



Dinamika Psychological Empowerment pada Komunitas Perempuan Pelaku Usaha (Studi Kualitatif)

Salsabilla Fatin^{1*}, Dian Nabila Septiani², Alifia Herman³, Ilham Pramudya⁴, Siti Hikmah⁵

¹⁻⁵ Program Studi Psikologi, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Indonesia

Email: salsbllftin@gmail.com¹, hikmahanas@walisongo.ac.id⁵

*Penulis Korespondensi: salsbllftin@gmail.com

Abstract. *This study aims to explore the dynamics of psychological empowerment among women entrepreneurs by examining how they construct entrepreneurial identity, develop competence, cultivate independence, and generate social impact through their business activities. The background of this research stems from the need for women in micro and small enterprises to receive support that extends beyond technical skill development, emphasizing psychological aspects such as self-belief, personal control, and decision-making capacity. Employing a qualitative phenomenological approach, this study involved three women entrepreneurs selected through purposive sampling. Data were collected using semi-structured interviews to capture the participants' subjective experiences in managing their businesses. The findings reveal four central themes: entrepreneurial identity shaped by personal values and lived experiences, competence that evolves through continuous learning and problem-solving, independence reflected in decision-making and business management, and social impact manifested in the creation of economic opportunities and contributions to the surrounding community. These results illustrate that psychological empowerment among women entrepreneurs is a dynamic process formed through the interaction of personal experiences, entrepreneurial practices, and community support. The study emphasizes the importance of empowerment programs that integrate psychological strengthening alongside technical training, with communities serving as vital spaces for collective learning and mutual support. Recommendations highlight the need for holistic empowerment models that consider the sociocultural context of women entrepreneurs and foster sustainable growth in both personal and business capacities.*

Keywords: *Competence; Entrepreneurial Identity; Independence; Psychological Empowerment; Social Impact.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dinamika *psychological empowerment* pada komunitas perempuan pelaku usaha dengan menelaah bagaimana perempuan memaknai identitas kewirausahaan, membangun kompetensi, menunjukkan kemandirian, serta memberikan dampak sosial melalui aktivitas usaha mereka. Latar belakang penelitian berangkat dari kebutuhan perempuan pelaku UMKM akan dukungan tidak hanya dalam bentuk peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga aspek psikologis yang memengaruhi keyakinan diri, kontrol personal, dan kemampuan mengambil keputusan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi, melibatkan tiga perempuan wirausaha yang dipilih secara purposive. Data dikumpulkan melalui wawancara semi terstruktur untuk menggali pengalaman subjektif mereka dalam menjalankan usaha. Hasil penelitian menunjukkan empat tema utama, yaitu identitas pedagang yang terbentuk dari pengalaman hidup dan nilai personal, perkembangan kompetensi melalui proses belajar dan penyelesaian masalah, kemandirian dalam mengelola usaha dan menentukan keputusan penting, serta kontribusi sosial berupa penciptaan peluang kerja dan dukungan bagi komunitas sekitar. Temuan ini menunjukkan bahwa *psychological empowerment* perempuan pelaku usaha merupakan proses dinamis yang terbentuk melalui interaksi antara pengalaman personal, praktik kewirausahaan, dan dukungan komunitas. Penelitian ini menegaskan pentingnya program pemberdayaan yang tidak hanya berfokus pada pelatihan teknis, tetapi juga penguatan aspek psikologis dan ruang komunitas sebagai wadah saling belajar. Rekomendasi diberikan agar program pemberdayaan lebih holistik dan mempertimbangkan konteks sosial budaya perempuan pelaku usaha.

Kata Kunci: Dampak Sosial; Identitas Pedagang; Kemandirian; Kompetensi; Pemberdayaan Psikologis.

1. LATAR BELAKANG

Perempuan memiliki peran penting dalam sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), terutama pada usaha berbasis rumah tangga yang menopang ekonomi keluarga dan komunitas. Banyak perempuan memulai usaha untuk memenuhi kebutuhan ekonomi, menambah pendapatan keluarga, dan memperoleh kemandirian finansial. Namun, perempuan pelaku usaha juga menghadapi berbagai hambatan seperti keterbatasan akses modal, rendahnya kemampuan pemasaran, serta minimnya literasi digital dan manajerial. Penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa hambatan-hambatan tersebut membuat perempuan membutuhkan dukungan tidak hanya dari sisi ekonomi, tetapi juga dari lingkungan sosial seperti komunitas perempuan pelaku usaha yang dapat memberikan ruang belajar, berbagi pengalaman, dan saling menguatkan (Dalimunthe & Lubis, 2020). (Satria & Nofiansyah, 2021) juga menegaskan bahwa komunitas berperan dalam membantu perempuan membangun jaringan usaha yang lebih luas dan meningkatkan keberanian mereka untuk mengembangkan usaha.

