

TRANSFORMASI PEREMPUAN WIRAUSAHA: MEMBANGUN EKONOMI KREATIF BERBASIS *GENDER EQUITY* UNTUK MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT BANTUL

**Andhi Wijayanto^{*1}, Nuuferulla Kurniantyas Pangastiti², Irnin
Miladdyan Airyq³, Syam Widia⁴**

^{1,2,3,4} Universitas Negeri Semarang, Indonesia

^{*}Corresponding Author: andhi.wijayanto@mail.unnes.ac.id

<p>Info Article</p> <p>Received : 03 Juli 2025</p> <p>Revised : 01 Agustus 2025</p> <p>Accepted : 04 September 2025</p> <p>Publication : 30 September 2025</p> <p>Keywords: <i>MSMEs, Women Entrepreneurs, Creative Economy, Gender Equity</i></p> <p>Kata Kunci: UMKM, Perempuan Wirausaha, Ekonomi Kreatif, <i>Gender Equity</i></p> <p>Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License</p> 	<p>Abstract: <i>MSMEs play a crucial role in improving the economic well-being of communities, particularly women, who are key players in the creative economy. However, challenges in business management and product marketing remain barriers for women entrepreneurs in increasing their competitiveness. This community service program aims to empower women entrepreneurs in the Knitting MSMEs in Nogosari II, Bantul Regency, through gender equity-based entrepreneurship training. These activities include training in digital marketing strategies, strengthening managerial capacity, and optimizing the use of creative economy platforms to expand business networks. Over the course of one month, the program will be implemented through outreach, mentoring, and hands-on practice in utilizing digital technology as a marketing and business development tool. With this training, it is hoped that women entrepreneurs in Bantul will be able to increase the productivity and competitiveness of their businesses, thereby contributing to the sustainable economic well-being of the community.</i></p> <p>Abstrak: UMKM memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, terutama bagi perempuan yang menjadi pelaku utama dalam sektor ekonomi kreatif. Namun, tantangan dalam pengelolaan usaha dan pemasaran produk masih menjadi hambatan bagi wirausaha perempuan dalam meningkatkan daya saingnya. Program pengabdian ini bertujuan untuk memberdayakan perempuan wirausaha di UMKM Rajut Wilayah Nogosari II, Kabupaten Bantul melalui pelatihan kewirausahaan berbasis <i>gender equity</i>. Kegiatan ini mencakup pelatihan strategi pemasaran digital, penguatan kapasitas manajerial, serta optimalisasi penggunaan platform ekonomi kreatif untuk memperluas jaringan bisnis. Selama satu bulan, program ini akan dilaksanakan melalui sosialisasi, pendampingan, dan praktik langsung dalam pemanfaatan teknologi digital sebagai alat pemasaran dan pengembangan usaha. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan perempuan wirausaha di Bantul mampu meningkatkan produktivitas dan daya saing usahanya, sehingga berkontribusi terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.</p>
---	---

INTRODUCTION

Kabupaten Bantul, yang terletak di wilayah Jawa Tengah, memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi kreatif (Suryani, 2020). Dengan kekayaan sumber daya alam dan budaya yang khas, daerah ini dapat menjadi pusat industri kreatif berbasis masyarakat. Produk-produk lokal seperti batik, anyaman bambu, serta kuliner khas memiliki peluang besar untuk menembus pasar nasional maupun internasional, berdasarkan Bantul Smart City 2023. Selain itu, Kabupaten ini menjadi salah satu wilayah di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang memiliki potensi besar dalam berbagai sektor, terutama infrastruktur, pertanian, dan ekonomi kreatif menurut Pemerintah Kabupaten Bantul 2024.

