuk memposisikan bahwa perempuan yang biasa bekerja di sektor domestik atau rumah tangga dapat menghasilkan income yang apabila dilakukan secara serius akan memberikan efek kesejahteraan. Hal ini secara tidak langsung memperlihatkan tahap pemerataan tingkat kesejahteraan antara perempuan dan laki-laki dalam sebuah rumah tangga.

Kedua, pemerataan akses, yaitu meningkatkan kemampuan mereka masuk ke sektor-sektor untuk mendapatkan informasi, mendapatkan kesempatan bekerja, mendapatkan kesempatan pendidikan yang baik yang sama kedudukannya dengan kaum laki-laki. Kalau akses itu sudah diperoleh, maka langkah yang berikutnya adalah bagaimana meningkatkan kesadaran.

Pada tahap kedua ini, Rumah Kawan Bunda hadir dalam tahap follow up kegiatan bisnis. Tahap ini terlihat dari setiap pelatihan yang didapatkan member baik online maupun offline, Rumah Kawan Bunda akan tetap memantau hasilnya dengan melihat perkembangan bisnis yang dilakukan oleh member. Sebagai contoh adalah pandangan Ibu Asri Wahyuni berikut ini :

Peran RKB membantu promosi dan konsultasi dengan para ahliOnline melalui instagram RKB dan shopee. Offline melalui

*bazar. Responnya sangat antusias. Dan berpengaruh kepada penjualan dan pengetahuan di bidang digital marketing.*⁶⁷

Pendapat Ibu Sri Wahyuni di atas memberikan gambaran bahwa Rumah Kawan Bunda berusaha memberikan akses yang luas dan terpantau dengan membantu setiap member dalam memasarkan produk mereka. Rumah Kawan Bunda berusaha membantu promosi melalui Instagram Rumah Kawan Bunda dan masuk dalam Marketplace seperti Shopee. Khusus Shopee sendiri merupakan aplikasi pemasaran yang cukup besar dan banyak diminati konsumen. Sebagai perusahaan Star Up, Shopee memiliki rating 4.6, sebuah rating yang cukup bagus untuk sebuah layanan belanja dengan menghadirkan beragam kemudahan. Namun sebagai aplikasi belanja yang terpercaya, persaingan produk sejenis tentu tidak dapat dihindarkan, harga produk yang kompetitif dan kualitas yang juga terjamin menjadi hal yang sudah biasa dalam persaingan bisnis. Bagi member Rumah Kawan Bunda masuk ke aplikasi penjualan produk di Shopee tentu harus memiliki strategi agar barang tetap laku terjual. Disinilah pemberian akses juga dibantu dengan konsultasi dengan ahli, seperti desain produk yang menarik, pengambila angel foto produk yang menarik pula. Semua strategi tersebut didiskusikan agar member tidak salah dalam melakukan langkah bisnis.

Pemberian akses dan konsultasi bisnis yang dilakukan oleh Rumah Kawan Bunda merupakan bentuk pemerataan akses. Hal ini menjadi bentuk pemberdayaan agar perempuan memiliki akses yang sama dengan laki-laki, dengan memberikan kesempatan bagi perempuan untuk memulai bisnis dengan akses yang terus dipantau, akan memudahkan bagi member untuk mendapatkan kesempatan yang sama dengan laki-laki.

Ketiga, pemerataan kesadaran. Kalau kesadaran itu muncul, maka diharapkan mereka itu bisa memperbaiki sendiri apa yang menjadi kebutuhan-kebutuhan dari jender perempuan ini. Setelah penyadaran diperoleh, maka tingkat yang berikutnya adalah peningkatan atau pemerataan partisipasi aktif.

Pada pemerataan kesadaran ini Rumah Kawan Bunda berdiri sebagai penghimbau bahwa perempuan memiliki kesempatan yang sama dengan laki-laki

⁶⁷*wawancara dengan pendiri RKB ibu Asri Wahyuni*

untuk mengembangkan usaha. Justru dengan banyaknya waktu luang pasca mengurus rumah tangga menjadi peluang besar bagi perempuan untuk memiliki bisnis sendiri dari rumah. Perempuan harus sadar potensi besar yang dimiliki, untuk itu Rumah Kawan Bunda dapat menjadi mitra bagi perempuan untuk mengembangkan usaha. Pola penyadaran tersebut terlihat dari program-program seperti kelas belajar dan bermain untuk anak dan kelas parenting. Kedua jenis fasilitas yang ditawarkan Rumah Kawan Bunda ini membantu proses penyadaran posisi bagi perempuan untuk berbuat lebih dari sekedar mengurus rumah tangga.

Kelas belajar dan bermain bagi anak, tidak hanya memberikan pelatihan tentang bagaimana memilihkan permainan kepada anak yang mengandung unsur edukasi, namun dengan adanya kelas tersebut, member diharapkan mampu mengembangkan permainan yang dapat dimainkan dimana peran orang tua tidak hanya sebagai pemberi permainan namun juga sebagai actor yang ikut dalam permainan tersebut. Secara tidak langsung kelas ini memberikan pengetahuan bahwa bermain dengan anak dapat menjaga kelekatan orang tua dan anak, sekaligus memberikan penyadaran bahwa peran orang tua dalam memilihkan permainan sangat penting.

Kelas parenting juga memberikan penyadaran tentang bagaimana membagi peran. Dalam hal ini perempuan harus mampu mengatur waktu antara menjaga hubungan, pekerjaan rumah tangga dan menerapkan bisnis yang terus menghasilkan income. Di kelas parenting ini disugahi manajemen waktu yang efektif perempuan dalam berbisnis.

Kedua kelas di atas merupakan bentuk penyadaran yang dilakukan Rumah Kawan Bunda kepada para member bahwa perempuan harus memiliki andil diluar pekerjaan mereka di sektor domestik. Hal ini menjelaskan asas pemerataan kesadaran terhadap potensi yang member miliki.

Keempat, pemerataan partisipasi. Perempuan tidak lagi dianggap sebagai sasaran atau objek dari pembangunan, tetapi ikut serta melakukan perencanaan, ikut serta melaksanakan dan ikut serta mengevaluasi program-program yang ditimpakan padanya.

Pemerataan partisipasi dalam Rumah Kawan Bunda terlihat dari evaluasi yang dilakukan terhadap usaha yang dilakukan member. Rumah Kawan Bunda berusaha agar setiap usaha yang dimiliki para member tetap berproduksi dan memiliki konsumen tetap. Untuk itu evaluasi selalu dilakukan dalam setiap pertemuan, di mana setiap member akan menceritakan setiap pengalaman mereka hingga masalah-masalah yang dihadapi saat menjalankan bisnis.

