

**DEFEMINASI KELUARGA PRA SEJAHTERA MELALUI PROGRAM
KELOMPOK USAHA BERSAMA (KUBE) BERBASIS CYBER MARKETING
(STUDI KASUS PADA DESA BAGO KECAMATAN BESUK KABUPATEN
PROBOLINGGO)**

Mohammad Syaiful Suib
Email; syaifulsuib@gmail.com
Citra Fawaid Rosiana
email; citrafawaid68@gmail.com
universitas nurul jadid paiton probolinggo

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengolaborasikan sejauh mana peningkatan peran perempuan dalam memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga melalui program kelompok usaha bersama (KUBE) hasil pertanian dan pemasaran berbasis cyber marketing di desa Bago. Penelitian ini menggunakan metode jenis penelitian lapangan. penelitian ini dilakukan pada kelompok usaha bersama (KUBE) Desa Bago Kecamatan Besuk Kabupaten Probolinggo. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa terdapat peningkatan peran perempuan di desa bago melalui kelompok usaha bersama (KUBE) yang mempunyai usaha dengan pemanfaatan sumber daya alam (SDA) yang ada yaitu di sektor pertanian melalui program industri olahan serta dapat mendukung pemenuhan ekonomi keluarga. Hasil penelitian selanjutnya ditemukan bahwa dalam proses pemasaran anggota kelompok usaha bersama (KUBE) belum dapat memanfaatkan teknologi atau dapat disebut dengan istilah internet/cyber marketing. Pemasaran yang dilakukan oleh anggota kelompok usaha bersama adalah dengan dua metode yaitu pemasaran secara langsung dengan membuka outlet dan tidak langsung dengan menitipkan produk kepada outlet-outlet.

Kata Kunci : *defeminasi perempuan, Kube, cyber marketing*

abstract

This study aims to collaborate the extent to which the increasing role of women in meeting the economic needs of the family through the joint venture group (KUBE) program of agricultural products and cyber marketing based marketing in the village of Bago. This research uses the type of field research. This research was conducted at the Joint Business Group (KUBE) of Bago Village, Besuk District, Probolinggo Regency. The results of the study concluded that there was an increase in the role of women in Bago village through a joint business group (KUBE) which has a business with the utilization of natural resources (SDA) that is in the agricultural sector through the processed industry program and can support the fulfillment of the family economy. The results of subsequent studies found that in the marketing process members of the joint business group (KUBE) have not been able to utilize technology or can be referred to as internet / cyber marketing. Marketing is carried out by members of a joint business group using two methods, namely direct marketing by opening outlets and indirectly by entrusting products to outlets.

Key word: *defemination of women, Kube, cyber marketing*

A. PENDAHULUAN

Peran perempuan dalam pembangunan tidak lepas dari perbedaan konsep gender. Hal ini sangat esensial dalam menganalisis persoalan ketidakadilan sosial yang menimpa perempuan, yang disebabkan oleh perbedaan jenis kelamin antara laki-laki dan perempuan dalam kultur masyarakat. Perempuan selalu dikonotasikan sebagai manusia pekerja yang tidak lebih dari sekedar aktivitas dalam rumah. Dalam dunia politik di Indonesia kesempatan untuk memimpin pemerintahan belum setara dengan laki-laki, selalu saja perempuan ditempatkan pada posisi di bawah laki-laki. Rendahnya tingkat kesetaraan gender paling banyak didukung oleh ketidaksetaraan perempuan dan laki-laki dalam bidang politik dan ekonomi. Di Indonesia juga terjadi ketidaksetaraan gender yaitu di sektor ekonomi dengan porsi 61%.¹

Pada saat itu tidak dapat dipungkiri bahwa perempuan menjadi salah satu tumpuan bagi pembangunan bangsa ini. Hal ini dapat dilihat dari Pahlawan yang membela Indonesia pada masa kolonialisme dan imperialisme tidak hanya terlahir dari kaum laki-laki saja. Sebutlah Cut Nyak Din, Kartini dan lain sebagainya. Saat ini telah banyak perempuan yang masuk ke dalam pasar kerja, walaupun masih sedikit perempuan yang menduduki jabatan yang tinggi/menentukan di tempat kerjanya. Sebagian besar perempuan hanya bekerja sebagai tenaga kasar/buruh/pekerja keluarga saja. Untuk dapat bekerja pada sektor publik diperlukan keterampilan tertentu yang memungkinkan penggunaan tenaga kerja perempuan secara produktif dan efisien. Pada kenyataannya, banyak perempuan Indonesia yang tidak memiliki keterampilan khusus sebagaimana yang disyaratkan sehingga terdapat beberapa akses yang tidak dapat di masuki oleh kaum perempuan.²

Peran Perempuan secara tradisional masih berkuat sebagai pengasuh anak dan mengurus rumah tangga, namun dewasa ini perkembangan mengalami perubahan. Peran perempuan di Indonesia dalam kancah intelektualitas dan sosial sudah sangat baik. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya perempuan yang mengisi sektor publik. Dalam masa kemerdekaan bahkan presiden Perempuan pun pernah terjadi. Belum lagi di instansi pemerintahan dan parlemen yang sudah mulai proaktif dengan memberikan peluang kepada kaum perempuan untuk duduk dalam posisi strategis tersebut seperti Sri Mulyani Indrawati yang menjabat sebagai perempuan pertama yang menjadi Direktur Utama Bank Dunia serta menjadi satu-satunya perempuan Indonesia yang di nobatkan dalam Majalah Forbes sebagai "*World's Most Powerful Women 2013*" atau "*Wanita Paling Berpengaruh di Tahun 2013*" atas keberhasilan dan prestasi yang dicapai olehnya. Sri Mulyani berhasil menduduki peringkat ke-55 dan satu-satunya wanita Indonesia yang masuk dalam daftar tersebut. Tahun 2018 Sri Mulyani berada pada peringkat ke-78.³

Dalam banyak penelitian dapat dijumpai bahwa perempuan yang bekerja di sektor publik dikaitkan dengan keadaan ekonomi rumah tangga dengan salah satu alasan adalah kemiskinan. Masalah kemiskinan merupakan masalah sosial yang cukup kompleks.