Salah satu UMKM yang berkontribusi pada sektor ekonomi kreatif di Kabupaten Bantul adalah UMKM Rajut Nogosari 2. UMKM ini bergerak di bidang kerajinan rajut dan dikenal dengan kualitas produk-produknya yang bernilai seni tinggi. Wilayah Nogosari II merupakan bagian dari salah satu dusun di Kelurahan Wukirsari, Kecamatan Imogiri, Kabupaten Bantul, yang memiliki luas daerah sekitar 70 hektar dengan klasifikasi yang terdiri dari 12 RT, 563 kepala keluarga serta populasi mencapai 1.712 jiwa (Listyani dkk, 2024). Sebagian besar mata pencaharian warga setempat didominasi oleh Ibu-ibu rumah tangga yang bekerja sebagai perajin rajut. Usaha ini memberdayakan masyarakat lokal khususnya perempuan, dalam mengembangkan keterampilan merajut dan menciptakan produk bernilai jual tinggi. Produk yang dihasilkan meliputi tas, dompet, topi, serta berbagai aksesoris berbasis rajut yang tidak hanya diminati oleh pasar lokal tetapi juga mulai merambah ke pasar nasional (Listyani dkk, 2024).

Namun produktivitas kelompok perempuan pengrajin rajut di dusun ini mengalami penurunan, sehingga beberapa anggotanya memutuskan untuk memasarkan hasil kerajinan mereka secara mandiri dengan harga lebih murah melalui cara konvensional (Susanti & Lestari, 2020). Kondisi ini mengakibatkan banyak produk tidak laku terjual dan menumpuk sebagai stok yang tidak bergerak. Keadaan semakin sulit akibat krisis pandemi COVID-19 di tahun 2020, yang menyebabkan tingkat pengangguran terbuka (TPT) di Yogyakarta meningkat menjadi 4,57% pada Agustus 2020, atau naik sebesar 1,39% dibandingkan tahun sebelumnya (Rahayu & Day, 2017).

Dampak dari menurunnya produktivitas dan perubahan pola pemasaran ini tidak hanya berpengaruh terhadap pendapatan para perajin, tetapi juga terhadap keberlanjutan usaha mereka. Keterbatasan akses terhadap pemasaran digital menjadi salah satu faktor utama yang menyebabkan perajin kesulitan menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu,

rendahnya literasi keuangan dan teknologi di kalangan perajin, membuat mereka cenderung memilih untuk mengandalkan metode penjualan langsung yang kurang efektif di era digital (Cahya dkk, 2021).

Untuk mengatasi permasalahan ini, diperlukan strategi yang lebih inklusif dan berbasis gender, seperti penguatan akses modal bagi UMKM perempuan, peningkatan keterampilan melalui program pelatihan berbasis teknologi dan kewirausahaan (Ardini & Shabrie, 2023). Studi yang dilakukan terdahulu menunjukkan bahwa pemberdayaan berbasis gender dalam sektor usaha kecil dapat meningkatkan partisipasi perempuan dalam ekonomi digital, sekaligus memperkuat daya saing produk mereka di pasar global (Yuanita & Nuraeni, 2024). Dengan demikian, pendekatan holistik melalui sinergi antara teknologi, pendidikan, dan pelatihan yang mendukung sangat diperlukan untuk memastikan keberlanjutan usaha perajin di tengah persaingan industri yang semakin kompetitif. Melalui pendekatan ini, diharapkan pemberdayaan ekonomi perempuan dapat berkontribusi secara signifikan pada tingkat kesejahteraan masyarakat di Bantul.

Berdasarkan pemahaman masalah, diskusi dengan mitra dan studi literatur, tim pengabdian menemukan adanya 3 masalah utama, yaitu: terbatasnya akses perempuan terhadap pendidikan dan pelatihan keterampilan yang dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar kerja atau dalam menjalankan usaha mandiri kurangnya pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam mendapatkan akses pendanaan serta menghadapi tantangan dalam mengembangkan usaha mereka ke tingkat yang lebih besar, kurangnya pemahaman dan pendampingan bagi pelaku UMKM perempuan dalam penggunaan aplikasi e-commerce mengakibatkan para pelaku UMKM belum memanfaatkan platform tersebut secara optimal untuk pemasaran *online*.