Kelima, pemerataan penguasaan, di mana partisipasi perempuan pada tingkat keputusan ini tentunya akan memberikan dampak pada pemberdayaan dan apabila partisipasi ini digunakan maka akses mereka terhadap sumber-sumber ekonomi akan menjadi lebih baik serta menjamin pemerataan terhadap akses sumber dan pembagian manfaat. Kontrol atau penguasaan perempuan terhadap pengambilan keputusan ini seringkali mengalami hambatan bukan karena masalah-masalah yang berkaitan dengan ketidakmampuan perempuan itu mengambil keputusan, tetapi hegemoni budaya seringkali menempatkan perempuan bukan sebagai pengambil keputusan.

Pemerataan penguasaan yang dilakukan Rumah Kawan Bunda adalah berusaha menghadirkan materi-materi yang mudah dipahami oleh member serta memberikan tutorial awal dalam menjalankan bisnis serta mengajak para member untuk menentukan keputusan tentang usaha apa yang harus dijalankan melihat pasar dan kemampuan yang dimiliki member. Di tahap ini Rumah Kawan Bunda menjadi instruktur yang membantu para member untuk keluar dari zona nyamannya sebagai ibu rumah tangga dan mulai menjalankan bisnis tanpa meninggalkan kewajiban di dalam rumah tangga.

B. Pembahasan

1. Program Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Rumah Kawan Bunda (RKB)

Rumah Kawan Bunda (RKB) Medan yang berdiri di Helvetia merupakan kelompok organisasi perempuan yang bertujuan memberdayakan masyarakat sekitar khususnya bagi kaum perempuan agar lebih berdaya. Program pemberdayaan yang ada di RKB Medan dilatar belakangi oleh beberapa faktor,

diantaranya adalah karena masih banyaknya kaum perempuan di daerah tersebut yang belum berdaya. Kaum perempuan di daerah penelitian sebagian besar bekerja sebagai ibu rumah tangga, dimana pekerjaan tersebut tidak menghasilkan dan kurang mencukupi dari penghasilan suami yang mereka dapatkan. Faktor lain adalah banyaknya potensi sumber daya dan kreatifitas yang belum dikelola secara maksimal, terutama hasil industri rumahan yang masih banyak dijual dalam keadaan tidak menarik dan pasar yang kecil. Melihat dari keadaan perempuan yang masih perlu diberdayakan maka muncul gagasan untuk memberdayakan kaum perempuan melalui program-program yang dirancang oleh RKB Medan. Pemberdayaan perempuan yang ada di RKB Medan memiliki tujuan agar kaum perempuan lebih berdaya, mandiri, dan tidak selalu tergantung dengan kaum laki-laki, dengan memberikan keterampilan dan pengetahuan sehingga kaum perempuan bisa mengembangkan potensi yang ada pada diri mereka sehingga dapat berkarya sesuai keahlian yang mereka miliki. Sehingga dapat menciptakan lapangan pekerjaan sendiri dan mempunyai pendapatan agar dapat membantu meningkatkan ekonomi.

Pemberdayaan yang ada di RKB Medan sesuai yang diungkapkan oleh Ambar Teguh (2004) bahwa proses pemberdayaan merujuk pada suatu tindakan nyata yang dilakukan secara bertahap untuk mengubah kondisi masyarakat yang lemah, baik *knowledge*, *attitude*, maupun *practice* (KAP) menuju pada penguasaan pengetahuan, sikap perilaku sadar dan kecakapan ketrampilan yang baik.⁶⁸ Proses pemberdayaan yang ada di RKB Medan tidak hanya ceramah atau teori saja melainkan melalui tindakan nyata yang dilakukan dalam upaya memberdayakan perempuan di kelompok tersebut. Tindakan tersebut melalui program-program yang ada di dalam kelompok, dengan memberikan kesadaran, pengetahuan dan keterampilan. Program pemberdayaan yang dilakukan melihat peluang dan potensi yang ada di sekitar masyarakat sehingga sasaran program serta agar program yang diberikan dapat sesuai dengan kebutuhan sehingga mempunyai fungsi dan tujuan seperti yang diharapkan. Hal ini tentu sejalan

⁶⁸Teguh, A. (2004). *Kemitraan dan model-model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Gava Media.

dengan tujuan pemberdayaan perempuan Tujuan pemberdayaan pemberdayaan perempuan di antaranya adalah⁶⁹:

- 1) Meningkatkan kedudukan dan peran perempuan di berbagai bidang kehidupan berkeluarga, bermasyarakat, berbangsa dan bernegara;
- 2) Meningkatkan peranan perempuan sebagai pengambil keputusan dalam mewujudkan kesetaraan dan keadilan gender;
- 3) Meningkatkan kualitas peran kemandirian organisasi perempuan dengan mempertahankan nilai persatuan dan kesatuan;
- 4) Meningkatkan komitmen dan kemampuan semua lembaga yang memperjuangkan kesetaraan dan keadilan gender;
- 5) Mengembangkan usaha pemberdayaan perempuan, kesejahteraan keluarga dan masyarakat serta perlindungan anak.

Berbagai konsep dan pendekatan untuk program keterlibatan perempuan dalam pembangunan sudah diperkenalkan dan dicoba untuk diterapkan dalam proyek-proyek pemberdayaan perempuan. Dari uji coba tersebut diketahui bahwa peningkatan peranan perempuan juga memerlukan bidang ilmu yang menopangnya. Artinya, perempuan juga harus memiliki pendidikan yang cukup untuk bisa terlibat dalam proyek pemberdayaan.

Karena pemberdayaan perempuan merupakan agenda bangsa yang secara keseluruhan menjadi tanggung jawab bersama pemerintah dan masyarakat, pelaksanaannya pun perlu disiapkan dan dilaksanakan secara terencana, terarah, terpadu dan berlanjut. Kebijakan pemberdayaan perempuan diarahkan secara bertahap dan berkesinambungan untuk memenuhi baik kebutuhan praktis perempuan maupun kebutuhan strategik perempuan.⁷⁰

a. Perencanaan Pemberdayaan Perempuan

Perencanaan merupakan tahap awal dalam program yang ada di RKB Medan, program pemberdayaan tersebut melihat apa yang di butuhkan

⁶⁹Yuniriyanti.