¹ Eka Dewi Sumarmawati, Arif Nugroho Rachman, Peran Perempuan Dalam Pengembangan Ekonomi Daerah Pada UMKM (Studi Kasus Pada Pemilik UMKM Di Wilayah Solo Raya), Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT) Volume 10 Nomor 1, Mei 2019

² Dwi Puspitarini, Praptika Septi Femilia, Dwi Puspitarini, Praptika Septi Femilia An-Nisa', Vol. 11 No. 2 Oktober 2018

³ Muhammad Haidar, dkk, gaya kepemimpinan sri mulyani indrawati. Article · June 2019

Kemiskinan di tandai dengan suatu keadaan seseorang yang mengalami kekurangan atau tidak mampu memenuhi tingkat hidup yang paling rendah serta tidak mampu mencapai tingkat minimal dari tujuan-tujuan yang telah ditetapkan.⁴ Persoalan kemiskinan hingga saat ini belum dapat di tekan secara maksimal. Kemiskinan tidak hanya terjadi di kota-kota besar tetapi sampai juga ke desa-desa. Di pedesaan, bidang pertanian menjadi bidang yang menjadi tumpuan utama dalam mendapatkan penghasilan dan memenuhi kebutuhan keluarga. Tidak terelakkan bahwa perempuan juga terlibat aktif dalam bidang pertanian. Pembagian kerja antara lelaki dan perempuan di dunia pertanian khususnya pertanian tanaman pangan sangat jelas terlihat. Pria umumnya bekerja untuk kegiatan yang memerlukan kekuatan atau otot sedangkan perempuan bekerja untuk kegiatan yang memerlukan ketelitian dan kerapihan atau yang banyak memakan waktu.⁵

Dewasa ini telah terjadi pergeseran dalam penggunaan alat-alat pertanian. Masuknya perubahan teknologi dapat menjadi berkurangnya angka kesempatan kerja, di mulai dari pengalihan fungsi alat-alat tradisional menjadi alat-alat modern seperti dalam membajak sawah, masyarakat awam menggunakan jasa ternak seperti sapi dan kerbau yang merupakan alat tradisional kemudian digantikan dengan mesin bajak sawah yang modern. Contoh lainnya dalam proses penumbukan padi yang menggunakan lesung digantikan oleh mesin penggiling padi. Hal tersebut karena adanya peralihan fungsi atau pergeseran dari mesin tradisional kepada teknologi pertanian sehingga perubahan yang terjadi dapat membatasi peran perempuan dalam memperoleh kesempatan kerja di bidang pertanian.⁶

Kaum perempuan yang tinggal di desa Bago Kabupaten Probolinggo, telah lama menekuni pekerjaannya, mereka tidak hanya bekerja di sektor pertanian tetapi juga bekerja di luar sektor ekonomi produktif dengan bekerja pada sektor informal sebagai pengolah hasil pertanian menjadi makanan dan minuman serta di pasarkan di pasar terdekat melalui kios-kios kecil yang ada di Kecamatan Besuk. Dibandingkan desa-desa lain di Kecamatan Besuk, Desa Bago merupakan salah satu desa yang memiliki angkatan kerja wanita yang cukup banyak. Jumlah angkatan kerja wanita Bago terus bertambah dari tahun ke tahun. Menurut Data Kantor Desa Bago Tahun 2015-2019, terdapat 1414 orang angkatan kerja wanita atau di bandingkan dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 1312 orang dengan jumlah 60 orang bekerja di sektor perdagangan dan industri rumah tangga dengan mengelola hasil tanaman pertanian desa setempat. Peluang-peluang pengembangan usaha ekonomi kecil perempuan ibu rumah tangga tersebut, dapat memberikan nilai tambah serta dapat menambah pendapatan ekonomi keluarga. Namun dengan jumlah yang masih jauh dari rata-rata angkatan kerja di sektor perdagangan dan industri rumah tangga maka dipandang perlu upaya pemberdayaan perempuan melalui pemanfaatan dengan mengembangkan sektor pertanian.⁷

Sebelumnya, kaum perempuan desa Bago hanya berkulat pada pekerjaan sebagai ibu rumah tangga yang mengurus rumah dan anak. Jikapun bekerja hanya sebagai buruh tani saja

⁴ ITANG, FAKTOR FAKTOR PENYEBAB KEMISKINAN, Vol. 16 No. 1 Januari-Juni 2015

⁵Yudhy Harini Bertham, Dwi Wahyuni Ganefianti, Apri Andani, PERANAN PEREMPUAN DALAM PEREKONOMIAN KELUARGA DENGAN MEMANFAATKAN SUMBERDAYA PERTANIAN AGRISEP Vol 10. No 1 Maret 2011 Hal: 138 - 153

⁶ Darmin Tuwu, Peran Pekerja Perempuan Dalam Memenuhi Ekonomi Keluarga: Dari Peran Domestik Menuju Sektor Publik, Al Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian-ISSN: 1978-9726 (p); 2541-0717 (e) Volume 13, Nomor 1 (Mei, 2018

⁷ Dokumen RPJM desa Bago 2015-2021

ang relatif kecil pemasukannya. Sedangkan pertanian di desa bago memiliki musim tanam yakni pada bulan Oktober-Juni. Sehingga jika musim tanam selesai, akan mengurangi memenuhi kebutuhan keluarganya. Hal ini bereda jika masyarakat jeli dalam mengambil peluang dalam home industry, maka potensi yang dapat di kembangkan dapat diolah dan dijadikan barang jadi, misalnya kripik singkong dengan branding, atau barang setengah jadi yang di kirim ke pabrik untuk diolah sebagai makanan kecil (snack). Hal ini akan ada nilai tambahnya jika di elaborasi dengan teknologi pemasaran yang disebut dengan cyber marketing. karena ada keterbatasan informasi dan kreativitas yang di miliki oleh kaum perempuan desa Bago akan membuka peluang bukan hanya sector pertanian akan tetapi merambah kepada sector lain seperti sector teknologi informasi. Luas wilayah yang dimiliki desa Bago sebanyak 80% adalah luas lahan persawahan, serta sebanyak 30% penduduk desa merupakan buruh tani perempuan, melihat kondisi tersebut menjadi peluang bagi masyarakat desa Bago untuk di kelola dengan baik sehingga dapat membantu perekonomian keluarga.⁸