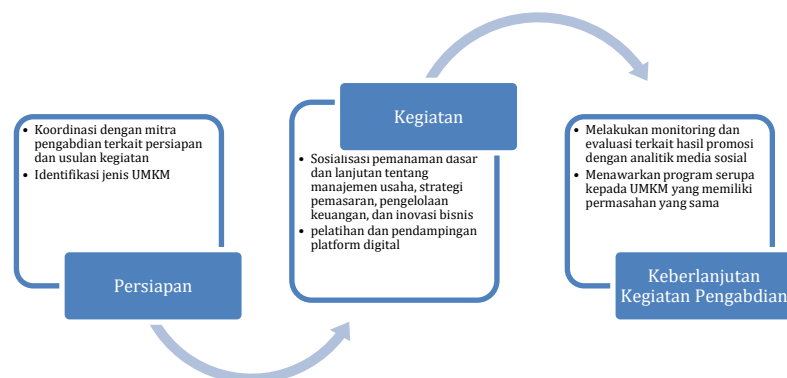
Untuk mengatasi permasalahan ekonomi di Kabupaten Bantul, diperlukan strategi yang terintegrasi dan berkelanjutan. Menilik situasi yang dimiliki oleh mitra, solusi yang kami tawarkan adalah pelatihan menggunakan platform digital secara optimal melalui diskusi bersama dengan para pengrajin dan tenaga ahli dibidangnya. Dengan proses sosialisasi dan diskusi yang tepat pelaku UMKM dapat lebih optimal dalam memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan pemasaran produk mereka, sehingga memperkuat daya saing di era ekonomi digital.

METHOD

Lokasi penelitian berada di Sentra Rajut, Kabupaten Bantul, Desa Nogosari, Kecamatan Wukirsari. Penelitian dilaksanakan pada tanggal 20 Mei 2025. Di lokasi

penelitian tersebut, subjek penelitian yang digunakan adalah pengrajin dari Sentra Rajut. Berdasarkan pemaparan di atas, kegiatan pengabdian ini dilakukan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan. Adapun metode yang diterapkan adalah pendekatan *bottom-up planning* yakni pelaku usaha dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan pengembangan usaha mereka, sehingga strategi yang diterapkan lebih sesuai dengan kebutuhan riil di lapangan (Wijayanti, 2020). Implementasi ini terhadap pemberdayaan UMKM melibatkan empat tahapan kunci meliputi identifikasi kebutuhan dan potensi lokal, perencanaan partisipatif, pelatihan dan pengembangan kapasitas, dan pendampingan dan monitoring (Rahmawati & Santoso, 2022).

Pada praktiknya, pendekatan ini akan berfokus pada penguatan kelembagaan (*capacity building*) dan peningkatan aspek manajerial secara berkelanjutan. Model ini mencakup pelatihan berbasis kebutuhan industri, mentoring bisnis, serta pendampingan dalam pemanfaatan teknologi digital (Hidayat, 2023). Program ini mengadopsi metode *action learning*, di mana peserta tidak hanya menerima teori tetapi juga menerapkan praktik langsung dalam operasional usaha mereka (Hidayat, 2023). Dalam pelaksanaannya, konsultan profesional dan akademisi bekerja sama dengan pemerintah setempat untuk memberikan bimbingan operasional kepada para pelaku wirausaha Wanita Kabupaten Bantul. Berikut ini adalah tahapan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan : Pertama tahap Persiapan (survei, penentuan lokasi dan sasaran, penetapan cluster UMKM, penyusunan bahan atau materi pelatihan); kedua tahap pelaksanaan, seperti: Pemaparan mengenai pemahaman dasar dan lanjutan tentang manajemen usaha, strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, dan inovasi bisnis. Pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan platform digital seperti media sosial, *marketplace*, dan *website* untuk meningkatkan jangkauan pasar. Pelatihan ini mencakup pembuatan konten menarik, serta strategi pemasaran digital; ketiga metode pelatihan. Berikut ini adalah alur kegiatan pelatihan dan pendampingan :



