

# Women Empowerment Through 'Aisyiyah's Economic and Entrepreneurial Programs: Pemberdayaan Perempuan Melalui Program Ekonomi dan Kewirausahaan 'Aisyiyah

*Akhmad Affandi*  
*Rifdah Abadiyah*

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo  
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

General Background: Women's empowerment through community-based organizations plays a vital role in strengthening the local economy and family welfare. Specific Background: The 'Aisyiyah organization in Sidoarjo actively supports women's micro, small, and medium enterprises (MSMEs) through training and cooperative initiatives. Knowledge Gap: Few studies discuss the operational strategies and socio-economic outcomes of 'Aisyiyah's empowerment programs. Aims: This study analyzes the role of the 'Aisyiyah Community Organization in empowering women entrepreneurs to enhance MSME income in Sidoarjo Regency. Results: The study finds that women participating in 'Aisyiyah's programs experienced improved financial literacy, marketing capacity, and production efficiency, contributing to increased household income. Novelty: The integration of religious-based community movements with modern entrepreneurship development frameworks demonstrates a sustainable empowerment model. Implications: Strengthening digital marketing, cooperative networking, and financial management can enhance women's economic resilience through 'Aisyiyah's initiatives.

## Highlights:

- 'Aisyiyah promotes sustainable women entrepreneurship.
- Economic literacy increases household income levels.
- Community-based empowerment enhances business independence.

**Keywords:** Women Empowerment, Aisyiyah, MSMEs, Community Organization, Economic Growth

## **Pendahuluan**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia, terutama dalam hal penciptaan lapangan kerja dan pengentasan kemiskinan. Di Kabupaten Sidoarjo, UMKM menjadi tulang punggung perekonomian daerah, dengan jumlah pelaku usaha yang terus bertambah seiring dengan dinamika sosial ekonomi masyarakat.[1] Sektor ini tidak hanya menopang aktivitas ekonomi lokal, tetapi juga menjadi wadah bagi inisiatif kewirausahaan masyarakat, terutama perempuan.[2] Namun, UMKM dihadapkan pada berbagai persoalan struktural, mulai dari keterbatasan permodalan, rendahnya akses pasar, hingga kelemahan dalam manajemen usaha.[3] Situasi ini menyebabkan sebagian besar pelaku UMKM mengalami stagnasi dalam pertumbuhan pendapatan. Oleh karena itu, dibutuhkan intervensi yang bersifat menyeluruh dan berkelanjutan, terutama melalui peran lembaga sosial masyarakat. Pemberdayaan perempuan dalam UMKM merupakan aspek penting yang semakin mendapat perhatian dalam konteks pembangunan berkelanjutan.[4] Perempuan tidak hanya berperan sebagai pendukung ekonomi rumah tangga, tetapi juga sebagai pelaku utama dalam usaha mikro berbasis keluarga.[5] Namun demikian, mereka kerap mengalami hambatan yang lebih kompleks dibandingkan pelaku usaha laki-laki, seperti beban ganda, keterbatasan mobilitas, serta minimnya akses informasi dan pelatihan.[6] Keterlibatan organisasi masyarakat, terutama yang berbasis nilai dan agama, dapat menjadi jembatan dalam mengatasi persoalan tersebut.[7] Salah satu contoh konkret adalah Aisyiyah, organisasi perempuan Muhammadiyah, yang telah menjalankan berbagai program pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas. Peran Aisyiyah menjadi menarik untuk dikaji karena tidak hanya menyorot aspek ekonomi, tetapi juga nilai spiritual dan sosial perempuan dalam konteks masyarakat religius.[8]

Aisyiyah Kabupaten Sidoarjo telah aktif dalam menyelenggarakan pelatihan kewirausahaan, literasi keuangan, serta fasilitasi akses pasar bagi perempuan pelaku usaha mikro. Kegiatan ini diarahkan untuk memperkuat kapasitas perempuan agar mampu mengembangkan usaha secara mandiri dan berkelanjutan. Akan tetapi, efektivitas program-program tersebut dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan perempuan UMKM masih memerlukan pengukuran yang lebih mendalam.[9] Bahwa banyak pelaku UMKM binaan Aisyiyah yang masih menghadapi kendala dalam implementasi strategi pemasaran digital, pencatatan keuangan, serta keberlanjutan usaha. Di sisi lain, mereka juga menunjukkan semangat dan motivasi tinggi untuk meningkatkan taraf hidup keluarga melalui kegiatan usaha. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis menyeluruh terhadap keberhasilan dan tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan program pemberdayaan tersebut.

Isu strategis yang diangkat dalam penelitian ini adalah efektivitas peran organisasi masyarakat, khususnya Aisyiyah, dalam mendukung pemberdayaan ekonomi perempuan melalui peningkatan pendapatan pelaku usaha mikro.[10] Dalam konteks ini, pemberdayaan tidak hanya dimaknai sebagai pemberian pelatihan, tetapi juga sebagai proses peningkatan kapasitas, kemandirian, dan akses terhadap sumber daya ekonomi. Persoalan efektivitas menjadi penting karena menyangkut relevansi antara kebutuhan pelaku usaha dengan intervensi yang diberikan oleh organisasi masyarakat.[11] Selain itu, sinergi antara program pemberdayaan dengan kebijakan pemerintah daerah serta keberadaan lembaga pendukung seperti koperasi dan UMKM Center juga turut menentukan keberhasilan program. Kajian terhadap isu ini menjadi relevan untuk menghasilkan strategi intervensi yang lebih tepat sasaran dan berbasis data lapangan. Terlebih, di tengah tekanan ekonomi dan persaingan pasar, pemberdayaan berbasis komunitas dapat menjadi solusi alternatif dalam mendorong ketahanan ekonomi perempuan.[12]

Urgensi penelitian ini tidak hanya terletak pada aspek akademik, tetapi juga pada dimensi praktis dan kebijakan. Mengingat pentingnya peran perempuan dalam menopang ekonomi keluarga dan masyarakat, serta kontribusi strategis organisasi masyarakat seperti Aisyiyah dalam menginisiasi perubahan sosial, maka studi ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai model pemberdayaan yang efektif.[13] Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan program pemberdayaan ekonomi yang dilakukan oleh Aisyiyah.[14] Penelitian dapat menjadi masukan berharga bagi Aisyiyah, pemerintah daerah, maupun lembaga pendamping lainnya dalam merancang kebijakan dan program peningkatan pendapatan perempuan berbasis komunitas. Dengan pendekatan yang tepat dan berbasis data empirik, pemberdayaan perempuan pelaku UMKM dapat diarahkan pada penguatan ekonomi lokal yang lebih inklusif dan berkelanjutan.[15]

Penelitian ini penting dalam konteks pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (Sustainable Development Goals), khususnya tujuan kelima tentang kesetaraan gender dan tujuan kedelapan tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi.[16] Aisyiyah sebagai organisasi keagamaan berbasis perempuan memiliki karakteristik unik yang memungkinkan terjadinya integrasi antara nilai-nilai agama dan prinsip pemberdayaan.