Perempuan desa bago yang tergabung dalam Kelompok Usaha Bersama (KUBE) telah melakukan kegiatan tersebut dengan menjadi anggota KUBE. Kegiatan tersebut berupa pengelolaan hasil tanaman pertanian (*agroindustri*) sesuai dengan sumberdaya lokal. Anggota KUBE, dalam melakukan usaha idustri rumah tangga berbasis olahan hasil pertanian, tidak saja dituntut berorientasi pada produk yang dibutuhkan pasar, tetapi juga harus mampu menciptakan pasar, efisien, dan memiliki daya saing, artinya perlu kerjasama dengan pihak lain.⁹ Keberadaan KUBE Kampung Makmur di Desa Bago Kabupaten Probolinggo telah turut membantu dalam pengembangan produk olahan hasil pertanian khususnya upaya dalam pemasaran produk olahan hasil pertanian Desa Bago. Produk olahan itu merupakan hasil dari pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya alam khususnya hasil pertanian di Desa Bago yang dapat dijadikan salah satu kontributor dalam upaya peningkatan perekonomian desa. Berdasarkan kondisi umum tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan paparan mengenai pemberdayaan keluarga pra sejahtera melalui program KUBE dan pemasaran melalui pemanfaatan teknologi informasi berbasis internet.

Dalam upaya peningkatan kapasitas kaum perempuan, pemberdayaan perempuan merupakan keniscayaan dilakukan untuk meningkatkan kemampuan dan kualitas hidupnya, keluarga, masyarakat. Dengan meningkatkan pengembangan produktifitas perempuan pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan keluarga serta membantu pada keluarga dan masyarakat.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. PEMBERDAYAAN PEREMPUAN

Pemberdayaan berasal dari kata “daya” yang berarti tenaga atau kekuatan, maka pemberdayaan diartikan sebagai upaya yang dilakukan agar objek menjadi berdaya atau mempunyai tenaga/kekuatan.¹⁰ Dalam arti pemberdayaan, dapat dinyatakan bahwa

⁸ Ibid

⁹ Helvi Yanfika, dkk. Kemandirian Anggota Kelompok Wanita Sawargi dalam Keberlanjutan Usaha Pengolahan Hasil Pertanian Di Kelurahan Situ Gede Kota Bogor.

¹⁰ Sri Handini, Sukses, Hartati Kanty Astuti, 2019, Pemberdayaan Masyarakat Desa Dalam Pengembangan UMKM di Wilayah Pesisir. Surabaya: Sopindo Media Pustaka. Hal

pemberdayaan merupakan suatu proses pemberian atau optimasi daya yang dimiliki dan dapat dimanfaatkan oleh masyarakat.¹¹

Pemberdayaan dapat diartikan sebagai upaya memenuhi kebutuhan seseorang, kelompok dan masyarakat luas agar memiliki kemampuan untuk memenuhi keinginannya seperti aksesibilitas terhadap sumberdaya yang terkait dengan pekerjaan dan aktivitas sosialnya.¹²

Demikian, menurut World Bank pemberdayaan memiliki arti sebagai upaya untuk memberikan kesempatan dan kemampuan kepada masyarakat miskin untuk mampu dan berani menyuarakan pendapat, ide, dan gagasan-gagasannya. Dengan kata lain diartikan sebagai upaya meningkatkan kemampuan dan sikap kemandirian masyarakat.¹³

Dalam pandangan Kartasmita upaya memberdayakan masyarakat dapat dilakukan dengan :1) Menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*). Di sini titik tolaknya adalah membangun daya itu, memberikan pengenalan bahwa setiap manusia memiliki potensi yang dapat dikembangkan, memotivasi serta mengembangkan kesadaran kepada masyarakat akan potensi yang di miliknya dan berupaya untuk mengembangkannya. 2) Memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat (*empowering*). Dalam hal ini dapat dilakukan melalui tindakan-tindakan secara nyata sehingga dapat membuka akses serta peluang yang akan membuat masyarakat menjadi lebih berdaya 3) Memberdayakan, mengandung pula arti melindungi. Dalam proses pemberdayaan, hal yang sangat mendasar adalah tidak adanya keberpihakan diantar yang lemah dalam menghadapi yang kuat. Melindungi adalah sebagai upaya untuk mencegah adanya persaingan antar kelompok yang tidak seimbang sehingga tidak menimbulkan eksploitasi yang kuat atas yang lemah.¹⁴

Pemberdayaan masyarakat sebagai sebuah strategi yang telah dikembangkan dalam berbagai literatur dunia sebagai pembangunan dalam kehidupan masyarakat. Pemberdayaan yang dimaksudkan dalam kajian ini adalah pemberdayaan sektor informal, khususnya perempuan atau Ibu rumah tangga sebagai bagian dari masyarakat yang membutuhkan pengelolaan dari pihak pemerintah yang berkaitan dengan upaya peningkatan kualitas sumberdaya untuk mendorong meningkatkan pendapatan keluarga serta agar bisa terbebas dari jerat kemiskinan dan dapat memberikan kontribusi terhadap penerimaan pendapatan suatu daerah.¹⁵

Strategi pemberdayaan yang melibatkan perempuan sangatlah dibutuhkan untuk memperbaiki kualitas kehidupan masyarakat agar dapat memiliki kemampuan atau kekuatan yang mandiri dengan potensi yang ada dalam diri mereka serta diharapkan mampu dapat meningkatkan keserasian, keselarasan serta keseimbangan dalam masyarakat. Dari arti tersebut maka dapat dimaknai sebagai suatu proses menuju berdaya, atau proses untuk memperoleh daya atau kekuatan kemampuan dan atau proses pemberian daya dari pihak yang

¹¹ Dedeh Maryani, Ruth Roselin E. Nainggolan, 2019, Pemberdayaan Masyarakat, Yogyakarta: Deepublish Hal.1

¹² Ibid

¹³ Ibid

¹⁴ Abu Huraerah, 2008 Pengorganisasian dan pengembangan masyarakat (model dan strategi pembangunan berbasis kerakyatan) Bandung: Humaniora hal.101