⁷⁰Mulyono, J. (2010). Kebijakan Pemberdayaan perempuan Melalui Kebutuhan Strategis dan Praktis Gender. *Jurnal Inspirat* Edisi 1, Vol 1 (1).

masyarakat sasaran dan direncanakan secara baik dengan melihat potensi yang ada di lingkungan sekitar. Perencanaan program melibatkan berbagai pihak, baik pengurus, anggota, dan instansi. Hal tersebut dilakukan agar dalam merencanakan sebuah program dapat tepat sasaran dan program yang diberikan sesuai dengan kebutuhan anggota kelompok. Ada beberapa tahapan dalam merencanakan program yang ada di RKB Medan yaitu, Identifikasi kebutuhan: identifikasi kebutuhan bertujuan agar program yang dirancang untuk mengetahui kebutuhan apa yang dibutuhkan masyarakat. Dalam mengidentifikasi kebutuhan harus memperhatikan berbagai aspek, baik sumber daya manusia maupun kreatifitas yang dapat mendukung keberhasilan sebuah program tersebut. Penentuan tujuan: Dalam merencanakan sebuah program perlu menentukan tujuan yang hendak dicapai dalam sebuah program, agar program pemberdayaan mempunyai tujuan yang jelas. Tujuan utama pemberdayaan perempuan di RKB Medan yaitu untuk meningkatkan pengetahuan dalam penjualan online, sikap produktivitas dan keterampilan, yang dapat menciptakan wanita yang mandiri, dan mempunyai penghasilan, sehingga dapat membantu meningkatkan ekonomi keluarga. Penentuan sasaran program pemberdayaan perempuan: sasaran pemberdayaan perempuan adalah anggota kelompok RKB Medan, yang mayoritas semula bekerja sebagai ibu rumah tangga. Semua anggota kelompok RKB Medan adalah kaum perempuan. Penentuan penyuluh dan pelatihan : hal ini sangatlah berperan dalam keberhasilan sebuah program pemberdayaan perempuan yang ada di RKB Medan, jadi penyuluh dan mentor haruslah seorang yang cakap, dan mempunyai kemampuan untuk mentransfer ilmu yang dia punya kepada anggota penerima program. Dan tidak hanya memberikan pengetahuan mengenai pelatihan saja, melainkan harus bisa membangun motivasi dan dapat menyemangati anggota RKB Medan agar setelah dilakukannya sebuah program dapat di aplikasikan ke dalam kehidupan sehari - hari.

Di dalam program pemberdayaan perempuan di RKB Medan penyuluh dapat berasal dari ketua maupun pengurus kelompok RKB Medan dan mentor yang ahli pada bidangnya yang akan mentransfer ilmu yang diperoleh dari pelatihan, dan pelaksanaan yang pernah dilakukan sehingga mereka dapat

menstransfer ilmu yang mereka dapat dengan baik. Penentuan materi pemberdayaan perempuan: Materi yang diberikan dalam pemberdayaan perempuan yang ada di RKB Medan adalah pelatihan bisnis dalam menghasilkan produk rumahan. Pelatihan ini mengacu pada standar kompetensi yang harus dikuasai oleh sasaran program meliputi kemampuan untuk berbisnis, dan penjualan offline serta online, kemampuan tersebut agar dapat dipraktikkan dan diaplikasikan pada kehidupan sehari-hari. Selain itu peserta pelatihan juga diberi bekal pengetahuan mengenai kewirausahaan, dan pemberian motivasi kepada anggota kelompok untuk menunjang program pemberdayaan yang dilaksanakan di dalam kelompok RKB Medan. Pengadaan sarana dan prasarana: Sarana dan prasarana dalam program pemberdayaan perempuan merupakan hal yang perlu dipersiapkan untuk menunjang terlaksananya program. Sarana dan prasarana meliputi tempat dan ilmu pengetahuan yang digunakan dalam proses pemberdayaan perempuan yang dilakukan. Perencanaan evaluasi: Evaluasi merupakan kegiatan yang membandingkan antara hasil implementasi dengan kriteria dan standar yang telah ditetapkan untuk melihat keberhasilan sebuah program. Melalui evaluasi tersebut akan diperoleh informasi mengenai sejauh mana keberhasilan program yang diberikan. Dalam program pemberdayaan melalui penjualan, industri rumahan, dan pameran yang ada di RKB Medan evaluasi dilakukan pada akhir program, atau setelah diadakannya pelatihan.

b. Pelaksanaan Pemberdayaan Perempuan

Berdasarkan identifikasi dan observasi yang melibatkan anggota maka dapat diketahui program pemberdayaan perempuan yang dilaksanakan di RKB Medan. Program yang mempunyai tujuan utama untuk meningkatkan ekonomi para anggota RKB Medan adalah sebagai berikut:

- 1). Pelatihan bisnis secara langsung (Offline) selama tiga bulan
- 2). Pelatihan bisnis online selama dua bulan
- 3). Pameran produk dan pelatihan public speaking serta terjun langsung ke lapangan

- 4). Marketplace/website yang dihandel oleh tim
- 5). Kelas belajar dan bermain untuk anak
- 6). Kelas keterampilan
- 7). Kelas parenting
- 8). Toko offline (tidak bayar uang sewa tahunan, listrik, air, biaya iklan, biaya admin dan biaya keamanan)

Program pemberdayaan perempuan di RKB Medan lebih ke penjualan online dan offline dan keterampilan, sehingga hasil produk rumahan tidak dijual salah sasaran, tetapi dapat di kolaborasikan dengan teknologi terlebih dahulu sehingga nilai jual dan penghasilan meningkat. Pelaksanaan program pemberdayaan yang dilaksanakan di RKB Medan, waktunya fleksibel dan tidak memberatkan anggota kelompok. Dengan waktu yang disesuaikan dengan anggota kelompok dan yang telah disepakati bersama, sehingga hal tersebut tidak membebani anggota kelompok setiap diadakannya program pemberdayaan. Sehingga anggota bisa hadir semua. Materi yang sesuai dengan potensi yang ada sehingga memicu anggota kelompok untuk mengikuti setiap kegiatan. Materi yang diambil lebih penjualan produk industri rumahan yang belum dimanfaatkan secara maksimal, selain itu materi penunjang seperti memberi wawasan tentang kewirausahaan, pengemasan, pemasaran dan memberikan motivasi kepada RKB Medan yang diberikan selama pelatihan.