Pendekatan berbasis nilai ini diyakini mampu memperkuat akar kemandirian perempuan dan menjadikan usaha mereka sebagai bagian dari gerakan ekonomi keumatan.[17] Maka dari itu, penting untuk memahami bagaimana strategi, tantangan, dan capaian pemberdayaan perempuan di bawah naungan Aisyiyah, serta implikasinya bagi pengembangan usaha mikro di tingkat lokal. Peningkatan pendapatan dalam konteks pemberdayaan ekonomi merupakan salah satu indikator keberhasilan pembangunan berbasis masyarakat. Teori Human Capital oleh Gary S. Becker (1993) menyatakan bahwa investasi dalam bentuk pendidikan, pelatihan, dan kesehatan pada manusia akan menghasilkan produktivitas yang lebih tinggi dan berdampak langsung pada peningkatan pendapatan.[18] Dalam kerangka ini, perempuan sebagai pelaku UMKM yang dibekali keterampilan dan literasi usaha, memiliki potensi besar untuk mengalami peningkatan kesejahteraan ekonomi. Di sisi lain, teori empowerment menurut Naila Kabeer (1999) memandang bahwa pemberdayaan mencakup dimensi sumber daya (resources), agensi (agency), dan capaian (achievement), yang semuanya relevan dalam menganalisis bagaimana perempuan memperoleh kendali atas pengambilan keputusan dan mobilisasi ekonomi.[19] Aisyiyah, sebagai organisasi keagamaan berbasis perempuan, dapat memainkan peran dalam menyediakan sumber daya dan memperkuat agensi perempuan pelaku usaha. Model ini menempatkan pemberdayaan bukan hanya pada aspek pelatihan, melainkan juga pembentukan struktur pendukung ekonomi berbasis komunitas.[20]

Pendekatan-pendekatan tersebut tidak serta-merta menjawab kompleksitas tantangan struktural yang dihadapi perempuan pelaku UMKM, terutama di wilayah dengan norma sosial yang patriarkal. Teori human capital bersifat terlalu individualistik dan tidak memperhitungkan hambatan eksternal seperti diskriminasi sosial, akses terbatas terhadap modal, serta beban ganda domestik.[21] Bahkan, program pemberdayaan yang bersifat teknis dan sporadis tanpa pendampingan jangka panjang sering gagal menciptakan perubahan nyata pada pendapatan perempuan. Seperti dinyatakan oleh Sen (1999), pembangunan manusia memerlukan pembebasan dari berbagai bentuk ketidakberdayaan sosial dan ekonomi, yang berarti bahwa pendekatan institusional dan kultural harus diintegrasikan.[22] Oleh karena itu, pemberdayaan ekonomi perempuan membutuhkan model intervensi yang bersifat holistik, berkelanjutan, dan berakar pada nilai-nilai lokal.

Dalam konteks tersebut, kombinasi antara teori human capital, empowerment, dan development as freedom menjadi kerangka sintesis yang relevan untuk menganalisis peran organisasi masyarakat dalam pemberdayaan ekonomi perempuan. Aisyiyah sebagai organisasi berbasis nilai Islam dan berbasis komunitas memiliki kekuatan dalam menjembatani keterbatasan pelaku UMKM perempuan dengan menciptakan dukungan sosial, pelatihan keterampilan, dan jaringan pasar. Intervensi yang dilakukan Aisyiyah tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga spiritual dan sosial, sehingga memungkinkan terciptanya ketahanan ekonomi yang berbasis pada identitas dan solidaritas komunitas. Dalam kerangka ini, peningkatan pendapatan bukan hanya hasil dari pelatihan, tetapi hasil dari kombinasi modal sosial, spiritual, dan ekonomi. Penelitian ini hendak melihat seberapa jauh integrasi ketiga dimensi tersebut mampu menjawab hambatan aktual yang dihadapi pelaku UMKM perempuan.

Kondisi penelitian saat ini ditemukan menurut Linzzy Pratami Putri, Irma Christiana, dan Sri Endang Rahayu (2023) dalam artikelnya berjudul "Pelatihan Manajemen Kewirausahaan Guna Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Sebagai Usaha Ranting Aisyiyah Marelana" menyoroti pentingnya pelatihan manajemen kewirausahaan dalam rangka memperkuat kemandirian ekonomi perempuan, khususnya di lingkungan organisasi Aisyiyah. Penelitian ini dilaksanakan melalui kegiatan pelatihan yang melibatkan anggota Ranting Aisyiyah Marelana-I, yang selama ini mengembangkan kegiatan ekonomi keluarga melalui Bina Usaha Ekonomi Keluarga Aisyiyah (BUEKA) dan Unit UMKM. Hasilnya menunjukkan bahwa pelatihan manajemen kewirausahaan memberikan pemahaman yang lebih sistematis tentang pengelolaan usaha, termasuk perencanaan usaha, pencatatan keuangan, serta pemasaran. Hal ini secara langsung berkontribusi terhadap peningkatan daya saing dan keberlanjutan usaha anggota Aisyiyah di tingkat ranting.[23]

Penelitian lain ditemukan menurut Irwan Prasetyo, Liris Kristina, Teguh Budi Raharjo, dan Tabrani Tabrani (2023) dalam tulisannya "Pelatihan Pengorganisasian dan Penguatan Bina Usaha Ekonomi Keluarga Aisyiyah (BUEKA) Kota Tegal" mengangkat isu pentingnya pengorganisasian dan peningkatan kapasitas pengelola UMKM di bawah naungan Aisyiyah. Fokus utama kegiatan ini adalah pelatihan akuntansi sederhana serta penyusunan struktur organisasi usaha BUEKA agar lebih tertata. Sebanyak dua puluh pelaku UMKM BUEKA terlibat dalam kegiatan ini. Hasilnya memperlihatkan peningkatan pemahaman dalam aspek pencatatan keuangan, pembagian tugas dalam pengelolaan usaha, dan motivasi untuk memperluas jaringan pemasaran. Penelitian ini menekankan bahwa kelembagaan ekonomi Aisyiyah membutuhkan pendekatan sistematis dalam penguatan organisasi untuk memperkuat kemandirian perempuan.[24]

Penelitian terkait spesifik berbasis digital ditemukan menurut Yudi Sujudi, Untung Novianto, Irsan Furqon Rakasiwi, Suci Putri Lestari, dan Siti Aisyah Nurfadilah (2025) dalam artikel berjudul "Pemberdayaan UMKM Aisyiyah Bandung Melalui Pengembangan Konten Visual dan Strategi Pemasaran Digital di Era Ekonomi Kreatif" menawarkan pendekatan pemberdayaan ekonomi berbasis teknologi. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan adaptasi pelaku UMKM Aisyiyah terhadap era digital. Program pengabdian ini melibatkan pelatihan pemasaran digital dan pengembangan desain visual untuk media sosial. Melalui pelatihan ini, pelaku usaha perempuan Aisyiyah di Bandung mampu meningkatkan kapasitas digital mereka dan mempromosikan produknya secara mandiri. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan keterampilan teknis serta optimisme pelaku usaha dalam mengembangkan bisnis secara berkelanjutan di tengah tantangan pasar digital.[15]

Dari ketiga penelitian tersebut, tampak adanya celah penelitian (research gap) dalam perspektif Human Capital Gary S. Becker (1993), peningkatan keterampilan dan kapasitas individu merupakan kunci utama dalam mendorong produktivitas dan peningkatan pendapatan, khususnya bagi kelompok rentan seperti perempuan pelaku usaha mikro. Investasi dalam bentuk pelatihan, pendidikan kewirausahaan, dan akses informasi akan menghasilkan dampak ekonomi yang signifikan apabila didukung oleh lingkungan yang mendukung. Sementara itu, teori Empowerment yang dikemukakan Naila Kabeer (1999) memberikan kerangka yang lebih luas, yakni bahwa pemberdayaan tidak hanya soal keterampilan teknis, melainkan juga mencakup tiga dimensi utama: resources (sumber daya yang tersedia dan dapat diakses), agency (kemampuan untuk mengambil keputusan dan bertindak atas kepentingan sendiri), dan achievement (hasil nyata dari proses pemberdayaan itu sendiri).