¹⁵ Ibid

memiliki daya kepada pihak yang kurang atau belum berdaya. Pemberdayaan hendaknya mempertimbangkan potensi dari perempuan di wilayah pemberdayaan sehingga akan tepat sasaran dan hasil yang dicapai juga akan maksimal. Pemberdayaan dilakukan dalam bentuk pembimbingan kearah pemecahan masalah dan bukan dalam bentuk pemberian solusi siap pakai. Oleh karena itu yang diberdayakan adalah komunitas termasuk potensi dari individu, organisasi dan lingkungan.¹⁶

Pemberdayaan perempuan dapat dilakukan dengan pengembangan kegiatan-kegiatan ekonomi produktif untuk mendukung terciptanya kondisi kehidupan yang lebih sehat dan sejahtera seperti dalam hasil penelitian Habibullah, dkk yang berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan perempuan membuat produk rajutan di Kelurahan Enggal, Bandar Lampung.¹⁷

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Wahyu Tjiptaningsih dalam upaya peningkatan pendapatan pada perempuan melalui strategi pemungkinan, penguatan, perlindungan, penyokongan, dan pemeliharaan seperti penyuluhan serta dorongan motivasi dalam berwirausaha dan pemberian tambahan modal untuk dapat memulai dalam berwirausaha.¹⁸

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan perempuan di sektor ekonomi dipandang perlu agar dapat memberikan kontribusi yang lebih baik dalam kehidupan keluarga yang mandiri.

2. PEMASARAN DIGITAL

Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan saling mempertukarkan produk dan jasa serta nilai antara seseorang dengan yang lainnya.¹⁹ Peranan pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga ke tangan konsumen, tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan secara berkelanjutan, sehingga keuntungan perusahaan dapat diperoleh dengan terjadinya pembelian yang berulang.

Tujuan dari pemasaran adalah menarik pelanggan baru dengan menciptakan suatu produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, menjanjikan nilai superior, menetapkan harga menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif serta

¹⁶ Rini Oktaviani, PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MELALUI KELOMPOK USAHA BERSAMA (KUBE) MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN SOSIAL KELUARGA, Jurnal Pendidikan Luar Sekolah Edisi Vol 8 Nomor 1 Tahun 2019

¹⁷ Habibullah Jimad, Yuningsih, Rinaldi Bursan, Nova Mardiana, PEMBERDAYAAN IBU RUMAH TANGGA MELALUI PELATIHAN EKONOMI KREATIF: PRODUKSI DAN PEMASARAN PRODUK RAJUTAN, SAKAI SAMBAYAN — Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Vol 4 No 1 Maret 2020

¹⁸ Wahyu Tjiptaningsih, PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DALAM UPAYA PENINGKATAN EKONOMI KELUARGA (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha Perempuan di Desa Sindangkempeng Kecamatan Greged Kabupaten Cirebon), Reformasi : Jurnal Ilmiah Administrasi Nomor 1 Jilid 2 Maret 2017

¹⁹ Budi Rahayu Tanama Putri. *Manajemen Pemasaran*. Bali: Universitas Udayana. Hal 1

mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan tetap memegang prinsip kepuasan pelanggan.²⁰

Dalam proses pemasaran ada beberapa tahapan yang dapat dilakukan salah satunya seperti promosi. Promosi dilakukan sebagai tahap pengenalan produk dari produsen kepada konsumen. Promosi sebagai media yang menyalurkan produk terus mengalami perkembangan. Dahulu, produk-produk dapat dijumpai dengan membuka outlet atau menitipkan kepada outlet lainnya. Dewasa ini, produk-produk yang dihasilkan tidak hanya dapat dijumpai secara langsung, tapi penggunaan media elektronik sangat mempengaruhinya. Dalam dunia yang serba elektronik dapat dengan mudah dijumpai beberapa informasi, termasuk dalam dunia usaha yang memberikan banyak peluang bagi para pengusaha untuk mengenalkan produk-produk yang dihasilkannya yang dikenal dengan istilah *internet marketing*, *digital marketing* atau *cyber marketing*.

Digital marketing adalah pemasaran digital yang dilakukan dalam pemasaran dengan menggunakan perangkat yang terhubung internet melalui berbagai macam strategi dan platform digital, dan bertujuan agar dapat berkomunikasi dengan calon konsumen melalui saluran komunikasi secara online.²¹

Penggunaan platform digital dalam dunia bisnis tidak asing lagi, karena penggunaan yang memiliki beberapa keuntungan diantaranya: 1) sebagai media yang menjadi gerbang informasi. 2) informasi yang memudahkan calon konsumen 3) memberikan banyak waktu kepada calon konsumen untuk mempelajari produk/jasa yang ditawarkan. 4) akses yang tidak pernah tutup. 5) tidak terhalang jarak. 6) beragamnya pilihan media digital. 7) Biaya digital marketing yang efisien. Namun, dari beberapa keuntungan diatas digital marketing juga memiliki beberapa kekurangan diantaranya: 1) ketergantungan pada teknologi 2) adanya isu terhadap keamanan dan privasi 3) Teknologi yang terus berkembang menambah biaya pemeliharaan 4) pemerataan yang belum merata khususnya di Indonesia 5) Transparansi Harga 6) Global competition.²²

Digital marketing saat ini sudah menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari dari masyarakat. Memasuki era dimana semua orang memiliki akun media sosial dan menjadi sebuah pertanyaan besar bila tidak memilikinya. Hal ini menjadi kesempatan yang dapat digunakan oleh pihak marketers atau perusahaan untuk menembus pasar digital khususnya di Indonesia yang memiliki potensi cukup besar.