Yang mana hal ini juga berkaitan dengan penjelasan menurut Kurniawati, *et al.* (2013), konsep pemberdayaan dalam wacana pembangunan biasanya selalu dikaitkan dengan konsep kemandirian, partisipasi, jaringan kerja, dan keadilan. Artinya, adanya program pemberdayaan masyarakat memiliki peran penting dalam upaya penanggulangan kemiskinan. Melalui program pemberdayaan upaya penanggulangan kemiskinan tidak hanya sebatas memberikan bantuan langsung kepada penduduk miskin, tapi ikut serta melibatkan masyarakat dalam prosesnya membangun kualitas hidupnya melalui pengembangan potensi dan penguatan

kapasitas kelompok masyarakat miskin untuk terlibat sebagai pelaku dalam pembangunan.⁷¹

Pemberian keterampilan dalam berbisnis online serta pameran produk rumahan menjadi materi utama dalam memberdayakan anggota kelompok RKB Medan, dengan materi tersebut dapat menarik minat anggota kelompok untuk belajar dan mengembangkan keterampilannya untuk dapat memperdayakan dirinya. Hasil pelatihan yang diajarkan untuk meningkatkan kemampuan dalam melihat potensi dalam berbisnis dan lain sebagainya. Materi yang diajarkan melalui berbagai proses, dari pelatihan bisnis online, pameran produk rumahan, dan pelatihan parenting. Selain itu pemberdayaan perempuan di RKB Medan bertujuan untuk meningkatkan keterampilan anggota kelompok. Evaluasi dilakukan dengan tujuan untuk mengukur keberhasilan suatu program, apakah program tersebut sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan. Evaluasi juga bertujuan untuk mengetahui kesulitan-kesulitan dan kendala yang dihadapi sehingga bisa diambil tindakan untuk memecahkan masalah tersebut. Evaluasi dilakukan dengan menilai hasil yang telah dipraktikkan oleh anggota kelompok dalam mengikuti pelatihan, dan melalui diskusi atau sharing antara anggota dan pengurus.

2. Hasil Program Terhadap Pemberdayaan Ekonomi Perempuan (RKB)

Menurut Ambar Teguh (2004) tujuan yang ingin dicapai dalam pemberdayaan adalah untuk membentuk individu dan masyarakat menjadi mandiri.⁷²

Hal tersebut sesuai dengan tujuan program pemberdayaan perempuan yang ada di RKB Medan yaitu untuk menciptakan perempuan yang mandiri tidak tergantung pada suami, sehingga dapat membuka lapangan pekerjaan dan membantu meningkatkan ekonomi keluarga. Program pemberdayaan yang pernah dilaksanakan oleh RKB Medan telah diaplikasikan dalam sebuah kegiatan yang

⁷¹Wulan *et al.*

⁷²*Ibid*

dilakukan secara kelompok di RKB Medan. Sehingga dengan diadakannya program pemberdayaan tersebut dapat menciptakan wanita yang mandiri, dapat membuka lapangan pekerjaan. Anggota kelompok RKB Medan yang hanya sebagai ibu rumah tangga sekarang bisa beralih profesi menjadi pelaku usaha, dalam sektor *home industri*. Mereka lebih berdaya dengan keterampilan yang mereka punya dan mempunyai pendapatan sendiri sehingga tidak selalu bergantung kepada suami dan dapat membantu meningkatkan ekonomi dalam keluarganya. Hasil pelatihan yang pernah dilakukan di RKB Medan dapat dilihat melalui kegiatan produksi yang ada di kelompok tersebut, hasil tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Rujak Kuini
- 2) Papper Flower
- 3) Kripik Ubi
- 4) Kripik Jamur
- 5) Krupuk Kulit Ikan Patin
- 6) Olahan kue kering
- 7) Kripik Tempe
- 8) Jilbab Rumahan
- 9) Sandal dan sepatu
- 10) Gamis Perempuan, dan lain-lain.

Program pemberdayaan yang dilakukan di RKB Medan telah memberikan dampak langsung atau manfaat khususnya bagi anggota RKB Medan, Di sini adalah dampak atau pengaruh positif akibat dari penyelenggaraan program pemberdayaan perempuan di RKB Medan. Dari hasil penelitian diketahui bahwa dampak program pemberdayaan di RKB Medan terlihat dalam berbagai aspek kehidupan baik pada aspek pengetahuan, maupun ekonomi. Anggota kelompok saat ini sudah mempunyai banyak pengetahuan baru terutama di bidang bisnis online terlihat dari meningkatnya pengetahuan, kreatifitas, dan keterampilan yang dimiliki. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya berbagai inovasi dalam produk serta penjualan. Para Perempuan yang sebagian besar sebagai ibu rumah tangga telah berubah pola pikirnya, mereka lebih memiliki semangat untuk lebih maju.

Semangat tersebut dibuktikan dengan peran serta dalam kegiatan kelompok, dan juga terlihat dari adanya berbagai inovasi dalam berbisnis dan menghasilkan produk sehingga dapat membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat yang semula hanya ibu rumah tangga. Pada aspek ekonomi, yaitu ditandai dengan meningkatnya pendapatan bagi anggota yang telah mengikuti kegiatan yang di selenggarakan oleh kelompok sehingga dapat meningkatkan ekonomi keluarga bahkan ada yang bisa membuat usaha kecil - kecilan sendiri. Peningkatan pendapatan tersebut dapat dilihat berdasarkan tabel di bawah ini.

Tabel 6
Tabel Peningkatan Pendapatan Anggota RKB Medan

No	Nama	Pekerjaan Utama	Pendapatan Semula	Pendapatan Tambahan
1	Opie	Ibu rumah tangga	50.000	250.000
2	Imie	Ibu rumah tangga	75.000	180.000
3	Rida	Ibu rumah tangga	25.000	150.000
4	Ufaira	Ibu rumah tangga	-	100.000
5	July	Ibu rumah tangga	50.000	160.000
6	Roma	Ibu rumah tangga	-	75.000

Berdasarkan tabel di atas membuktikan bahwa adanya peningkatan penghasilan dari yang semula berprofesi sebagai ibu rumah tangga dengan adanya kegiatan yang ada di RKB Medan pendapatan mereka dapat meningkat. Menjadi ibu rumah tangga yang penghasilannya minim karena menunggu dari penghasilan suami, sedangkan dengan mengikuti kegiatan yang ada di RKB Medan bisa menghasilkan pendapatan atau penjualan makin meningkat. Meningkatnya pendapatan keluarga pada anggota RKB Medan juga memberikan dampak langsung pada peningkatan kesejahteraan kaum perempuan khususnya bagi kaum perempuan yang aktif mengikuti kegiatan yang ada di RKB Medan. Dengan meningkatnya pendapatan dapat digunakan untuk membantu memenuhi kebutuhan keluarga. Selain itu juga dapat digunakan sebagai investasi keluarga,

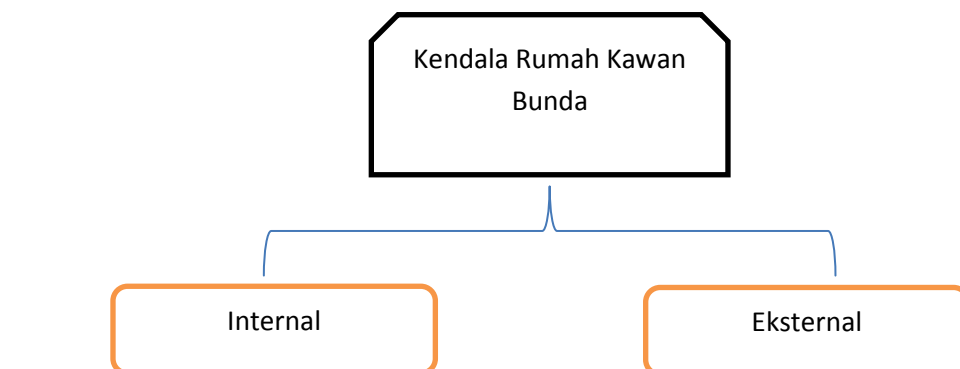
seperti dalam memenuhi biaya sekolah, kebutuhan biaya kesehatan, tambahan tabungan, serta dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari keluarga.