Penelitian ini akan diarahkan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan cara menelaah Aisyiyah Kabupaten Sidoarjo, sebagai organisasi keagamaan perempuan berbasis komunitas, tidak hanya menjadi penyedia pelatihan atau fasilitator ekonomi, tetapi juga sebagai aktor strategis dalam membentuk ekosistem pemberdayaan yang berkelanjutan. Penelitian ini akan menggali bagaimana Aisyiyah membangun dan mengintegrasikan sumber daya sosial (jaringan organisasi, nilai keagamaan), ekonomi (akses modal, pelatihan usaha), dan spiritual (motivasi religius dan etika kerja Islami) dalam rangka memperkuat kapasitas tenaga kerja perempuan pelaku UMKM di Kabupaten Sidoarjo. Dengan demikian, arah penelitian tidak hanya terfokus pada output kegiatan ekonomi, tetapi juga pada transformasi agensi perempuan dan pengaruh struktural Aisyiyah dalam menciptakan pemberdayaan berbasis nilai dan kontekstual secara berkelanjutan.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dalam mengkaji peran organisasi masyarakat, khususnya Aisyiyah, sebagai agen pemberdayaan perempuan dalam konteks pengembangan usaha mikro secara holistik dan berbasis nilai keagamaan. Berbeda dari penelitian sebelumnya yang cenderung memisahkan aspek ekonomi dari dimensi sosial dan spiritual, penelitian ini melihat pemberdayaan perempuan sebagai proses interseksi antara kekuatan kolektif, motivasi religius, dan adaptasi terhadap ekonomi digital. Kebaruan lainnya adalah integrasi antara data kualitatif hasil wawancara dan analisis keberhasilan pemberdayaan melalui indikator-indikator konkret seperti legalitas usaha, pemanfaatan media sosial, serta keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga analitis dan kontekstual dalam memahami dinamika lokal.[25]

Fokus utama penelitian ini adalah mengungkap apakah organisasi masyarakat Aisyiyah berperan dalam memberdayakan tenaga perempuan melalui peningkatan kapasitas usaha di Kabupaten Sidoarjo. Penelitian ini mengeksplorasi dimensi peran organisasi, strategi pemberdayaan yang diterapkan, perubahan yang dialami oleh perempuan setelah mengikuti pembinaan, serta tantangan yang dihadapi dalam pengembangan usaha. Aspek legalitas usaha, akses pelatihan, jejaring komunitas, dan penggunaan teknologi pemasaran menjadi variabel penting yang dianalisis untuk memahami efektivitas program pemberdayaan yang dijalankan oleh Aisyiyah. Di sisi lain, narasi para pelaku usaha perempuan digunakan untuk menangkap perspektif personal tentang proses transformasi dan kemandirian.

Berdasarkan fokus tersebut, rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimana peran organisasi masyarakat Aisyiyah dalam memberdayakan tenaga perempuan di Kabupaten Sidoarjo? (2) Apa saja bentuk strategi pemberdayaan yang dilakukan oleh Aisyiyah terhadap anggota perempuannya yang menjalankan usaha? (3) Bagaimana dampak pemberdayaan tersebut terhadap keberlangsungan dan penguatan usaha mikro yang dijalankan oleh perempuan?. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis peran Aisyiyah sebagai organisasi masyarakat dalam proses pemberdayaan perempuan pelaku usaha di Kabupaten Sidoarjo, mengidentifikasi bentuk dan strategi pemberdayaan yang dilakukan dan menilai dampak pemberdayaan terhadap peningkatan kapasitas usaha perempuan, baik dari sisi ekonomi maupun sosial.

Manfaat penelitian ini terbagi menjadi manfaat teoritis dan manfaat praktis. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya kajian tentang peran organisasi masyarakat dalam pembangunan ekonomi berbasis gender, khususnya dalam konteks lokal dan keagamaan. Penelitian ini juga membuka ruang diskusi baru mengenai sinergi antara nilai religius, ekonomi digital, dan pemberdayaan komunitas perempuan. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi organisasi masyarakat lainnya, lembaga pemerintah, serta stakeholder pembangunan gender dalam merumuskan kebijakan pemberdayaan yang lebih inklusif, efektif, dan berkelanjutan. Bagi Aisyiyah sendiri, temuan ini dapat menjadi bahan refleksi dan evaluasi terhadap strategi pemberdayaan yang telah diterapkan.

## Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan dengan pendekatan deskriptif, karena bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam peran organisasi masyarakat, dalam hal ini Aisyiyah Kabupaten Sidoarjo, dalam proses pemberdayaan tenaga perempuan pelaku UMKM. Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih agar peneliti dapat menelaah fenomena sosial secara kontekstual, serta mendeskripsikan dinamika yang berkembang di lapangan berdasarkan perspektif para subjek penelitian. Fokus utama penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana Aisyiyah Sidoarjo menginisiasi dan mengimplementasikan program pemberdayaan perempuan dalam sektor usaha kecil dan menengah, serta mengevaluasi kontribusinya terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha binaan. Secara lebih rinci, penelitian ini hendak mengeksplorasi bentuk-bentuk mencakup tiga dimensi utama: resources (sumber daya yang tersedia dan dapat diakses), agency (kemampuan untuk mengambil keputusan dan bertindak atas kepentingan sendiri), dan achievement (hasil nyata dari proses pemberdayaan itu sendiri).

Sumber data dalam penelitian ini diklasifikasikan ke dalam dua jenis utama, yakni:

1. Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari lapangan melalui wawancara dan observasi terhadap informan yang terlibat aktif dalam program pemberdayaan UMKM oleh Aisyiyah Sidoarjo, Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sidoarjo.
2. Data Sekunder, yaitu data yang berasal dari dokumen resmi, laporan kegiatan, artikel ilmiah, jurnal, serta literatur relevan yang membahas tentang pemberdayaan ekonomi perempuan, peran organisasi masyarakat, dan pengembangan UMKM.

Data terkumpul dianalisa secara deduktif yakni inventarisir melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap pelaku UMKM perempuan binaan Aisyiyah Kabupaten Sidoarjo. Para informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yakni teknik penentuan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang dianggap mampu memberikan data dan informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Kriteria yang digunakan dalam memilih informan meliputi: (1) pelaku UMKM perempuan yang aktif mengikuti program pemberdayaan oleh Aisyiyah, (2) telah menjalankan usahanya minimal satu tahun, dan (3) bersedia memberikan informasi secara terbuka kepada peneliti.

Jumlah informan ditentukan secara fleksibel mengikuti prinsip purposive sampling, yaitu ketika data yang diperoleh dianggap telah cukup mewakili keseluruhan fenomena yang diteliti dan tidak ditemukan informasi baru yang signifikan. Selain pelaku usaha, peneliti juga mewawancarai pengurus Aisyiyah yang terlibat langsung dalam pelaksanaan program, serta pihak mitra seperti pendamping atau penggerak komunitas, secara rinci pada tabel 1.