Gambar 1. Diagram Alir Pengabdian

RESULTS AND DISCUSSION

Kegiatan pengabdian pada masyarakat kemitraan yang sudah dilaksanakan oleh tim pengabdian selama rentang bulan Mei 2025 sebagai berikut: pada kegiatan survei awal pengabdian, tim pengabdian mengawali kegiatan dengan melakukan survei awal yang dibagi menjadi dua kali survei, yaitu komunikasi dengan tim lapangan yang melakukan survei di desa Nogosari, kelurahan Wukirsari melalui zoom meeting dengan para pengabdian yang lain dan koordinasi dengan beberapa panitia setempat untuk menentukan tanggal-tanggal penting pelaksanaan kegiatan, juga cluster dan UMKM yang akan dituju. Kemudian tim pengabdian melakukan diskusi (*brainstorming*) dengan Koordinator Desa. Diskusi dengan Koordinator desa ditujukan untuk mengkoordinasikan kegiatan pengabdian dan beberapa data pendukung desa. Kegiatan Sosialisasi dan Diskusi dengan pengerajin. Kegiatan pelatihan dilaksanakan tanggal 20 Mei 2025 dengan materi tentang pemanfaatan pemasaran digital bagi UMKM.

Hasil dari kegiatan pengabdian berupa kegiatan survei dimana tim pengabdian mendengarkan dari tim survei lapangan terkait dengan kondisi Wukirsari, dari survei yang dilakukan terdapat informasi yang didapatkan melalui koordinator desa, adalah: Masih terdapat kelompok masyarakat berpendapatan rendah, teridentifikasi masih terbatasnya akses permodalan bagi usaha kecil menengah (UKM), produktivitas pertanian masih bergantung pada sistem pertanian tradisional dan terbatasnya inovasi serta penggunaan teknologi berkelanjutan dalam pendistribusian produk pertanian dan pangan, masih kurangnya literasi dan fasilitas, terutama literasi digital dan keterampilan teknologi bagi masyarakat, masih terdapat kesenjangan dalam pelibatan partisipasi perempuan dalam kegiatan ekonomi di masyarakat, masih kurangnya literasi dan pelatihan terkait potensi ekonomi kreatif dan dukungan terhadap inovasi sosial serta usaha rintisan berbasis teknologi, pengelolaan sampah dan pencemaran sungai masih menjadi masalah di kawasan perkotaan dan wisata.

Pada pengabdian tahap kedua tim pengabdian berkomunikasi langsung dengan para pengerajin, pada saat kegiatan pengerajin yang hadir salah satunya ibu Isti yang juga merupakan pendiri Isti Omah Rajut. Dari diskusi dengan pengerajin di dapatkan: Belum adanya pendanaan yang pasti untuk proses produksi, sebagian besar dana dikeluarkan sendiri oleh masing-masing pengerajin, belum adanya pelatihan terstruktur untuk pengerajin, sehingga kemampuan pengerajin di dapatkan melalui pelatihan mandiri, yang akibatnya kurangnya variasi produk yang menarik sesuai dengan trend saat ini, tidak adanya sistem pemasaran yang terpadu, karena ternyata meskipun dikenal sebagai Omah

Rajut Wukirsari. Pengrajin harus menjual produknya sendiri offline maupun online. Hal ini memberatkan pengerajin karena profesi pengerajin juga sebagai ibu rumah tangga; rendahnya informasi pengerajin terkait pemasaran secara digital, sebagian besar akun bisnis tidak dikelola dengan baik, tidak adanya katalog produk yang memudahkan bagi konsumen untuk memilih produk yang ingin mereka lihat dan pilih. Ditambah proses produksi terbilang cukup lama karena fokus pengerajin yang terpecah antara menjadi ibu rumah tangga dan pengerajin.