Kemajuan teknologi menghasilkan model pemasaran yang berbeda, sehingga sering ditemukan istilah terbaru yang berkaitan dengan e-business, e-commerce, e-marketing, affiliate marketing, online shop, online gallery, m-commerce dan lain sebagainya. Trend ini seiring dengan ekspektasi demand, yang selalu menginginkan kemudahan dalam mendapatkan apa yang mereka inginkan dan butuhkan. Banyak di antara masyarakat yang memiliki daya beli tinggi, enggan terjebak dalam rutinitas yang melelahkan, bergerak dari satu tempat ke tempat yang lain untuk membeli barang-barang yang mereka pilih. Di era teknologi sekarang ini, hanya dengan berselancar di internet beberapa detik, melalui e-commerce mereka akan bisa mendapatkan apa yang akan mereka mau. Penjualan melalui e-

²⁰ Ibid 1

²¹ Andi Gunawan Chakti, 2019, The book of digital marketing, Makassar: Celebes media perkasa Hal.11

²² Ibid

commerce (electronic commerce) bisa men-dongkrak omzet mereka, karena tidak memerlukan jam untuk berjualan, transaksi bisa dilakukan 24 jam nonstop, sehingga pelanggan lebih leluasa memilih berbagai macam produk dan membanding-bandingkan harganya dari banyak vendor. E-commerce juga menghemat biaya yang harus dikeluarkan bagi para wirausahawan, dikarenakan biaya servis yang relatif murah karena tidak harus ada display barang, toko, dan lain sebagainya.²³

Digital marketing/Cyber marketing saat ini juga berperan signifikan dalam perekonomian yang menggunakannya sebagai media perekonomian. Peran perempuan juga tidak lepas dari Internet atau usaha yang melibatkan internet dalam pemasarannya. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pelaku start-up dan mengubah pola pikir dari perempuan yang semula “Rumah” dijadikan sebagai sumber pekerjaan tak berbayar dan kungkungan patriarkis telah disulap menjadi tempat kondusif bagi perempuan untuk tetap bisa bekerja tanpa khawatir abai pada perannya sebagai perempuan.²⁴

Dalam penelitian yang dihasilkan oleh Rizka Kurnia Ayu disebutkan bahwa terdapat perempuan yang dapat bekerja dari rumah dengan pemasaran melalui media komunikasi (online) seperti Catherine Hindra Sutjahyo yang sukses dengan bisnis start up dengan website Zalora, Cynthia Tenggara dengan bisnis katering melalui website BerryKitchen, dan Grace Tahir yang sukses dengan bisnis start up dibidang kesehatan melalui website pilihdokter.com.²⁵

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode jenis penelitian lapangan yang dilakukan pada kelompok usaha bersama (KUBE) Desa Bago Kecamatan Besuk Kabupaten Probolinggo. sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini menggunakan data yang bersumber dari lokasi penelitian, diperoleh melalui wawancara anggota KUBE, kepala desa serta perangkat desa Bago Kecamatan Besuk Kabupaten Probolinggo dengan menggunakan metode wawancara tidak terstruktur. Data ini merupakan data utama yang penulis gunakan untuk mencari informasi mengenai peran perempuan dalam memenuhi kebutuhan keluarga melalui kelompok usaha bersama (KUBE) dan pemasaran berbasis cyber marketing. Selain data primer, sebagai pendukung dalam penelitian ini penulis juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari sumber eksternal maupun internal yaitu data dari perpustakaan, Jurnal, buku-buku literatur dan data sekunder yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada di lembaga-lembaga yang berkaitan dengan masalah. Data yang diperoleh dari lembaga ataupun instansi yaitu dari kantor Desa Bago Kecamatan Besuk Kabupaten Probolinggo dengan pendekatan deskriptif kualitatif.

D. HASIL PENELITIAN

²³ Ika Yunia Fauzia, Pemanfaatan e-commerce dan m-commerce dalam bisnis di kalangan wirausahawan perempuan, *Journal of Business and Banking* ISSN 2088-7841 Volume 5 Number 2 November 2015 – April 2016

²⁴ Rizka Kurnia Ayu, Perempuan Pebisnis Startup di Indonesia dalam Perspektif Cybertopia, *Perempuan Pebisnis Startup di Indonesia dalam Perspektif Cybertopia* Volume 1 Ed 2, July 2017 Page 116 - 130

²⁵ Ibid

Desa Bago merupakan desa yang terletak di kecamatan Besuk Kabupaten Probolinggo. Desa ini berbatasan langsung dengan desa Kecik Kecamatan Besuk disebelah utara, Desa Sentul Kecamatan Gading di Sebelah Selatan, Desa Dandang Kecamatan Gading disebelah barat, Desa Gunggungan Kidul Kecamatan Pakuniran Di Sebelah Timur. Salah satu kekhasan desa ini adanya budaya dan adat istiadat yang masih kental yang belum tergerus zaman, adanya berbagai macam perayaan/upacara seperti upacara dalam memperingati hasil bumi dengan membawa keliling hasil bumi seperti aneka produk hasil pertanian yang ada di desa Bago. Upacara tersebut dilakukan sebagai upaya bentuk rasa syukur terhadap hasil bumi atas panen yang dihasilkan. Desa bago sebagian lahannya adalah lahan persawahan sehingga sebagian masyarakat bermata pencaharian terbanyak sebagai petani, pedagang dan industri rumah tangga. Dengan jumlah penduduk 3309 jiwa terdiri atas 1.601 jiwa laki-laki dan 1.708 jiwa perempuan dengan sumber mata pencaharian terbanyak sebagai petani, pedagang dan pengrajin industri rumah tangga.²⁶ Melihat banyaknya jumlah penduduk perempuan maka pemberdayaan dalam rangka mengurangi angka kemiskinan diperlukan upaya penanggulangan baik dari pemerintah pusat atau pemerintah daerah setempat.