Tabel 1. Daftar Informan Penelitian

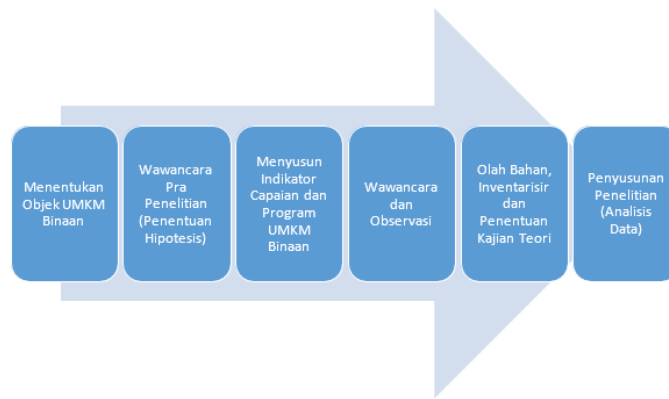
No	Informan	Sebagai	Keterangan
1	Ade Efiyanti	PDA Sidoarjo	Pimpinan Daerah Aisyiyah
2	Achmad Subkhan	Pendamping UMKM	Dinas Koperasi dan UMKM
3	Elfin Sulfiani	Anggota Binaan UMKM	PRA Ketegan (L'fin Cake)

4	Nur Chalisah	Anggota Binaan UMKM	PCA Tanggulangi (Dapur Najahuna)
5	Wiwin Yuniarti	Anggota Binaan UMKM	PCA Candi (Ombe)
6	Dea Ajeng Natasya	Anggota Binaan UMKM	PCA Sedati (OoKe Aje Snack)
7	Ema Rosalina	Anggota Binaan UMKM	PCA Porong (Herbie)
8	Zhoisya Mutiarainy zahra	Anggota Binaan UMKM	PCA Gedangan (Zitchen)
9	Alda Rena Zumarnis	Anggota Binaan UMKM	PCA Krembung (Combies baby and kids spa)
10	Fahyu Dwi Pratiwi	Anggota Binaan UMKM	PDNA Sidoarjo (By Ayu)
11	Henny Lailah Imron	Anggota Binaan UMKM	PCA Jabon (Barizha)
12	Rifatul Hidayah	Anggota Binaan UMKM	PCA Buduran (Walldesign.id & Olaide)

Analisis data terdapat tiga teknik utama yang digunakan dalam pengumpulan data, yaitu:

1. Wawancara Mendalam. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan daftar pertanyaan terbuka, sehingga memungkinkan informan menyampaikan pandangan dan pengalamannya secara bebas. Wawancara ditujukan untuk memperoleh informasi mengenai program pemberdayaan, tantangan yang dihadapi, persepsi terhadap efektivitas intervensi, dan perubahan yang dialami setelah terlibat dalam program.
2. Observasi Partisipatif. Observasi dilakukan terhadap aktivitas UMKM perempuan di lokasi produksi, forum pelatihan, serta kegiatan komunitas yang difasilitasi Aisyiyah. Observasi ini membantu peneliti memahami secara langsung dinamika kerja dan lingkungan sosial para pelaku usaha.
3. Studi Dokumen. Studi dokumen dilakukan terhadap arsip-arsip Aisyiyah yang berkaitan dengan perencanaan program, laporan kegiatan, dan catatan hasil evaluasi. Selain itu, peneliti juga mengkaji regulasi pemerintah daerah terkait pemberdayaan UMKM dan kebijakan penguatan ekonomi perempuan.

Adapun bagan alur penelitian secara rinci dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Alur Penelitian

Analisis data dalam penelitian ini mengikuti model interaktif dari Miles dan Huberman (1984), yang terdiri dari empat tahapan utama:

1. Pengumpulan Data (Data Collection): Tahap ini mencakup seluruh proses pengumpulan data dari wawancara, observasi, dan dokumen. Peneliti merekam, mencatat, dan mendokumentasikan semua informasi yang diperoleh dari lapangan.
2. Reduksi Data (Data Reduction): Data yang telah dikumpulkan diseleksi dan dikategorikan ke dalam tema-tema utama, seperti jenis intervensi pemberdayaan, perubahan pendapatan, peran organisasi, dan tantangan pelaksanaan. Tujuan dari reduksi ini adalah menyederhanakan data agar lebih mudah dianalisis secara sistematis.
3. Penyajian Data (Data Display): Data yang telah direduksi disusun dalam bentuk narasi, tabel, diagram, serta kutipan wawancara yang mewakili pengalaman informan. Penyajian data ini bertujuan untuk mempermudah pembacaan pola-pola temuan dan hubungan antar konsep.

Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (Conclusion Drawing and Verification): Kesimpulan awal ditarik berdasarkan interpretasi terhadap data yang telah dianalisis. Kemudian dilakukan verifikasi dan validasi melalui triangulasi data, yaitu membandingkan data dari berbagai sumber untuk memastikan konsistensi dan kredibilitas informasi.

## Hasil dan Pembahasan

### A. Peran Organisasi Masyarakat Aisyiyah Dalam Memberdayakan Tenaga Perempuan Di Kabupaten Sidoarjo melalui Binaan UMKM

Peran organisasi masyarakat dalam konteks pemberdayaan ekonomi perempuan dapat dipahami sebagai upaya kolektif untuk memperkuat kapasitas, kemandirian, dan partisipasi perempuan dalam kegiatan ekonomi produktif. Aisyiyah, sebagai organisasi perempuan Muhammadiyah, menempatkan diri bukan hanya sebagai wadah dakwah dan pendidikan, tetapi juga sebagai aktor sosial-ekonomi yang berorientasi pada peningkatan kesejahteraan umat, khususnya perempuan. Di Kabupaten Sidoarjo, Aisyiyah mengambil peran strategis dengan membina para pelaku UMKM perempuan melalui pelatihan, pendampingan, serta fasilitasi jejaring pasar. Hal ini selaras dengan kebutuhan perempuan pelaku UMKM yang selama ini menghadapi keterbatasan akses modal, keterampilan, dan jaringan distribusi.

Bentuk peran Aisyiyah dalam membina UMKM dapat dilihat dari berbagai program yang dijalankan melalui Bina Usaha Ekonomi Keluarga Aisyiyah (BUEKA). Program tersebut mencakup pelatihan kewirausahaan, literasi keuangan, hingga penguatan jejaring komunitas. Pengurus PDA Sidoarjo menegaskan bahwa, "Aisyiyah ingin memastikan bahwa perempuan tidak hanya terikat pada peran domestik, tetapi juga punya peluang nyata untuk mandiri secara ekonomi. Melalui BUEKA, kami berupaya agar ibu-ibu punya keterampilan sekaligus jaringan usaha yang bisa menopang keluarga." (Informan 1). Hal ini menunjukkan bahwa peran pembinaan bukan hanya teknis, melainkan juga ideologis, karena sejalan dengan visi Aisyiyah dalam mewujudkan perempuan berkemajuan. Alasan utama mengapa Aisyiyah mengambil peran pembinaan UMKM tidak terlepas dari visi dan misinya. Visi Aisyiyah yang menekankan pemberdayaan perempuan berkemajuan diwujudkan secara nyata dalam aspek ekonomi. Pendamping UMKM BUEKA menyampaikan, "Kami memberikan pelatihan sederhana, misalnya pencatatan keuangan rumah tangga dan usaha. Tujuannya supaya ibu-ibu bisa mengelola penghasilan, bukan hanya untuk usaha, tetapi juga untuk pendidikan anak-anak mereka." (Informan 2). Pernyataan ini memperlihatkan bahwa pembinaan UMKM tidak hanya diarahkan untuk pertumbuhan usaha, melainkan juga penguatan ketahanan keluarga.