Dari hasil komunikasi dan diskusi dengan mitra pengabdian, tim pengabdian merancang strategi secara inklusif, partisipatif, dan responsif terhadap konteks sosial ekonomi perempuan wirausaha pedesaan di Desa Wukirsari. Komponen pertama strategi ini berfokus pada pengembangan literasi digital. Modul pelatihan diusulkan untuk memperkenalkan anggota UMKM pada perangkat digital dasar, seperti penggunaan ponsel pintar untuk pemasaran, pengelolaan platform media sosial (misalnya, Instagram dan WhatsApp Business), dan akses pasar daring. Komponen ini secara langsung merespons kesenjangan keterampilan digital yang menghambat kelompok ini untuk memasuki pasar yang lebih luas. Literasi digital bukan hanya tentang adopsi teknologi, tetapi juga tentang pemberdayaan perempuan agar menjadi pengguna dan kreator konten yang percaya diri dalam ekonomi digital (Pertiwi & Suryani, 2020; Kumar dkk.; Suhaeli dkk., 2024).

Komponen kedua menekankan branding dan penceritaan produk. Ini mencakup pengembangan identitas visual (misalnya, logo dan kemasan), penciptaan narasi seputar keunikan produk, dan representasi budaya dalam desain kerajinan. Tujuannya adalah menciptakan nilai tambah dan hubungan emosional dengan calon pembeli, terutama di pasar niche dan etis yang menghargai keaslian dan dampak sosial. Menurut Widyastuti & Kusnandar (2021), bercerita merupakan alat yang ampuh untuk membedakan produk buatan tangan di pasar yang kompetitif dan untuk menarik dukungan dari konsumen yang sadar.

Komponen ketiga melibatkan literasi keuangan dasar dan pembukuan. Melalui modul ini, peserta akan belajar cara mencatat penjualan dan pengeluaran, menghitung keuntungan, dan merencanakan investasi ulang. Templat yang sederhana dan mudah digunakan diperkenalkan, dirancang untuk perajin dengan latar belakang pendidikan terbatas. Penerapan komponen keuangan ini diharapkan dapat meningkatkan transparansi, meningkatkan kepercayaan internal, dan berpotensi mempersiapkan kelompok untuk akses ke keuangan mikro atau pendanaan koperasi di masa mendatang

(Hagawe dkk. 2023). Komponen keempat mempromosikan model bisnis kolaboratif berbasis koperasi. Alih-alih setiap anggota beroperasi secara individual, model ini mendorong produksi, pemasaran, dan pembagian keuntungan berbasis kelompok. Dengan mengadopsi struktur ini, kelompok UMKM dapat memperoleh manfaat dari skala ekonomi, memperkuat posisi tawar di pasar, dan mengurangi risiko yang terkait dengan ketergantungan individu (Gupta & Gupta, 2024). Model bisnis kolektif telah terbukti efektif dalam berbagai program pemberdayaan perempuan, terutama di sektor pedesaan dan informal (Purwanto, 2023; Cahyaningdyah dkk., 2024).

Terakhir, mekanisme pendampingan lanjutan juga diusulkan. Mekanisme ini melibatkan pendampingan berkala dari lembaga akademik, pemerintah daerah, dan LSM untuk memastikan keberlanjutan dan peningkatan kapasitas setelah intervensi awal. Pendampingan tidak hanya membantu mempertahankan motivasi tetapi juga membuka jalur inovasi dan perluasan jaringan. Sebagaimana disoroti oleh Nurjanah & Fitriani (2021), pendampingan yang konsisten memiliki dampak signifikan terhadap hasil pemberdayaan jangka panjang, terutama dalam meningkatkan kepemimpinan perempuan dan kepercayaan diri berwirausaha.