Pekerjaan perempuan di desa Bago sebagian besar selain sebagai ibu rumah tangga juga sebagai buruh pertanian. Pekerjaan menjadi buruh dilakukan ketika musim tanam dan panen tiba, sehingga pekerjaan tersebut dapat dikatakan hanya musiman yang sewaktu-waktu dapat dikatakan tidak memiliki pekerjaan. Desa Bago terdapat memiliki potensi di sektor pertanian dengan tanaman berupa sandang pangan lokal seperti padi, jagung, kacang tanah, Singkong, Kedelai dan lainnya. Adapun di bidang peternakan/perikanan Ayam termasuk paling banyak di temui dan disusul dengan kambing dan sapi. Meskipun desa Bago merupakan desa yang memiliki hasil pertanian/perkebunan yang cukup baik, akan tetapi dengan cara pengolahan hasil panen belum dapat dikatakan maksimal karena terbatasnya akses dan informasi baik dari pengolahan bahan baku maupun pemasaran masih terbatas hanya pada tengkulak. Setelah adanya program kelompok usaha bersama (KUBE) yang ada di desa Bago kecamatan Besuk, kondisi masyarakat kaum perempuan mulai ada perubahan. Program ini telah membuka peluang dan akses kepada perempuan di desa Bago untuk membuka usaha di sektor industri rumah tangga melalui pengolahan hasil tanaman pertanian. Program pemberdayaan perempuan ini diharapkan mampu mengurangi tingkat kemiskinan seperti pengangguran dan kesenjangan sosial.

Kelompok Usaha Bersama merupakan salah satu program pemerintah melalui Kelompok Usaha Bersma (KUBE) adalah salah satu program pemerintah yang ada pada Kementerian Sosial Republik Indonesia khususnya pada Direktorat Jenderal Pemberdayaan Sosial dan Penanggulangan Kemsikina yang bertujuan untuk membedayakan kelompok masyarakat msikin dengan pemberian modal usaha melalui Program Bantuan Langsung Sosial (BLPS) untuk mengelola Usaha Ekonomi Produktif (UEP). Pembentukan KUBE dimulai dengan proses pembentukan kelompok sebagai hasil bimbingan sosial, pelatihan keterampilan berusaha, bantuan stimulans dan pendampingan. Program KUBE merupakan salah satu strategi dari kementerian sosial untuk memberdayakan keluarga miskin dalam

²⁶ Ibid.

meningkatkan pendapatan keluarga mereka melalui kegiatan ekonomi produktif dan pembentukan keuangan mikro.²⁷

Upaya dalam memberdayakan masyarakat desa menurut Kartasasmita harus dilakukan dengan cara 1) Menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*). Dalam menciptakan suasana atau iklim agar potensi masyarakat berkembang dapat dilakukan dengan pemberian motivasi melalui seminar atau workshop yang di ikuti oleh seluruh perempuan yang ada di Desa Bago. 2) Memperkuat potensi atau daya yang dimiliki oleh masyarakat (*empowering*). Dalam rangka ini diperlukan langkah-langkah lebih positif, selain dari hanya menciptakan iklim dan suasana. Dalam rangka melindungi masyarakat atau perempuan yang berasal dari keluarga pra sejahtera pemerintah melalui anggota kelompok usaha bersama (KUBE) tidak hanya melakukan pelatihan namun juga memberikan bantuan berupa pemberian modal usaha melalui program keluarga harapan (PKH) yang kemudian disalurkan dalam bentuk modal usaha beserta alat-alat produksi lainnya guna menunjang aktivitas produksi dalam berwirausaha. Namun dalam menciptakan masyarakat yang mandiri pendampingan kepada kelompok usaha bersama (KUBE) juga penting dilakukan dengan cara terus memberikan penyuluhan agar masyarakat dapat mempertahankan apa yang sudah dilakukan dengan harapan adanya peningkatan-peningkatan dalam berwirausaha. 3) Memberdayakan, mengandung pula arti melindungi. Dalam proses pemberdayaan idealnya harus dicegah yang lemah menjadi bertambah lemah karena kekurangberdayaan dalam menghadapi yang kuat. Perempuan yang ada di Desa Bago yang pada awalnya bekerja sebagai buruh tani atau ibu rumah tangga beralih profesi dengan memulai berwirausaha, atau yang sudah memiliki usaha dan mengikuti program KUBE dapat meningkatkan potensi atau daya dengan saling berbagi pengalaman juga dapat memecahkan masalah yang dihadapi oleh anggota masing-masing kelompok.²⁸

Kelompok usaha bersama (KUBE) kampung makmur di desa Bago dinilai sudah berhasil dijalankan meskipun belum semua unit berjalan efektif. Keberhasilan ini tentunya tidak luput dari kerja keras dan partisipasi seluruh anggota kelompok. Dengan adanya Kelompok Usaha bersama (KUBE) kampung makmur, kondisi masyarakat yang dulunya miskin sekarang kehidupannya lebih terjamin, kesejahteraan masyarakat meningkat, pengangguran berkurang, kesehatan lebih baik dan banyak pembangunan yang dilakukan yang berorientasi masyarakat. Di lihat dari data banyaknya toko dan warung yang ada serta adanya pasar tradisional aktivitas kelompok usaha bersama (KUBE) yang melibatkan banyak tenaga Perempuan di perkirakan secara positif merangsang, menumbuhkan dan menciptakan lapangan pekerjaan serta lapangan usaha. Melalui kegiatan perekonomian yang menghasilkan barang dan jasa yang diperlukan selama proses kegiatan akan muncul antara lain jasa buruh tani, jasa angkutan, perdagangan pangan dan sandang, perdagangan peralatan kerja serta bahan dan alat yang dibutuhkan selama proses tersebut.

Aktivitas yang dilakukan oleh anggota kelompok usaha bersama (KUBE) memberikan pengaruh internal dan pengaruh eksternal. Pengaruh internal dapat dirasakan oleh anggota masing-masing KUBE dengan bertambahnya pendapatan dalam rumah tangga, serta dapat meningkatkan kreativitas dan produktivitas perempuan dalam keluarga. Pengaruh

²⁷ Yuni Catur Wulan¹, Nurul Umi Ati², Roni Pindahanto Widodo³, IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PENANGGULANGAN KEMISKINAN MELALUI PROGRAM PEMBERDAYAAN EKONOMI KELOMPOK USAHA BERSAMA (KUBE) Jurnal Respon Publik Volume 13, No. 4, Tahun 2019, Hal 104-109

²⁸ Ibid.