Teori pemberdayaan Naila Kabeer (1999), peran Aisyiyah dalam pembinaan UMKM perempuan dapat dipetakan ke tiga dimensi utama. Pertama, resources (sumber daya). Aisyiyah menyediakan akses pada pelatihan, pendampingan, dan pasar. Anggota UMKM binaan PRA Ketegan dan PCA Tanggulangin menuturkan, "Sebelum ikut kegiatan Aisyiyah, saya tidak tahu cara memasarkan produk secara online."

Setelah diajari cara menggunakan media sosial, saya bisa membuat postingan sederhana dan penjualan jadi naik.” (Informan 3 & 4). Hal ini membuktikan bahwa akses informasi digital menjadi sumber daya penting yang diberikan Aisyiyah untuk memperkuat kapasitas usaha perempuan.

Agency (agensi atau kemampuan mengambil keputusan). Aisyiyah berusaha meningkatkan rasa percaya diri perempuan agar berani mengambil keputusan terkait usahanya. Pelaku UMKM di PCA Candi dan PCA Sedati dan mengatakan, “Dulu saya ragu-ragu menentukan harga, selalu menunggu keputusan suami. Tapi setelah ikut pelatihan dan diskusi dengan pendamping, saya jadi lebih percaya diri untuk memutuskan sendiri.” (Informan 5 & 6). Hal tersebut menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam agensi perempuan, yang semula pasif menjadi lebih aktif dalam mengelola usahanya.

Achievement (capaian nyata). Banyak pelaku UMKM binaan Aisyiyah yang merasakan dampak langsung dari program pembinaan. Anggota binaan PCA Krembung dan PDNA Sidoarjo menyampaikan, “Semenjak diajari pencatatan keuangan sederhana, saya jadi bisa memisahkan modal dan keuntungan. Sekarang hasil usaha bisa saya tabung untuk kebutuhan anak sekolah.” (Informan 9 & 10). Hal ini menegaskan bahwa capaian pemberdayaan bukan hanya dalam bentuk peningkatan omzet, tetapi juga peningkatan kesejahteraan keluarga. Di sisi lain, pengurus BUEKA juga menyoroti aspek solidaritas sosial yang tumbuh di antara pelaku UMKM. Menurut salah satu pendamping, “Ibu-ibu yang dulu merasa sendirian dalam usaha, sekarang punya komunitas. Mereka bisa saling bertukar pengalaman, bahkan saling bantu dalam pemasaran produk.” (Informan 2). Solidaritas ini menjadi modal sosial yang penting bagi keberlanjutan pemberdayaan.

Dari perspektif teori empowerment, peran Aisyiyah menunjukkan pola pemberdayaan yang holistik. Organisasi ini tidak hanya fokus pada keterampilan teknis, tetapi juga memperkuat aspek sumber daya, agensi, dan capaian. Hal ini dipertegas oleh pernyataan pelaku UMKM di PCA Porong dan PCA Gedangan, “Kalau hanya diajari membuat produk, mungkin hasilnya sebentar saja. Tapi Aisyiyah mengajarkan kami cara berpikir, cara berani mengambil keputusan, dan bagaimana menjaga keberlanjutan usaha.” (Informan 7 & 8).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peran Aisyiyah dalam membina UMKM perempuan di Kabupaten Sidoarjo bukan hanya menghasilkan peningkatan pendapatan, tetapi juga transformasi sosial dan personal. Perempuan yang semula memiliki keterbatasan akses kini mampu mengelola usaha secara mandiri, membangun jejaring sosial, serta menguatkan ekonomi keluarga. Peran ini selaras dengan visi Aisyiyah sebagai organisasi perempuan berkemajuan dan relevan dengan pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) terkait kesetaraan gender dan pertumbuhan ekonomi inklusif.

## **B. Bentuk Strategi Pemberdayaan Yang Dilakukan Oleh Aisyiyah Terhadap UMKM Binaan**

Strategi pemberdayaan yang dijalankan Aisyiyah di Kabupaten Sidoarjo dalam membina UMKM perempuan merupakan serangkaian langkah sistematis yang menggabungkan aspek pendidikan, pendampingan, penguatan jejaring, serta integrasi nilai spiritual. Strategi ini tidak hanya teknis, tetapi juga ideologis, karena bertujuan membentuk perempuan berdaya secara ekonomi sekaligus berakar Islam. Pengurus PDA Sidoarjo menegaskan, “Kami memandang pemberdayaan itu bukan sekadar soal ekonomi, tetapi juga dakwah bil hal. Artinya, ketika ibu-ibu bisa mandiri, mereka sekaligus menjalankan misi dakwah melalui perilaku dan kemandiriannya.” (Informan 1).

Salah satu strategi utama yang dilakukan adalah melalui pelatihan keterampilan usaha. Aisyiyah secara rutin mengadakan pelatihan sederhana, seperti membuat produk olahan makanan, kerajinan tangan, hingga teknik pemasaran digital. Menurut salah seorang pendamping UMKM, “Kami sesuaikan pelatihan dengan kebutuhan mereka. Kalau banyak yang punya usaha makanan, maka pelatihan fokus pada pengemasan, labeling, sampai cara memasarkan di media sosial.” (Informan 2). Strategi ini menunjukkan fleksibilitas Aisyiyah dalam menyesuaikan program dengan potensi dan kebutuhan lokal.

Selain pelatihan, strategi lain adalah pendampingan berkelanjutan. Pendamping UMKM dari BUEKA menjelaskan, “Kami tidak hanya melatih lalu selesai. Justru yang penting adalah mendampingi, mengecek perkembangan usaha, membantu kalau ada kendala, bahkan ikut mempromosikan produk mereka.” (Informan 11). Pendampingan ini penting karena banyak pelaku UMKM menghadapi kendala di tahap awal, seperti kesulitan modal, rasa tidak percaya diri, hingga keterbatasan akses pasar. Dengan adanya pendampingan intensif, perempuan binaan merasa lebih yakin dan tidak ditinggalkan.

Strategi berikutnya adalah penguatan literasi keuangan. Banyak perempuan pelaku UMKM awalnya kesulitan memisahkan uang pribadi dan uang usaha. Salah seorang pelaku UMKM di PCA Sedati menyampaikan, “Sebelum ikut bimbingan, saya sering mencampur uang belanja rumah dengan modal usaha. Tapi sekarang sudah bisa dipisah, jadi lebih jelas untung ruginya.” (Informan 13). Strategi ini memperlihatkan bahwa Aisyiyah tidak hanya mengajarkan keterampilan produksi, tetapi juga kemampuan mengelola keuangan sebagai fondasi keberlanjutan usaha.

Aisyiyah juga menjalankan strategi penguatan jejaring sosial dan pasar. Melalui forum-forum UMKM binaan, para perempuan diberi kesempatan untuk berkolaborasi, saling bertukar informasi, hingga mengadakan pameran bersama. Seorang anggota UMKM binaan PCA Buduran mengungkapkan, “Dulu saya jualan sendiri-sendiri, sekarang lewat Aisyiyah saya bisa ikut bazar dan produk saya dikenal lebih banyak orang.” (Informan 12). Upaya memperluas jejaring ini memperlihatkan bagaimana



strategi Aisiyyah tidak hanya membangun kapasitas individu, tetapi juga memperluas akses kolektif bagi pelaku UMKM.