Meskipun berbagai program pemberdayaan telah dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan, peningkatan kapasitas teknis terbukti belum cukup untuk memastikan keberhasilan usaha perempuan secara berkelanjutan. Faktor psikologis seperti keyakinan diri, persepsi kontrol, dan keberanian mengambil keputusan memengaruhi cara perempuan menghadapi risiko dan mempertahankan motivasi dalam berwirausaha. Zimmerman (1995) mendefinisikan *psychological empowerment* sebagai kondisi ketika individu memiliki rasa kendali terhadap hidupnya, memahami lingkungan sosialnya secara kritis, dan mampu bertindak untuk mencapai tujuan pribadi maupun sosial. Berdasarkan konsep ini, *psychological empowerment* mencakup dimensi intrapersonal, interaksional, dan perilaku yang berkembang melalui pengalaman dan proses refleksi individu. Dalam konteks perempuan pelaku usaha, komunitas dapat menjadi ruang yang memungkinkan perempuan membangun rasa percaya diri, memperoleh pemahaman baru, dan mengembangkan kapasitas untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan terkait usaha mereka.

Komunitas sebagai ruang pemberdayaan juga dibahas oleh (Rothman & Vijlder, 2019) yang menjelaskan bahwa lingkungan sosial yang partisipatif mampu mendorong anggota komunitas untuk meningkatkan kontrol personal, melakukan refleksi kritis, dan terlibat dalam aktivitas yang mendukung perubahan. Interaksi dalam komunitas perempuan pelaku usaha memungkinkan terjadinya pertukaran informasi, kerja sama, dan dukungan emosional yang memperkuat motivasi dan identitas perempuan sebagai pelaku usaha. Dalam penelitian lainnya, (Oladipo, 2009) menunjukkan bahwa pemberdayaan psikologis sering kali menjadi aspek yang

diabaikan dalam program pemberdayaan ekonomi, padahal aspek tersebut berperan penting dalam membentuk sikap, perilaku, dan ketangguhan individu dalam menghadapi tantangan.

Namun, dinamika *psychological empowerment* dalam komunitas perempuan pelaku usaha di Indonesia masih belum banyak dikaji secara mendalam. Pertanyaan mengenai bagaimana perempuan membangun kepercayaan diri, bagaimana pengalaman dalam komunitas memengaruhi perubahan psikologis, serta faktor-faktor apa yang memperkuat atau menghambat proses pemberdayaan masih memerlukan penjelasan yang lebih terperinci. Padahal, pemahaman mengenai dinamika ini penting untuk merancang model pemberdayaan yang tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga menguatkan aspek psikologis yang berkelanjutan, relevan dengan konteks budaya, dan sesuai dengan pengalaman hidup perempuan.

Berdasarkan kebutuhan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam dinamika *psychological empowerment* dalam komunitas perempuan pelaku usaha dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini difokuskan pada pengalaman subjektif perempuan dalam memaknai pemberdayaan, perubahan-perubahan psikologis yang mereka alami, serta peran komunitas dalam membentuk proses tersebut. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan penjelasan komprehensif mengenai bagaimana *psychological empowerment* terbentuk dan berkembang dalam komunitas, serta bagaimana dinamika tersebut berkontribusi terhadap keberlangsungan usaha perempuan. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar pengembangan model pemberdayaan perempuan yang lebih holistik dan efektif.

2. KAJIAN TEORITIS

Pemberdayaan (empowerment) dipandang layak nya proses di mana individu memperoleh kapasitas, kontrol, dan peluang untuk mempengaruhi keputusan yang berdampak dalam kehidupan mereka. Dalam konteks sosiologi dan pembangunan, pemberdayaan sering dikaitkan dengan pengumpulan modal baik dalam bentuk modal struktural, modal sosial, maupun modal psikologis. (Putnam, 2002). Pendekatan multidimensional ini menekankan bahwa pemberdayaan bukan sekadar distribusi sumber daya, melainkan proses dinamis antara individu, komunitas, dan struktur sosial.

Dalam konteks organisasi dan wirausaha, *psychological empowerment* sering dinilai dari dimensi-dimensi kognitif seperti meaning, competence, self-determination, dan impact terhadap lingkungan atau pekerjaan (Spreitzer, 1995). Namun dalam literatur kewirausahaan modern, kerangka *psychological capital* yang meliputi self-efficacy, hope, optimism, dan resilience dipandang penting karena berperan dalam meningkatkan kemampuan wirausahawan

untuk bertahan, beradaptasi, mengambil keputusan, dan menghadapi risiko (Luthans et al., 2007).

Penelitian di Indonesia mendukung relevansi PsyCap bagi perempuan pelaku usaha, studi menunjukkan bahwa PsyCap berkontribusi signifikan terhadap keseimbangan antara pekerjaan dan keluarga bagi wirausahawan perempuan, khususnya self-efficacy dan resilience sebagai prediktor utama (Saputri et al., 2025)..

Modal sosial yang mencakup jaringan, norma timbal-balik, kepercayaan dan dukungan kolektif merupakan sumber daya penting bagi pelaku usaha perempuan yang mungkin menghadapi keterbatasan akses modal formal, pelatihan, atau sumber daya lainnya (Putnam, 2000). Dalam konteks wirausaha perempuan di Indonesia, modal sosial yang terbangun melalui komunitas, koperasi, atau jaringan antar pengusaha perempuan telah terbukti mendukung keberlanjutan usaha melalui akses modal nonformal, dukungan emosional, pembelajaran bersama, dan akses pasar (Widiyanti et al., 2018).