CONCLUSION

Inisiatif pengabdian masyarakat ini menggarisbawahi peran vital UMKM yang dikelola perempuan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di tingkat desa. Kasus Rajut Nogosari 2 menggambarkan bagaimana perempuan pedesaan, melalui kreativitas dan kolaborasi, mampu menghasilkan produk kerajinan bernilai tinggi yang berakar pada budaya lokal. Namun, berbagai hambatan struktural—seperti keterbatasan keterampilan digital, kurangnya strategi pemasaran, dan lemahnya literasi keuangan—terus menghambat potensi penuh mereka. Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa pendekatan pemberdayaan berbasis kesetaraan gender dapat menjadi strategi yang efektif untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut. Melalui analisis tematik, terungkap bahwa empat aspek kunci sangat penting untuk memperkuat ketahanan dan daya saing UMKM yang dikelola perempuan: (1) literasi digital untuk memperluas akses pasar dan visibilitas produk, (2) branding dan storytelling untuk menambah nilai emosional dan membedakan produk, (3) literasi keuangan untuk meningkatkan transparansi dan perencanaan bisnis, dan (4) model bisnis berbasis koperasi untuk mendorong aksi kolektif dan distribusi manfaat yang adil. Penerapan strategi-strategi ini tidak hanya meningkatkan kapasitas kewirausahaan kelompok tetapi

juga menumbuhkan kepercayaan diri, kepemimpinan, dan solidaritas di antara para anggotanya. Metode partisipatif yang digunakan—menggabungkan wawancara, observasi, dan tinjauan pustaka—memastikan bahwa solusi yang diusulkan selaras dengan kondisi nyata di lapangan dan mencerminkan aspirasi para pelaku UMKM itu sendiri. Dalam jangka panjang, program pemberdayaan ini diharapkan dapat menjadi model yang dapat direplikasi bagi kelompok UMKM serupa di daerah pedesaan, terutama yang dipimpin oleh perempuan. Program ini menawarkan kerangka kerja strategis yang mengintegrasikan inovasi digital, kerja sama berbasis komunitas, dan kesetaraan gender untuk mencapai tujuan yang lebih luas yaitu inklusi sosial dan keberlanjutan ekonomi. Lebih lanjut, lembaga akademik, lembaga pemerintah, dan masyarakat sipil harus bekerja sama untuk memberikan dukungan berkelanjutan melalui pendampingan, advokasi kebijakan, dan akses ke sumber daya. Hanya melalui keterlibatan multi-pemangku kepentingan seperti itulah transformasi wirausaha perempuan pedesaan dapat benar-benar inklusif, berdampak, dan berkelanjutan.

REFERENCES

- Ardini, L., & Shabrie, W. S. (2023). PROGRAM INKUBASI BISNIS SOLUSI PEMBERDAYAAN PEREMPUAN PRASEJAHTERA. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi Islam (Imanensi)*, 3(1), 33-42
- Bantul (2023) BANTUL SMART CITY. PEMKAB BANTUL GENCARKAN PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR SAMPAI 2024 MENDATANG. 2023 Juli 31. <https://smartcity.bantulkab.go.id/informasi/detail/1039/pemkab-bantul-gencarkan-pembangunan-infrastruktur-sampai-2024-mendatang.html>
- Cahya, A. D., Aqdella, F. A., Jannah, A. Z., & Setyawati, H. (2021). MEMANFAATKAN MARKETPLACE SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI TENGAH PANDEMI COVID-19. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(3), 503-510.
- Cahyaningdyah, D., Abiprayu, K. B., Kamilia, N., & Airiq, I. M. (2024). PERSIAPAN PEMBENTUKAN KOPERASI SEBAGAI SARANA PENGUATAN KELEMBAGAAN GUNA MENUNJANG PENGEMBANGAN BISNIS UMKM DI DESA BRANJANG, KABUPATEN UNGARAN. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(3), 2789-2795.