eksternal tidak hanya anggota atau perempuan yang memiliki manfaat positif namun masyarakat sekitar juga dapat merasakan dengan tersedianya lapangan pekerjaan dan tersedianya kebutuhan-kebutuhan masyarakat. Keberhasilan kelompok usaha bersama (KUBE) ditandai dengan 1) Bertambahnya anggota kelompok dalam berwirausaha yang tergabung dalam KUBE. 2) Anggota Kube banyak mendapatkan penghargaan dan prestasi lainnya dengan mengikuti berbagai lomba di bidang kuliner baik tingkat Kecamatan maupun Kabupaten 3). Mampu menyelesaikan permasalahan yang terjadi dalam kelompok seperti penyediaan bahan baku, modal usaha, serta pemasaran yang baik. Dengan demikian, KUBE banyak mendapatkan dampak positif bagi perekonomian di pedesaan, KUBE juga telah banyak berdampak pada masyarakat yang lebih baik juga berpengaruh positif terhadap pembangunan berbasis masyarakat. Demikian pula pembangunan dan kesejahteraan masyarakat di desa Bago Kecamatan Besuk mengalami peningkatan dengan adanya kebijakan mengenai pemberdayaan perempuan dalam upaya membangun perekonomian melalui kelompok usaha bersama (KUBE) dengan pemanfaatan potensi di sektor pertanian desa Bago Kecamatan Besuk Kabupaten Probolinggo. Apabila keberhasilan KUBE di desa Bago Kecamatan Besuk dalam mensejahterakan masyarakat ini dapat diikuti oleh seluruh perempuan desa yang ada, maka kemajuan ekonomi desa akan tercapai, karena kemajuan ekonomi daerah akan tercapai jika terdapat iklim perekonomian yang baik di tingkat Provinsi. Kemajuan ekonomi di tingkat provinsi akan tercapai jika kabupaten memiliki kegiatan ekonomi yang baik. Kemajuan ekonomi sebuah kabupaten dapat tercapai karena adanya sumbangsih dari perekonomian di pedesaan yang kuat.²⁹

Penerapan teknologi dalam proses pemasaran produk olahan atau populer dengan cyber marketing dapat ditinjau dari beberapa sudut pandang diantara: Sebagai sarana komunikasi, dengan memanfaatkan teknologi seperti internet/cyber marketing memiliki keuntungan seperti dalam pengiriman barang, layanan, informasi atau pembayaran dapat dilakukan dengan mudah, cepat, dan biaya yang relatif terjangkau. Sarana dalam proses bisnis, internet/cyber marketing adalah sebuah aplikasi dari teknologi yang menuju otomatisasi dari transaksi bisnis dan aliran kerja. Sarana pelayanan, internet/cyber marketing merupakan suatu alat yang memenuhi keinginan perusahaan, konsumen, dan manajemen untuk memangkas biaya layanan (*service cost*) ketika meningkatkan kualitas barang dan meningkatkan kecepatan layanan pengiriman. Sarana Online, internet/cyber marketing menyediakan kemampuan untuk membeli dan menjual barang atau informasi secara online melalui penggunaan jaringan internet.³⁰

Kube Kampung Makmur yang merupakan salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memproduksi olahan hasil pertanian mempunyai potensi yang baik untuk dikembangkan terutama pada bagian promosi dan pemasaran produk olahan yang dihasilkannya. Hal tersebut karena selama ini proses pemasaran yang dilakukan hanya terbatas di wilayah Kecamatan Besuk pada khususnya dan Kabupaten Probolinggo pada umumnya, serta melalui promosi yang terbatas pada kegiatan-kegiatan pameran UMKM yang dilaksanakan oleh pemerintah daerah kabupaten Probolinggo. Oleh karena itu untuk

²⁹Hadi Kurniawanto¹ dan Yusniah Anggraini² PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DALAM PENGEMBANGAN BADAN USAHA MILIK DESA(BUMDes) MELALUI PEMANFAATAN POTENSI SEKTOR PERTANIAN (STUDI KASUS DI DESA KADU ELA KECAMATAN CADASARI KABUPATEN PANDEGLANG) Jurnal Kebijakan Pembangunan Daerah, Vol.3, No.2, Desember 2019, Hal. 127 – 137

³⁰ Diana Laily Fithri, dkk, PEMANFAATAN E-COMMERCE POPULER UNTUK OPTIMALISASI PEMASARAN PRODUK PADA KUB BORDIR KURNIA KUDUS, Jurnal SIMETRIS, Vol 8 No 2 November 2017

mendukung proses promosi dan pemasaran produk perlu dikembangkan media dengan penerapan teknologi informasi atau yang lebih populer dengan (*e-commerce, Internet marketing dan cyber marketing*) untuk membantu dalam kegiatan promosi dan pemasaran produk.

Berbagai pelatihan dan penyuluhan terkait di bidang promosi dan pemasaran secara digital telah dilakukan baik oleh pemerintah Kabupaten yaitu Dinas Sosial maupun Dinas Koperasi dan Usaha Mikro telah dilaksanakan dan diikuti oleh seluruh anggota-non anggota KUBE Kampung makmur desa Bago. Namun, pada pengaplikasiannya terdapat berbagai kendala yakni dari segi usia dan pendidikan yang tergabung dalam KUBE memiliki kurangnya pengetahuan serta kemampuan dalam menggunakan teknologi sehingga pemasaran yang dilakukan tetap tradisional.

Peran perempuan dalam membangun perekonomian keluarga menjadi lebih berdaya dengan adanya kelompok usaha bersama (KUBE) dengan program industri rumah tangga melalui pemanfaatan di sektor pertanian. Kelompok usaha bersama (KUBE) kampung makmur desa Bago kecamatan Besuk Probolinggo banyak menghasilkan produk olahan yang dihasilkan di sektor pertanian seperti aneka keripik yang terbuat dari bahan baku talas, singkong, ubi, pisang, serta kue kering dan basah, dan aneka minuman seperti sari kedelai. Produk yang dihasilkan tersebut telah memenuhi standar mutu dan keamanan dalam memasarkan produknya. Produk olahan menjadi salah satu solusi yang dapat dipilih oleh masyarakat setempat utamanya anggota kelompok usaha bersama (KUBE) kampung makmur dalam mengatasi permasalahan jatuhnya harga hasil pertanian ketika panen raya. Produk olahan hasil pertanian Desa Bago dipasarkan melalui dua tahapan yaitu secara langsung dengan membuka outlet dan secara tidak langsung dengan menitipkan produk kepada outlet-outlet, serta produk olahan dari KUBE kampung makmur telah banyak mengikuti pameran baik yang dilakukan oleh pemerintah desa maupun pemerintah kabupaten sebagai sarana dalam mempromosikan produk-produk yang dihasilkan. Namun, dalam pemanfaatan teknologi sebagai sarana pemasaran produk olahan hasil tanaman belum dapat dimanfaatkan oleh anggota kelompok usaha bersama (KUBE) kampung makmur.