Strategi Aisiyyah ternyata sejalan dengan program Pemerintah Daerah melalui Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sidoarjo. Dinas tersebut memiliki fokus pada peningkatan kapasitas usaha mikro melalui pelatihan kewirausahaan, digitalisasi pemasaran, dan fasilitasi akses permodalan. Seorang pengurus PDA menyampaikan, "Kami sering berkolaborasi dengan Dinas Koperasi dan UMKM, misalnya dalam pelatihan manajemen usaha dan ikut serta dalam program bazar yang diadakan Pemkab. Dengan begitu, binaan kami tidak hanya berkembang di internal Aisiyyah, tapi juga dikenal di tingkat kabupaten." (Informan 14). Hal ini menunjukkan adanya sinergi antara strategi Aisiyyah dengan kebijakan pemerintah daerah, sehingga program pemberdayaan lebih terarah, berkelanjutan, dan memiliki legitimasi yang kuat.

Dari perspektif teori pemberdayaan Naila Kabeer (1999), strategi Aisiyyah dapat dipandang sebagai upaya simultan memperkuat resources, agency, dan achievement. Dalam aspek resources, Aisiyyah menyediakan akses modal sosial melalui jaringan komunitas serta membuka jalan kolaborasi dengan pemerintah daerah. Dalam aspek agency, perempuan didorong untuk lebih percaya diri mengambil keputusan terkait usahanya, sebagaimana diungkapkan seorang anggota binaan PCA Wonoayu: "Sekarang saya lebih berani menentukan langkah usaha, tidak hanya menunggu arahan orang lain. Saya merasa punya kekuatan untuk mengatur usaha sendiri." (Informan 14). Sedangkan dalam aspek achievement, strategi ini terlihat nyata dalam peningkatan pendapatan serta perubahan pola pikir. Salah seorang pelaku UMKM menuturkan, "Setelah ikut program Aisiyyah, usaha saya tidak hanya bertambah penghasilan, tapi saya juga jadi lebih disiplin dan teratur." (Informan 15).

PDA Aisiyyah juga mengintegrasikan strategi dakwah dalam pemberdayaan. Pendekatan spiritual ini menjadikan program pembinaan UMKM bukan sekadar aktivitas ekonomi, melainkan bagian dari proses pembentukan karakter Islami. Salah seorang pengurus PCA Balongbendo menyatakan, "Kami selalu menekankan bahwa usaha yang dijalankan bukan hanya untuk mencari untung, tetapi juga bagian dari ibadah, asal dilakukan dengan jujur dan amanah." (Informan 15). Integrasi nilai spiritual ini memperlihatkan keunikan strategi Aisiyyah dibandingkan dengan lembaga pembinaan UMKM lainnya.

Dengan demikian, strategi pemberdayaan Aisiyyah di Kabupaten Sidoarjo bersifat komprehensif, mencakup penguatan keterampilan, pendampingan, literasi keuangan, jejaring pasar, serta nilai spiritual, sekaligus selaras dengan program pemerintah daerah. Sinergi ini semakin memperkuat efektivitas pemberdayaan, sehingga perempuan UMKM binaan tidak hanya tumbuh secara individu, tetapi juga memiliki akses yang lebih luas terhadap peluang-peluang ekonomi formal di tingkat kabupaten.

### **C. Dampak Pemberdayaan Aisiyyah terhadap UMKM Binaan**

Pemberdayaan yang dilakukan oleh Aisiyyah terhadap perempuan pelaku UMKM di Kabupaten Sidoarjo memberikan dampak yang luas dan berkelanjutan, baik pada aspek ekonomi, sosial, spiritual, maupun keberlangsungan usaha di era digital. Dampak ini tidak hanya bersifat sesaat, melainkan juga memberikan pondasi jangka panjang bagi kemandirian perempuan dan daya saing UMKM. Sejalan dengan teori Naila Kabeer (1999), pemberdayaan dapat dipahami melalui dimensi resources, agency, dan achievement, yang dalam konteks ini menjangkau pula dimensi keberlanjutan (sustainability).

Dari sisi ekonomi, banyak pelaku UMKM merasakan peningkatan penghasilan setelah mengikuti pembinaan Aisiyyah. Seorang informan dari PCA Gedangan menyatakan, "Sebelumnya usaha saya hanya berjalan seadanya, hasilnya kecil dan tidak menentu. Setelah ikut pelatihan dan bimbingan, saya belajar cara mengemas produk, memasarkannya lewat WhatsApp dan Facebook, alhamdulillah penghasilan saya naik." (Informan 8). Senada dengan itu, pelaku UMKM olahan makanan di PRA Candi menyampaikan, "Dulu saya hanya bisa menjual di sekitar rumah, tapi setelah ada pendampingan, produk saya bisa masuk ke bazar tingkat kabupaten. Hasilnya jauh lebih baik dari sebelumnya." (Informan 1). Kedua testimoni tersebut memperlihatkan bahwa pemberdayaan Aisiyyah berkontribusi pada peningkatan pendapatan keluarga, yang mendukung keberlanjutan ekonomi rumah tangga.

Dampak keberlanjutan ini semakin nyata ketika dikaitkan dengan transformasi digital UMKM. Aisiyyah aktif membekali perempuan binaan dengan kemampuan pemasaran online, baik melalui media sosial, marketplace, maupun aplikasi digital lainnya. Seorang informan dari PDNA Sidoarjo menyebutkan, "Kami diajarkan bagaimana memasarkan produk di marketplace, jadi tidak hanya menunggu pembeli datang. Dengan online, usaha kami bisa terus berjalan meski kondisi pasar sedang sepi." (Informan 10). Hal ini menunjukkan bahwa Aisiyyah tidak hanya fokus pada pelatihan teknis konvensional, tetapi juga menanamkan pola bisnis yang adaptif dengan era digital sehingga usaha lebih berkelanjutan.

Dari sisi resources, Aisiyyah memberikan akses perempuan pada jaringan digital dan teknologi sederhana untuk keberlangsungan usaha. Seorang pengurus PCA Sedati menuturkan, "Melalui kerja sama dengan Dinas Koperasi dan UMKM, pelaku usaha diajarkan strategi branding digital, seperti membuat katalog online dan mengakses e-commerce. Ini membuat usaha ibu-ibu tetap bisa berjalan meski ada kendala di pasar offline." (Informan 13). Dukungan pemerintah daerah dalam program digitalisasi UMKM memperkuat strategi Aisiyyah dalam membangun keberlanjutan usaha yang lebih

tahan terhadap perubahan zaman.

Dari sisi agency, banyak perempuan binaan menjadi lebih percaya diri dalam mengambil keputusan strategis, khususnya terkait ekspansi usaha ke ranah digital. Seorang informan dari PCA Buduran menyampaikan, "Kalau dulu saya hanya jualan dari rumah, sekarang saya berani ambil keputusan untuk belajar foto produk sendiri dan upload ke marketplace. Alhamdulillah hasilnya lebih banyak pembeli dari luar kota." (Informan 12). Keputusan strategis ini memperlihatkan adanya peningkatan kapasitas perempuan untuk menavigasi perubahan pasar yang semakin berbasis digital. Selain itu, dampak sosial yang ditimbulkan juga bersifat berkelanjutan. Perempuan yang sebelumnya dipandang pasif kini menjadi lebih dihargai karena mampu memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan usaha.