Kendala Yang Dihadapi Rumah Kawan Bunda Medan Dalam Program Meningkatkan Pemberdayaan Ekonomi Kaum Perempuan yaitu.

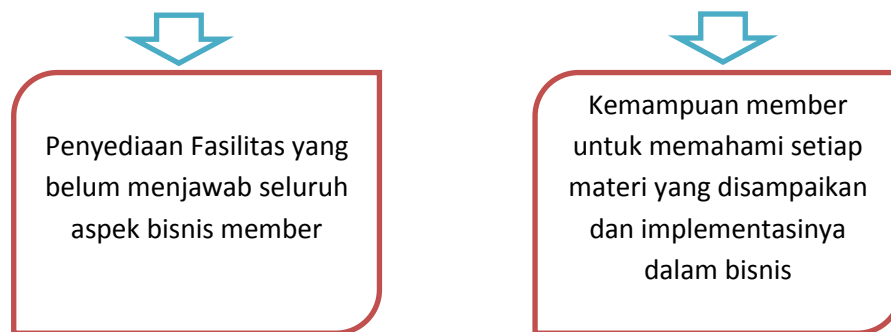
Peluang gender tertentu guna memperoleh pekerjaan sering dihubungkan dengan norma tradisional. Pada umumnya pekerjaan gender perempuan dikaitkan dengan kegiatan rumah tangga. Pekerjaan gender perempuan juga sering dinilai berkarakter rendah, bersifat marginal, dan mudah disingkirkan. Selain itu gender perempuan menghadapi hambatan mobilitas relatif. Dalam hal ini perempuan seringkali enggan bekerja jauh secara fisik, karena mereka diharapkan selalu berada dekat dengan anak-anaknya. Sering terjadi perbedaan posisi untuk gender yang berbeda. Perempuan sering memperoleh posisi yang lebih rendah dari rekannya laki-laki. Demikian juga sering terjadi imbalance yang berbeda untuk jenis pekerjaan yang sama. Dari segi teknologi, gender tertentu seringkali mengalami lebih banyak dampak negatif dari pada dampak positifnya⁷³.

Rumah Kawan Bunda sebagai sebuah organisasi tentu memiliki kendala dalam menjalankan operasionalnya. Kendala ini meliputi kendala dalam hal penyediaan fasilitas (Internal), maupun kecakapan member (Eksternal). Hal ini dapat dilihat dari bagan berikut ini :

Gambar 7. Kendala Rumah Kawan Bunda Dalam Pemberdayaan Perempuan



⁷³Ibid, h 13



Untuk kendala internal rumah kawan bunda memiliki kendala dalam menjawab setiap kebutuhan bisnis para member secara spesifik. Hal ini terlihat dari setiap materi pelatihan yang diberikan masih menyediakan materi yang menjawab bagaimana menjalankan bisnis dan menghadapi kondisi terkini menggunakan digital marketing. Namun dalam upaya menjawab setiap permasalahan bisnis yang lebih spesifik, hal ini masih menjadi kendala, baik itu kendala dari Rumah Kawan Bundaya sendiri maupun dari sisi pelatih yang memberi follow up bisnis para member. Hal ini terlihat dari penggalan wawancara dengan ibu Imie Owner @paper_Flower_Medan :

Rumah Kawan Bunda memang memberikan pelatihan bisnis yang menarik dengan harga yang sangat murah. kualitas pelatih yang ada juga membantu bagi kami pelaku usaha, agar mampu memanfaatkan teknologi dengan baik. Namun pelatih yang disediakan belum bisa menjawab permasalahan yang lebih spesifik seperti yang saya butuhkan. Misalnya teknik-teknik baru dalam merangkai bunga kertas saya, agar lebih menarik dan bernilai jual. Hasilnya saya hanya diajarkan strategi namun untuk kualitas produk saya yang lebih khusus saya harus belajar sendiri⁷⁴

Pendapat Ibu Imie di atas didukung dengan program pelatihan Rumah Kawan Bunda bulan Februari-Mei 2020 berikut ini :

⁷⁴wawancara dengan anggota RKB ibu Imie

Gambar 8. Program Rumah Kawan Bunda Bulan Februari hingga Mei 2020

Kelas Pelatihan Khusus Wanita Selama Empat Bulan

RUMAH KAWAN BUNDA

Kalender Jadwal Pelatihan, Materi, dan Narasumber

FEBRUARI	MARET
<p>★ MINGGU I PEMBICARA: COACH HHSAN MATERI: ENTREPRENEUR - MINDSET - RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS UMKM</p> <p>★ MINGGU II PEMBICARA: SYAFRIZAL HELMI SE, MM MATERI: FINANCIAL PLANNER - LANGKAH MENENTUKAN ANGGARAN DAN PEMBIAYAAN BISNIS - CARA MENENTUKAN HARGA JUAL PRODUK</p> <p>★ MINGGU III PEMBICARA: COACH HHSAN STRATEGI BRANDING - STRATEGI PEMASARAN UKM - MEMBUAT RENCANA KERJA / ACTION PLAN</p>	<p>★ MINGGU I PEMBICARA: YUDI PERMANA SIREGAR, ST, MM STRATEGI PENJUALAN STRATEGI MENENTUKAN TARGET PENJUALAN</p> <p>★ MINGGU II PEMBICARA: AFI' KURNIAWAN / FADEL G DIGITAL MARKETING</p> <p>★ MINGGU III PEMBICARA: MUHAMMAD KHAILIL - MITRA CENDERIA STRATEGI REKRUTMEN - PENGELOLAAN SDM UNTUK UKM - PENGELOLAAN KEUANGAN</p> <p>★ MINGGU IV PEMBICARA: RONY KURNIAWAN MKES - CIKAL USU - PENGGLAT UMKM STRATEGI PEMASARAN - PAMERAN - MERCHANDISING - EVENT PAMERAN PROJECT</p>
APRIL	MEI
<p>★ MINGGU I EVALUASI PAMERAN : RONY KURNIAWAN SE, MKES MEMBANGUN BISNIS AUTO PILOT : ACHMAD TIRMEZI, ST, MSI (OWNER QIMS - ISO BUSINESS CENTER)</p> <p>★ MINGGU II KPI : ARIF HADIAN, ST, MM</p> <p>★ MINGGU III PELAYANAN PRIMA UKM : M SYAFEEI - OWNER MODE FASHION SHARING CASE / TRUE STORY - PELAKU USAHA INDRA PRAWIRA - JASA KAMPUNG DIGITAL SUIHARBI - OWNER AROMA BAKERY COACH HENDRI - MIE AYAM JAMUR</p> <p>★ MINGGU IV LEADERSHIP : YUDI PERMANA SIREGAR, ST, MM ETIKA BISNIS : REKSON SIMANGUNSONG - PENDIRI SEKOLAH TARUNA TEKNO NUSANTARA EVALUASI PROGRES : COACH HHSAN</p>	<p>★ KELAS PARENTING</p> <p>★ KELAS KETERAMPILAN</p> <p>★ WISUDA & APRESIASI PESERTA</p>