E. PENUTUP

Perempuan desa Bago yang tergabung dalam kelompok usaha bersama (KUBE) telah menunjukkan hasil yang maksimal dengan pemanfaatan pengelolaan hasil tanaman pertanian lokal (*agroindustri*) dan sumberdaya lokal sehingga mampu menciptakan pasar digital, efisien biaya serta memiliki daya saing, selain itu keberadaan KUBE Kampung Makmur di Desa Bago Kabupaten Probolinggo telah turut membantu pemerintah dalam upaya pemberdayaan perempuan dalam kancah nasional berbasis teknologi informasi yakni cyber marketing.

F. DAFTAR PUSTAKA

Eka Dewi Sumarmawati, Arif Nugroho Rachman, Peran Perempuan Dalam Pengembangan Ekonomi Daerah Pada UMKM (Studi Kasus Pada Pemilik UMKM Di Wilayah Solo Raya), Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT) Volume 10 Nomor 1, Mei 2019

- Dwi Puspitarini, Praptika Septi Familia, Dwi Puspitarini, Praptika Septi Familia An-Nisa', Vol. 11 No. 2 Oktober 2018
- Muhammad Haidar, dkk, gaya kepemimpinan sri mulyani indrawati. Article • June 2019
- ITANG, FAKTOR FAKTOR PENYEBAB KEMISKINAN, Vol. 16 No. 1 Januari-Juni 2015
- Yudhy Harini Bertham, Dwi Wahyuni Ganefianti, Apri Andani, PERANAN PEREMPUAN DALAM PEREKONOMIAN KELUARGA DENGAN MEMANFAATKAN SUMBERDAYA PERTANIAN AGRISEP Vol 10. No 1 Maret 2011 Hal: 138 – 153
- Darmin Tuwu, Peran Pekerja Perempuan Dalam Memenuhi Ekonomi Keluarga: Dari Peran Domestik Menuju Sektor Publik, Al Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian-ISSN: 1978-9726 (p); 2541-0717 (e) Volume 13, Nomor 1 (Mei, 2018)
- Dokumen RPJM desa Bago 2015-2021
- Helvi Yanfika, dkk. Kemandirian Anggota Kelompok Wanita Sawargi dalam Keberlanjutan Usaha Pengolahan Hasil Pertanian Di Kelurahan Situ Gede Kota Bogor.
- Sri Handini, Suksesi, Hartati Kanty Astuti, 2019, Pemberdayaan Masyarakat Desa Dalam Pengembangan UMKM di Wilayah Pesisir. Surabaya: Sopindo Media Pustaka.
- Dedeh Maryani, Ruth Roselin E. Nainggolan, 2019, Pemberdayaan Masyarakat, Yogyakarta: Deepublish
- Abu Huraerah, 2008 Pengorganisasian dan pengembangan masyarakat (model dan strategi pembangunan berbasis kerakyatan) Bandung: Humaniora
- Budi Rahayu Tanama Putri. Manajemen Pemasaran. Bali: Universitas Udayana
- Andi Gunawan Chakti, 2019, The book of digital marketing, Makassar: Celebes media perkasa
- Yuni Catur Wulan¹, Nurul Umi Ati², Roni Pindahanto Widodo³, IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PENANGGULANGAN KEMISKINAN MELALUI PROGRAM PEMBERDAYAAN EKONOMI KELOMPOK USAHA BERSAMA (KUBE) Jurnal Respon Publik Volume 13, No. 4, Tahun 2019, Hal 104-109
- Hadi Kurniawanto dan Yusniah Anggraini PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DALAM PENGEMBANGAN BADAN USAHA MILIK DESA (BUMDes) MELALUI PEMANFAATAN POTENSI SEKTOR PERTANIAN (STUDI KASUS DI DESA KADU ELA KECAMATAN CADASARI KABUPATEN PANDEGLANG) Jurnal Kebijakan Pembangunan Daerah, Vol.3, No.2, Desember 2019, Hal. 127 – 137

- Diana Laily Fithri, dkk, PEMANFAATAN E-COMMERCE POPULER UNTUK OPTIMALISASI PEMASARAN PRODUK PADA KUB BORDIR KURNIA KUDUS, Jurnal SIMETRIS, Vol 8 No 2 November 2017
- Rini Oktaviani, PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MELALUI KELOMPOK USAHA BERSAMA (KUBE) MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN SOSIAL KELUARGA, Jurnal Pendidikan Luar Sekolah Edisi Vol 8 Nomor 1 Tahun 2019
- Habibullah Jimad, Yuningsih, Rinaldi Bursan, Nova Mardiana, PEMBERDAYAAN IBU RUMAH TANGGA MELALUI PELATIHAN EKONOMI KREATIF: PRODUKSI DAN PEMASARAN PRODUK RAJUTAN, SAKAI SAMBAYAN — Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Vol 4 No 1 Maret 2020
- Wahyu Tjiptaningsih, PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DALAM UPAYA PENINGKATAN EKONOMI KELUARGA (Studi Kasus Pada Kelompok Usaha Perempuan di Desa Sindangkempeng Kecamatan Greged Kabupaten Cirebon), Reformasi : Jurnal Ilmiah Administrasi Nomor 1 Jilid 2 Maret 2017
- Ika Yunia Fauzia, Pemanfaatan e-commerce dan m-commerce dalam bisnis di kalangan wirausahawan perempuan, Journal of Business and Banking ISSN 2088-7841 Volume 5 Number 2 November 2015 – April 2016
- Rizka Kurnia Ayu, Perempuan Pebisnis Startup di Indonesia dalam Perspektif Cybertopia, Perempuan Pebisnis Startup di Indonesia dalam Perspektif Cybertopia Volume 1 Ed 2, July 2017 Page 116 - 130