Seorang informan dari PRA Ketegan mengatakan, "Anak-anak saya jadi ikut bangga, bahkan mereka membantu saya mengelola Instagram usaha. Jadi ada keberlanjutan, usaha saya tidak berhenti di saya saja tapi bisa diteruskan anak-anak." (Informan 3). Hal ini menunjukkan bahwa pemberdayaan digital tidak hanya menguntungkan individu, tetapi juga membangun regenerasi usaha dalam lingkup keluarga.

Dari aspek achievement, keberhasilan UMKM binaan Aisyiyah bukan hanya terlihat dari peningkatan pendapatan, tetapi juga dari keberlangsungan usahanya dalam jangka panjang. Seorang informan menyatakan, "Dulu saya tidak terpikir usaha ini bisa bertahan, tapi karena ada pembinaan digital, saya jadi tahu cara menjaga pelanggan dan terus promosi online. Alhamdulillah usaha saya tetap berjalan sampai sekarang." (Informan 11). Testimoni ini menunjukkan bahwa keberhasilan pemberdayaan dapat diukur dari kemampuan UMKM untuk bertahan (survive) dan beradaptasi di tengah perubahan pasar.

Selain dampak ekonomi, sosial, dan digital, Aisyiyah tetap menekankan dimensi spiritual sebagai penopang keberlanjutan usaha. Seorang pengurus Aisyiyah menuturkan, "Kami selalu ingatkan ibu-ibu, usaha digital sekalipun harus jujur, amanah, dan tidak menipu pelanggan. Keberkahan usaha itu yang membuatnya bisa terus langgeng." (Informan 9). Dengan demikian, nilai spiritual menjadi fondasi moral yang memastikan keberlangsungan usaha tidak hanya dilihat dari sisi material, tetapi juga keberkahan.

Dari perspektif pemerintah, program pemberdayaan Aisyiyah terbukti mendukung agenda digitalisasi UMKM Kabupaten Sidoarjo. Menurut salah satu pengurus PDA, "Program Aisyiyah sangat membantu Pemkab, karena UMKM perempuan yang dibina tidak hanya dilatih secara teknis, tapi juga didorong go digital. Ini sejalan dengan target pemerintah menjadikan UMKM lebih berdaya saing di era ekonomi digital." (Informan 2). Hal ini memperlihatkan adanya sinergi antara organisasi masyarakat dan pemerintah dalam membangun UMKM perempuan yang berkelanjutan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dampak pemberdayaan Aisyiyah di Kabupaten Sidoarjo tidak hanya menghasilkan peningkatan pendapatan dan kemandirian, tetapi juga menciptakan keberlangsungan usaha melalui strategi digitalisasi, penguatan kapasitas perempuan, regenerasi keluarga, serta dukungan nilai spiritual. Semua ini memperlihatkan bahwa pemberdayaan yang dilakukan Aisyiyah bersifat transformatif dan sustainable, selaras dengan arah pembangunan daerah dan tuntutan era digital.

## **Simpulan**

Aisyiyah Kabupaten Sidoarjo berperan sangat strategis dalam membangun kapasitas dan kemandirian perempuan pelaku UMKM. Peran tersebut tidak hanya sebatas memberikan pelatihan keterampilan teknis usaha, tetapi juga menyentuh aspek manajerial, penguatan jaringan usaha, serta penyediaan akses terhadap sumber daya pendukung. Hal ini sejalan dengan visi misi Aisyiyah yang menekankan pada penguatan peran perempuan dalam ranah sosial-ekonomi sekaligus tetap menjunjung tinggi nilai-nilai keislaman dan kemasyarakatan. Dengan demikian, Aisyiyah mampu menempatkan dirinya sebagai agen transformasi sosial yang relevan dengan tantangan zaman.

Strategi pemberdayaan yang diterapkan juga menunjukkan adanya integrasi antara program internal Aisyiyah dengan kebijakan pemerintah daerah, khususnya Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sidoarjo. Sinergi ini tampak dalam upaya bersama mendorong UMKM untuk naik kelas melalui pelatihan manajemen keuangan, pengemasan produk, akses pembiayaan, hingga pemanfaatan platform digital sebagai media pemasaran. Strategi yang terarah dan berkesinambungan ini membuktikan bahwa pemberdayaan yang dilakukan tidak bersifat parsial atau jangka pendek, melainkan terstruktur, adaptif, dan berorientasi pada pembangunan ekonomi lokal yang inklusif. Dampak dari program pemberdayaan ini sangat terlihat pada peningkatan pendapatan, bertambahnya jaringan pemasaran, dan meningkatnya kepercayaan diri perempuan pelaku usaha dalam mengambil keputusan ekonomi. Lebih jauh, dampak keberlanjutan (sustainable impact) juga tampak dari kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan digitalisasi, seperti e-commerce, media sosial, dan platform pembayaran digital.

Hal ini memberi peluang besar bagi usaha mereka untuk tetap bertahan, bahkan berkembang di tengah persaingan ekonomi yang semakin ketat. Selain itu, pemberdayaan ini turut menciptakan efek berganda (multiplier effect), antara lain keterlibatan anggota keluarga dalam usaha, peningkatan kesejahteraan rumah tangga, serta penguatan ikatan social antaranggota komunitas UMKM.

### Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan penelitian ini. Ucapan terima kasih khusus disampaikan kepada Pimpinan Daerah Aisyiyah Kabupaten Sidoarjo beserta seluruh jajaran pengurus dan pelaku UMKM binaan yang telah bersedia menjadi informan serta berbagi pengalaman berharga. Penulis juga berterima kasih kepada Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sidoarjo yang telah memberikan informasi dan dukungan terkait kebijakan pemberdayaan usaha mikro. Tidak lupa, penulis menyampaikan apresiasi kepada Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, khususnya Program Studi Magister Manajemen, yang telah memberikan arahan akademik dan fasilitas dalam proses penelitian ini. Atas segala bantuan, dukungan, serta doa yang diberikan, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta praktik pemberdayaan perempuan pelaku UMKM di Kabupaten Sidoarjo.