Biaya Kelas Pelatihan Bisnis 4 Bulan Hanya Rp 500.000

Kontak person:
WA 085358074677 (Ayu)

Selain kendala internal, Rumah Kawan Bunda juga memiliki kendala dari sisi eksternal. Kendala tersebut kemampuan member untuk memahami setiap materi yang disampaikan dan implementasinya dalam bisnis. Hal ini disadari benar oleh Ibu Asri Wahyuni sebagai Founder Rumah Kawan Bunda. Latar belakang pendidikan dan karakter ibu-ibu member terkadang menyulitkan untuk memahami materi yang disampaikan oleh mentor. Hal ini seperti penguasaan digital marketing yang tidak hanya sekedar mampu mempublikasikan produk di media sosial, namun juga mampu mengemas tampilan fisik agar lebih enak dilihat di sosial media.

Itulah kendala kita, terkadang tidak semua emak-emak ini paham soal digital marketing, kita gak sekedar menjual produk terus posting-posting, kita harus mengajarkan bahwa dalam berbisnis harus memiliki konsep, baik tujuan, pilihan produk, dan dimana harus dijual. Semua harus melalui perencanaan yang matang, sampe angel photo yang pas untuk diletak di Shopee juga kita bahas. Tapi memang gak semua ibu-ibu sanggup ngikuti, kadang

*mentor-mentor perlu mengajarkan berulang-ulang melalui diskusi-diskusi.*⁷⁵

Respon kendala yang disampaikan oleh Ibu Asri Wahyuni merupakan bentuk respon yang berasal dari strategi pemberdayaan perempuan yang dilakukan oleh Rumah Kawan Bunda. Meskipun kendala tersebut menyulitkan bagi pengembangan bisnis yang mumpuni bagi member Rumah Kawan Bunda. Hal ini merupakan keluaran dari pengambilan keputusan terkait fasilitas yang disajikan dan kendala yang muncul setelahnya.

Status gender perempuan terutama yang berkaitan dengan proses pendidikan, dan posisi dalam proses pengambilan keputusan umumnya memberikan dampak tertentu terhadap produktivitas mereka. Kondisi yang terjadi antara pencapaian pendidikan laki-laki dan perempuan, disertai kenyataan bahwa perempuan secara umum kurang memperoleh akses yang sama terhadap sumber daya pendidikan dan pelatihan telah menciptakan konsekuensi kritis terhadap perempuan dalam peran produktif dan reproduktif mereka⁷⁶.

Kaum perempuan memiliki peran ganda yang jauh lebih banyak dibandingkan laki-laki. Masalah mempersatukan keluarga dengan pekerjaan bagi perempuan jauh lebih rumit dibandingkan dengan laki-laki, karena perempuan secara tradisional selalu diasumsikan untuk selalu berada dekat dengan anak-anaknya sepanjang hari, sekaligus mengerjakan pekerjaan rumah tangga. Akibatnya, perempuan pekerja mempunyai tuntutan peran simultan dari pekerjaan dan keluarga. Sementara laki-laki hanya mempunyai tuntutan peran sekuental⁷⁷.

⁷⁵wawancara dengan pendiri RKB ibu Asri Wahyuni

⁷⁶Hastuti,

⁷⁷*Ibid* h 14

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Sebuah penelitian memiliki titik akhir dalam perjalanannya mengungkap apa yang menjadi rumusan masalah yang tengah dikaji. Upaya menutup sebuah penelitian dilakukan dengan memberikan ikhtisar. Ikhtisar itu dirinci dengan kesimpulan dan saran. Upaya meredaksikan kesimpulan dalam penelitian ini disajikan dengan berusaha menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian ini, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu diantaranya adalah:

1. Bentuk program pemberdayaan ekonomi perempuan Rumah Kawan Bundadikelola dengan memberikan delapan fasilitas pendampingan dengan harga mengikuti pelatihan seharga Rp 5.000,00-Rp 10.000,00 per hari. Dengan pelatihan yang ada member merasakan banyak manfaat terutama dalam upaya memanfaatkan waktu dan peluang untuk menghasilkan incoma tambahan bagi keluarga.
2. Hasil program Pemberdayaan Rumah Kawan Bunda terhadap Peningkatan Ekonomi kaum perempuan pada dasarnya mampu meningkatkan dalam aspek finansial dan pertambahan jumlah pelanggan. Hal ini tidak terlepas dari delapan fasilitas yang merupakan strategi utama bagaimana memberdayakan perempuan agar memiliki usaha tambahan. Selain itu perhatian terhadap lima aspek pemerataan pemberdayaan perempuan turut menambah kepercayaan member pada rumah kawan bunda. Hal ini dapat dilihat dari usaha-usaha yang dijalankan member seperti @rujakkuiniprimadona dan @paper_Flower_Medan. namun disadari atau tidak berjalannya operasional Rumah Kawan Bunda tidak terlepas dari kendala yang menghambat baik secara internal maupun eksternal. Kendala tersebut tidak menutup kepercayaan para member terhadap kualitas Rumah Kawan Bunda.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diurai, maka berikut rekomendasi dari hasil penelitian ini yang dapat diambil oleh para pemangku kebijakan dan seluruh pengelola Rumah Kawan Bunda dan member pengguna jasapemberdayaan di Rumah Kawan Bunda. Rekomendasi yang dapat diberikan diantaranya adalah sebagai berikut:

- Untuk meningkatkan efektifitas kinerja Rumah Kawan Bunda terutama dalam hal operasional maka pengelola perlu melaksanakan profesionalisme kerja.
- Untuk meningkatkan mutu baik pelayanan maupun kualitas layanan pemberdayaan perempuan yang baik maka pengelola Rumah Kawan Bunda perlu memiliki inovasi yang mampu mengembangkan usaha.
- Untuk mendukung profesionalisme dan inovasi yang relevan dalam operasional Rumah Kawan Bunda diperlukan partisipasi member dalam mengisi materi pelatihan dan kisah sukses menjalankan usaha dan strategi-strategi khusus yang diterapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- . (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Pt Alfabet
- Abdurrafafi' Maududi Dermawan, Pemberdayaan Ekonomi Kreatif, *Jurnal Studi Gender dan Anak*, hal. 164.
- Ambar Teguh, S. (2004). *Kemitraan dan Model-Model Pemberdayaan*.
- Bi Rahmani, Nur Ahmadi. (2016). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Cetakan Pertama. FEBI UIN - SU Press
- Cahyono, B., Haryono, A. T., & Malik, D. (2019). Analisa Kekuatan Strategi Pemasaran Melalui Online Marketing, Offline Marketing Dan Service Excellent Terhadap Loyalitas Konsumen Pt. Adinata Graha Raya Kaliwungu Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Kontemporer*, 2(1).
- Dwi Pratiwi Kurniawati, Bambang Supriyono, Imam Hanafi. 2013. Pemberdayaan Masyarakat Di Bidang Usaha Ekonomi (Studi pada Badan Pemberdayaan Masyarakat Kota Mojokerto). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol 1(4), 9-14.
- Faruq, M. A., & Usman, I. (2014). Penyusunan Strategi Bisnis Dan Strategi Operasi Usaha Kecil Dan Menengah Pada Perusahaan Konveksi Scissors Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, 7(3).
- Hager, Mark A & Curry, Tyler. (2009). *Models Of Collaboration: Non Profit Organizations Working Together*. Asu Lodestar Center.
- Hasanah, U., & Musyafak, N. (2018). Gender And Politics: Keterlibatan Perempuan dalam Pembangunan Politik. *Sawwa: Jurnal Studi Gender*, 12(3). pp 409-432.
- Hidayat, R. A. (2012). *Pendekatan Antropologi Budaya dalam Memahami Perilaku Konsumen: Sebuah Kerangka Konsep Pemikiran*. Jakarta: Universitas Esa Unggul.
- Huberman, dan Miles. (2014). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia
- Ife, J. 1995. *Community Development, Creating Community Alternatives: Vision, Analysis and Practice*. Australia: Longman.
- J.Moleong, Lexy. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*. Pt Remaja Rosdakarya, Bandung.
- J.Moleong, Lexy. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Kasali, Rhenald. (2000). *Peluang Pasar E-Commerce Dan Bagaimana Menyiasatinya*. Makalah Seminar Sukses Berbisnis Di Era Internet : Kiat Membangun Situs Web Yang Populer. Hyatt Regency, Surabaya.
- Kotler, Philip Dan Keller, Kevin L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Ed. 12. Jilid 2). Jakarta: Pt. Indeks
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Ed. 12. Jilid 2). Jakarta: PT. Indeks.
- Kurniawati, D. P. (2013). Pemberdayaan masyarakat di bidang usaha ekonomi (studi pada Badan Pemberdayaan Masyarakat kota Mojokerto). *Jurnal Administrasi Publik*, 1(4), 9-14.
- Ma'arif, Syafi'i, 2003. *Pembangunan dalam Perspektif Gender*. Malang: UMM Press.
- Marwanti, S., dan Astuti, I.D. 2012. Model Pemberdayaan Perempuan Miskin Melalui Pengembangan Kewirausahaan Keluarga Menuju Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Karanganyar. *Jurnal SEPA* Vol 9(1), 134–144.
- Maharani, O. D. P. (2019). *Pemberdayaan Perempuan Dalam Upaya Peningkatan Ketahanan Ekonomi Keluarga (Studi Pada Home Industry Kerajinan Batok Kelapa "Coco Art" di Tanjungsari Kota Blitar)* (*Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang*).
- Maharani, O.D.P. 2019. *Pemberdayaan Perempuan Dalam Upaya Peningkatan Ketahanan Ekonomi Keluarga (Studi Pada Home Industry Kerajinan Batok Kelapa "Coco Art" di Tanjungsari Kota Blitar)*. Skripsi. University Muhammadiyah Malang.
- Mankiw, N. Gregory (2003). *Teori Makroekonomi Edisi Kelima*. Terjemahan. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mankiw, N. Gregory. (2000). *Teori Makro Ekonomi, Edisi Ke Empat*, Erlangga, Jakarta
- Mardhiah, N. (2018). Optimalisasi Pemerintah Daerah Nagari Raya Dalam Memberikan Pemahaman Kepada Aparatur Gampong Mengenai Undang-Undang Desa. *Jurnal Public Policy*, 2(1).
- Margaretha, F. (2017). Analisis Hubungan Antara Motif Dengan Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Shopee Sebagai Media Berbelanja Online Pada Shopeeholics Di Kota Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 5 (4). pp 26–40.
- Marwan, A. (1991). *Marketing*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- Marwanti, S., & Astuti, I. D. (2012). Model Pemberdayaan Perempuan Miskin Melalui Pengembangan Kewirausahaan Keluarga Menuju Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Karanganyar. *Sepa*, 9(1). pp 134-144.

- Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, J. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*, Edition 3. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Mochamad Ammar Faruq, Indrianawati Usman. (2014) *Penyusunan Strategi Bisnis Dan Strategi Operasi Usaha Kecil Dan Menengah Pada Perusahaan Konveksi Scissors Di Surabaya*. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan* Tahun 7. No. 3, Desember 2014.
- Muchtar, A. F. (2014). *Business Plan & Rencana Aksi*. Bandung: Yrama Widya.
- Mulyono, J. 2010. *Kebijakan Pemberdayaan perempuan Melalui Kebutuhan Strategis dan Praktis Gender*. *Jurnal Inspirat Edisi 1, Vol 1 (1)*.
- Neila Susanti, Marliyah. 2018. *Pola Pemberdayaan Ekonomi Generasi Millennial Komunitas Serikat Saudagar Nusantara (SSN)*
- Nur, S. (2019). *Pemberdayaan Perempuan Untuk Kesetaraan & Meningkatkan Partisipasi Dalam Pembangunan Lingkungan Hidup*. *AN-NISA: Jurnal Studi Gender dan Anak*, 10(1). pp 99-111.
- Putri, C. S. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli*. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594-603.
- Rahma, T. I. F. (2018). *Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan Financial Technology*. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1) pp 184-203.
- Rahmadani, A., Hakim, L., & Setiawati, B. (2019). *Pengaruh Pemberdayaan Usaha Kecil Dan Menengah Terhadap Pembangunan Ekonomi Masyarakat Kecamatan Wara Kota Palopo*. *Kolaborasi: Jurnal Administrasi Publik*, 5(2). pp 244-261.
- Rahmi, Amelia Dan Moris Adidi Yogia. (2015). *Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dikalangan Mahasiswa (Study Kasus Mahasiswa Fisipol Universitas Islam Riau)*. Program Studi Administrasi Bisnis Fisipol UIR.
- Rozikin, M. (2012). *Analisis Pelaksanaan Pembangunan Berkelanjutan di Kota Batu*. *Jurnal Review Politik*, 2(02), 219-243.
- Saptandari, P. (1999). *Lima tingkat pemberdayaan perempuan*. *Masyarakat Kebudayaan dan Politik*, Th XII, (2).
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumodiningrat, Gunawan. (2000). *Visi Misi Pembangunan dengan Basis Pemberdayaan Masyarakat*. Seminar Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat menyongsong Indonesia Baru. Yogyakarta: IDEA.
- Susanti, N., & Marliyah, M. (2018). *Pola pemberdayaan ekonomi generasi milenial komunitas serikat saudagar nusantara (SSN)* (Lemba Penelitian

Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Islam Negeri (UIN)).