- Gupta, R. K., & Gupta, R. (2024). *FUNDAMENTALS OF ENTREPRENEURSHIP AND MSME MANAGEMENT*. Academic Guru Publishing House.
- Hagawe, H. M., Mobarek, A., Hanuk, A., & Jamal, A. (2023). A UNIQUE BUSINESS MODEL FOR MICROFINANCE INSTITUTION: THE CASE OF ASSADAQAAT COMMUNITY FINANCE (ACF). *Cogent Business & Management*, 10(1), 2135202.
- Hidayat R. (2023). *PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF BERBASIS KOMUNITAS*. Jakarta: Pustaka Ekonomi.
- Kumar, S., Kumar, V., & Devi, N. (2024). *DIGITAL LITERACY: A PATHWAY TOWARD EMPOWERING RURAL WOMEN*. Global Knowledge, Memory and Communication.
- Listiyani, L. R., Cahya, A. D., & Wijayanti, A. (2024). *PEMBERDAYAAN KELOMPOK RAJUT MELALUI DIGITAL MARKETING*. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 8(1), 1461-1472.
- Pancawati, G. (2021). *PEMBERDAYAAN EKONOMI PEREMPUAN MELALUI PENDEKATAN KESETARAAN GENDER*. *Journal of Public Power*, 5(2), 159-165.
- Pemerintah Kabupaten Bantul. (2024) *REALISASI DANA KEISTIMEWAAN DIY DI KABUPATEN BANTUL TAHUN 2024*. 2024 OKTOBER 29. <https://bantulkab.go.id/berita/detail/6713/pembangunan-daerah-di-diy-tahun-2024-capai-86-.html>
- Purwanto, A. (2023). *SOSIALISASI EKONOMI KREATIF DAN PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS BISNIS DIGITAL DI MARIO, TANASITOLLO, KAB. WAJO*. *Compile Journal of Society Service*, 1(1), 16-21.
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). *E-COMMERCE ADOPTION BY SMES IN DEVELOPING COUNTRIES: EVIDENCE FROM INDONESIA*. *Eurasian Business Review*, 7, 25-41.
- Rahmawati, L., & Santoso, B. (2022). *DIGITAL LITERACY AND BUSINESS PERFORMANCE: CHALLENGES IN THE ADOPTION OF E-COMMERCE BY WOMEN-LED SMES*. *Indonesian Journal of Digital Economy*, 12(1), 78-94.
- Suhaeli, E., Nasution, N. A., Januarika, J., Setyaningsih, R., & Rudi, R. (2024). *STRATEGI DIGITALISASI UNTUK KEMANDIRIAN UMKM DAN*

- PEMBERDAYAAN WANITA: PENGABDIAN MASYARAKAT DI KECAMATAN KEBON PEDAS, SUKABUMI. *Blantika: Multidisciplinary Journal*, 2(3), 323-329.
- Suryani, M. (2020). ANALISIS POTENSI EKONOMI KREATIF DI KABUPATEN BANTUL. *YOGYAKARTA: LEMBAGA PENELITIAN EKONOMI*. Volume 17 No. 3, September 2021, 170-182.
- Susanti, R., & Lestari, W. (2020). THE IMPACT OF E-COMMERCE ADOPTION ON SMES' REVENUE. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 7(3), 87-101.
- Wijayanti, D. (2020). EFFECTIVENESS OF GOVERNMENT BUSINESS TRAINING PROGRAMS FOR SMES: A CASE STUDY IN INDONESIA. *International Journal of Business and Management*, 8(2), 45-60.
- Yuanita, R., & Nuraeni, N. (2024). PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DALAM Mendukung PEMBERDAYAAN EKONOMI PEREMPUAN DI KECAMATAN BALEENDAH. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(3), 723-735.