### References

2. [1] K. Dellaneira, M. I. Afandi, and M. I. Junjuna, "Peningkatan Kemampuan UMKM Goolagaram Kabupaten Sidoarjo di Tengah Pandemi COVID-19 Melalui Strategi Pemasaran," *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 2, no. 3, pp. 389–397, Aug. 2022, doi: 10.47467/elmujtama.v2i3.2001.
3. [2] M. A. Billah and I. M. Kom, "Strategi Peningkatan Mutu Pelaku Usaha Mikro, Kecil Menengah (UMKM) dalam Rangka Mengembangkan Inovasi Produk dan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Atap Biru Drink & Food Sidoarjo)," *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, vol. 5, no. 1, Jul. 2021, doi: 10.33650/profit.v5i1.1543.
4. [3] R. H. S. Aisyah and D. Amartani, "Pemberdayaan Kelompok Wanita Pengrajin Sulam di Kec. Tanggulangin Kab. Sidoarjo," *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, vol. 2, no. 1, pp. 1–5, Jun. 2020, doi: 10.20473/jlm.v2i1.2018.1-5.
5. [4] N. Kofi, P. Perawati, and E. Ermawati, "Pelatihan Pemberdayaan Perempuan Melalui Promosi Produk UMKM via Marketplace dan Pembuatan Laporan Keuangan Sederhana di Desa Gintungkerta, RW.16, Klari Kabupaten Karawang," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, vol. 1, no. 6, pp. 681–691, Aug. 2023, doi: 10.59837/jpmba.v1i6.225.
6. [5] W. Ratang and M. Pegome, "Pemberdayaan Perempuan Melalui Pelatihan Menjahit dalam Peningkatan Keuangan Keluarga," *Cenderabakti: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 2, no. 1, pp. 23–29, Apr. 2023, doi: 10.55264/cdb.v2i1.21.
7. [6] T. Marzuki, N. R. D. Sari, and R. A. Rahayu, "Membangun Potensi Wisata dan UMKM Berkelanjutan Ranting 'Aisyiyah Sidodadi Melalui KKN-T9 UMSIDA," *Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 6, no. 1, pp. 252–252, Jan. 2023, doi: 10.33633/ja.v6i1.936.
8. [7] D. Permatasari and M. Indriastuti, "Pelatihan Perencanaan Keuangan bagi Ibu-Ibu Pengusaha UMKM Aisyiyah," *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 7, no. 4, Dec. 2023, doi: 10.30651/aks.v7i4.10771.
9. [8] S. M. Abdullah, N. I. Utami, and M. Fatimah, "Psikoedukasi Pengembangan Diri pada Anggota Organisasi Pemuda Muhammadiyah-Nasyiatul Aisyiyah (PM-NA) Balecatur," *Jurnal Altifani Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 3, no. 4, pp. 516–523, Jul. 2023, doi: 10.59395/altifani.v3i4.446.
10. [9] N. Firdaus, "Peran BUEKA (Bina Usaha Ekonomi Keluarga 'Aisyiyah) Pada Lembaga 'Aisyiyah Muhammadiyah Sidoarjo dalam Pemberdayaan Ekonomi Perspektif Maqashid Syariah," 2016. [Online]. Available: <https://lens.org/120-360-015-133-130>
- 11.
12. [10] D. Susilowati, S. Zubaida, and S. Joko, "Pendampingan Pendirian Koperasi Bina Usaha Ekonomi Keluarga 'Aisyiyah (BUEKA) Pada 'Aisyiyah Cabang Dau Malang,"

2019. [Online]. Available: <https://lens.org/133-512-862-462-586>
- 13.
14. [11] M. A. A., "Pemanfaatan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Malakaji Kabupaten Gowa," *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, vol. 5, no. 2, pp. 529–529, Jan. 2023, doi: 10.32493/j.pdl.v5i2.28126.
15. [12] Z. Abidin, L. M. Furkan, and E. Suryani, "Sumber Daya Manusia, Teknologi Informasi, Sistem Akuntansi Manajemen dan Kinerja Manajerial UMKM dengan Ketidakpastian Lingkungan sebagai Variabel Moderasi," *E-Jurnal Akuntansi*, vol. 31, no. 11, pp. 2923–2923, Nov. 2021, doi: 10.24843/eja.2021.v31.i11.p19.
16. [13] D. Probowulan, "Pelatihan Manajemen Usaha Berbasis Pelaporan SAK ETAP di Pimpinan Daerah Aisyiyah Jember," Dec. 15, 2017. [Online]. Available: <https://lens.org/181-855-032-299-666>
- 17.
18. [14] D. P. Diwanti, E. Andriyani, and R. S. Herawati, "Pemberdayaan Perempuan Melalui Bina Usaha Ekonomi Keluarga 'Aisyiyah (BUEKA)," *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, vol. 6, no. 2, pp. 194–207, Sept. 2019, doi: 10.31604/jips.v6i2.2019.194-207.
19. [15] Y. Sujudi, U. Novianto, I. F. Rakasiwi, S. P. Lestari, and S. A. Nurfadilah, "Pemberdayaan UMKM Aisyiyah Bandung Melalui Pengembangan Konten Visual dan Strategi Pemasaran Digital di Era Ekonomi Kreatif," *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, vol. 6, no. 2, pp. 995–1004, May 2025, doi: 10.37339/jurpikat.v6i2.2412.
20. [16] M. A. Widayanti, "Penerapan Sustainable Livelihoods pada Woman Entrepreneur Kelompok Bina Usaha Ekonomi Keluarga Aisyiyah (BUEKA) Sidoarjo," 2017. [Online]. Available: <https://lens.org/114-116-045-511-866>
- 21.
22. [17] M. Mustika, "Penerapan Teknologi Digital Marketing untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Snack Tiwul," *JSAI (Journal Scientific and Applied Informatics)*, vol. 2, no. 2, pp. 165–171, Jun. 2019, doi: 10.36085/jsai.v2i2.352.
23. [18] C. Febrianti and N. A. Muslim, "Strategi Pemberdayaan Sumber Daya Manusia dalam Upaya Mengoptimalkan Potensi Human Capital," *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*, vol. 8, no. 1, pp. 13–24, Mar. 2022, doi: 10.47329/jurnal\_mbe.v8i1.776.
24. [19] M. Alfarizi and N. Ngatindriatun, "Determination of the Intention of MSMEs Owners Using Sharia Cooperatives in Improving Indonesian Islamic Economic Empowerment," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, vol. 9, no. 6, pp. 834–849, Nov. 2022, doi: 10.20473/vol9iss20226pp834-849.
25. [20] J. Suwandi, S. Jatmika, A. Chamsudin, and F. Makhrus, "Pengembangan Usaha Kelompok Bina Usaha Ekonomi Keluarga Aisyiyah (BUEKA) PDA Sukoharjo Melalui Pemasaran Digital Berbasis Internet," *J-Abdipamas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, vol. 6, no. 2, pp. 131–131, Oct. 2022, doi: 10.30734/j-abdipamas.v6i2.2499.
26. [21] E. A. Kusumaningtyas, M. M. Asegaf, and B. Dikuraisyin, "Human Capital Sebagai Strategi Pengembangan Sumber Daya Profesional di Lembaga Zakat Nurul Hayat," *Filantropi: Jurnal Manajemen Zakat dan Wakaf*, vol. 2, no. 2, pp. 155–174, Mar. 2022, doi: 10.22515/finalmazawa.v2i2.4847.
27. [22] N. L. Azizah, U. Indahyanti, and V. Liansari, "Ecoprint Batik Training to Support Ecotourism Business in Sidoarjo," *Community Empowerment*, vol. 7, no. 5, pp. 847–854, May 2022, doi: 10.31603/ce.6445.
28. [23] L. P. Putri, I. Christiana, and S. E. Rahayu, "Pelatihan Manajemen Kewirausahaan Guna Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Sebagai Usaha Ranting Aisyiyah Marelani-I," *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, vol. 7, no. 5, pp. 4821–4821, Sept. 2023, doi: 10.31764/jmm.v7i5.17358.
29. [24] I. Prasetyo, L. Kristina, T. B. Raharjo, and T. Tabrani, "Pelatihan Pengorganisasian dan Penguatan Bina Usaha Ekonomi Keluarga Aisyiyah (BUEKA) Kota Tegal," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, vol. 6, no. 1, pp. 72–77, Jan. 2023, doi: 10.30591/japhb.v6i1.4285.
30. [25] E. Kresnawati, E. R. Utami, A. Indrasari, and D. A. N. Sari, "Peningkatan Kemandirian Ekonomi Melalui Pengembangan 'BUEKA' di Moyudan," 2020. [Online].

Available: <https://lens.org/041-516-443-403-91236>.