- Tampubolon, J., Sugihen, B. G., Samet, M., Susanto, D., & Sumardjo, S. (2006). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pendekatan Kelompok (Kasus Pemberdayaan Masyarakat Miskin melalui Pendekatan Kelompok Usaha Bersama (KUBE). *Jurnal Penyuluhan*, 2(2). Widjajanti, Kesi. 2011. Model Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol 12(1), 15-27.
- Teguh, A. (2004). *Kemitraan dan model-model Pemberdayaan*. Yogyakarta: Gava Media.
- Tri Inda Fadhila Rahma. (2018). Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan *Financial Technology* (FINTECH), *At-Tawassuth*, Vol. III, No. 1, 2018: 642 – 661
- Wulan, Y. C., Ati, N. U., & Widodo, R. P. (2019). Implementasi Kebijakan Penanggulangan Kemiskinan Melalui Program Pemberdayaan Ekonomi Kelompok Usaha Bersama (KUBE)(Studi Tentang Program Pemberdayaan Ekonomi Kelompok Usaha Bersama (KUBE) di Kelurahan Pakistaji Kecamatan Wonoasih Kota Probolinggo, Jawa Timur). *Respon Publik*, 13(4), 104-109.
- Yafiz, M., Yusrizal, Y., & Fatimah, F. (2015). *Pemberdayaan Perempuan Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Di Tanjung Balai*. Medan: FEBI UIN-SU Press. Yogyakarta: Gava Media.
- Yuniriyanti, E., Nurdewanto, B., & Sudarwati, R. (2019). Pemberdayaan Perempuan Desa Berbasis Kearifan Lokal Dalam Upaya Pencapaian Ketahanan Pangan Keluarga. In *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)* 3(1). pp 1708-1719.

LAMPIRAN
DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA

Narasumber :

1. Asri Wahyuni (Pendiri Rumah Kawan Bunda)
2. Admin Rumah Kawan Bunda
3. Anggota Rumah Kawan Bunda

Tempat : Rumah Kawan Bunda

Pertanyaan :

Wawancara kepada mba Asri Wahyuni selaku pendiri Rumah Kawan Bunda (RKB).

1. Bagaimana peran RKB dalam pemberdayaan kaum perempuan meningkatkan ekonomi?
2. Sejak kapan RKB mulai beroperasi?
3. Pertimbangan apa saja yang mendasari berdirinya RKB?
4. Bagaimanakah sistem perekrutannya anggota?
5. Siapa saja yang menjadi mitra dan pengajar di RKB?
6. Dengan peran RKB saat ini bagaimana peningkatan penjualan dari masing-masing anggotanya?
9. Bagaimana upaya RKB dalam meningkatkan penjualan online dan offline anggotanya?
10. Bagaimana respon anggota RKB terhadap pelatihan yang diikuti selama ini? Apakah berpengaruh terhadap penjualan dan pengetahuan di bidang digital marketing?

Wawancara kepada Admin dan Anggota RKB.

1. Kapan mulai bergabung dengan RKB?
2. Bagaimana mengenal atau mengerti tentang RKB sehingga tertarik untuk bergabung?
3. Apakah sudah merasakan dampak dari pelatihan di RKB?
4. Bagaimana pendapatnya tentang peran RKB dalam pemberdayaan kaum perempuan untuk meningkatkan ekonomi?
5. Dalam program pemberdayaan, apa saja yang sudah dilakukan oleh RKB bagi anggotanya?
6. Apakah efektif pelatihan dan pembelajaran yang diberikan selama mengikuti program di RKB?
7. Apa saja manfaat setelah bergabung di RKB?

8. Kenapa di era teknologi yang canggih Anda belum bisa menggunakan media internet sebagai media dalam penjualan?
9. Bagaimana upaya-upaya RKB dalam membantu meningkatkan penjualan Anda?
10. Produk-produk apa saja yang menjadi andalan di RKB?
11. Bagaimana sistem menjadi anggota di RKB? Apakah memungut biaya dan berapa?
12. Puaskah anda dengan bergabung di RKB
13. Apakah pelatihan yang diberikan berpengaruh terhadap pengetahuan dan skill berjualan anda?
14. Bagaimana peningkatan penjualan produk yang anda alami setelah bergabung di RKB?
15. Dalam hal promosi, bagaimana RKB membantu anggota melakukan promosinya? Dan sarana/alat promosi apa saja yang digunakan?
16. Apakah ada anggaran untuk promosi?
17. Produk dan jasa apa saja yang ada pada RKB?
18. Selama ini bentuk penjualan apa saja yang paling efektif dalam menggaet pelanggan?
19. Dalam hal penjualan produk anda selama ini kendala apa yang sering menjadi halangan?
20. Dengan strategi penjualan RKB yang telah dilakukan selama ini bagaimana hasil dan yang telah diperoleh?

Foto-Foto Kegiatan Di Rkb (sebagai motivasi untuk bergabung)



Pelatihan oleh coach [WahyuBlahe](#) tentang iklan facebook Ads di basecamp rumah kawan bunda



Foto bersama dengan peserta yang hadir diacara saatnya mompreneur wisuda salah satu program RKB.



Pelatihan bisnis canvas oleh Mb Alween Ong (Wirausahawan)



Anggota RKB belajar tentang cara membuat website pribadi dan landing page.



**Wisuda
RKB Batch 2**

"Belajar Copywriting, Blog Untuk Meningkatkan Omset Penjualan"

**8 februari 2020
13.00 - selesai**



Basecamp RKB

**Jalan Veteran pasar 4 no 22 Medan
(sebelah Sekolah Pangeran
Antasari. Didepan Pegadaian)**

**•Contact Person
08116359997**



Bersama **Bang Yoga**
Mentor SEO, Personal Blogger

Salah satu iklan RKB untuk anggotanya agar mengikuti pelatihan Copy Writing.