Lebih lanjut, temuan penelitian menunjukkan bahwa social capital mampu memperkuat orientasi kewirausahaan seperti inovasi, proaktivitas, dan pengambilan risiko yang selanjutnya meningkatkan kinerja usaha perempuan (Putri et al., 2025).

Dalam situasi ketidakpastian dan keterbatasan sumber daya, logika efektuasi (effectuation) menjelaskan bagaimana wirausahawan termasuk perempuan menggunakan sumber daya yang tersedia, bereksperimen, mengambil risiko terbatas (affordable loss), dan fleksibel beradaptasi dengan perubahan (Sarasvathy, 2001). Praktik kewirausahaan seperti ini memberikan arena bagi manifestasi PsyCap dan modal sosial menjadi hasil nyata usaha, inovasi, dan keberlanjutan.

Penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa kombinasi antara modal psikologis dan sosial, didukung praktik kewirausahaan adaptif, meningkatkan empowerment dan kinerja usaha perempuan (Tanoto & Tahalele, 2024).

Dengan demikian, empowerment perempuan pelaku usaha dapat dipahami sebagai hasil interaksi dinamis antara: (a) modal psikologis individu (PsyCap); (b) modal sosial jaringan dan dukungan komunitas; dan (c) praktik kewirausahaan sehari-hari yang responsif terhadap ketidakpastian dan sumber daya terbatas. Modal sosial memberikan akses dan dukungan, praktik kewirausahaan menyediakan ruang pengalaman dan adaptasi, sedangkan PsyCap memungkinkan individu mengambil inisiatif dan bertahan menghadapi tantangan. Kerangka multidimensional ini sensitif terhadap konteks lokal budaya, gender, infrastruktur dan menekankan empowerment sebagai proses berkelanjutan, bukan hasil instan.

Karena psychological empowerment dan modal sosial bersifat subjektif, kontekstual, dan berkembang secara dinamis melalui pengalaman hidup dan interaksi sosial, pendekatan kualitatif (misalnya studi kasus atau fenomenologi) paling tepat untuk mengeksplorasi: bagaimana perempuan memahami empowerment; mekanisme komunitas dan jaringan sosial; serta praktik kewirausahaan dalam kehidupan sehari-hari. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman mendalam terhadap narasi, interpretasi, dan proses psikososial di balik statistik atau angka.

3. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi fenomenologi, yang bertujuan untuk mengkaji bagaimana dinamika *psychology empowerment* pada komunitas perempuan pelaku usaha. Perspektif fenomenologi menekankan pada kesan yang berasal dari pengalaman langsung individu, sebagaimana mereka mengalami kejadian langsung (Martin Packer, dalam Kahija, 2017). Subjek penelitian ini dipilih secara purposive, dengan kriteria mempertimbangkan ketentuan yang relevan sesuai dengan fokus penelitian. Subjek terdiri dari 3 orang wirausaha yang akan di wawancarai secara mendalam ada penelitian ini. Fokus wawancara adalah pengalaman dalam menjalani kehidupan sehari-hari, kebiasaan atau rutinitas yang mereka lakukan, minat, serta pandangan terhadap dinamika *psychology empowerment* pada komunitas perempuan pelaku usaha. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini dilakukan melalui wawancara semi terstruktur.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada 2 - 5 Desember 2025, analisis tematik mengidentifikasi empat tema utama yang secara konsisten muncul pada ketiga subjek, yaitu identitas sebagai pedagang, kompetensi dalam menjalankan usaha, kemandirian dalam pengambilan keputusan, serta dampak sosial yang dihasilkan dari aktivitas kewirausahaan.

Identitas Pedagang

Identitas sebagai pedagang tampak menjadi fondasi penting bagi ketiga narasumber. Bu Anny mengungkapkan bahwa ia memilih berdagang karena sejak kecil sudah tumbuh dalam keluarga pedagang, sehingga berwirausaha terasa sebagai bagian dari dirinya sendiri. Ia berkata,

“Basic ibuk itu berdagang... dari keluarga besar ibuk semua pedagang.”

Sementara itu, narasumber ketiga, seorang ibu yang menjalankan usaha laundry, memandang bahwa berwirausaha memberikan ruang bagi dirinya untuk menjalani pekerjaan sesuai keinginannya. Ia menekankan kebebasan itu dengan mengatakan,

“Kalau kita punya usaha sendiri kan kita mau gimana gitu kan terserah kita.”

Di sisi lain, Mbak Nurul menunjukkan identitas pedagang yang terbentuk dari perubahan cara pandang generasi muda terhadap usaha. Ia menegaskan,

“Sekarang ini jamannya yang ngga malu jualan... menurut saya itu hal-hal yang patut dibanggakan.”

Berdasarkan tiga narasumber ini, tampak bahwa identitas kewirausahaan lahir dari latar belakang yang berbeda: ada yang diwariskan dari keluarga, ada yang muncul sebagai pilihan nilai personal, dan ada pula yang tumbuh dari dinamika generasi. Namun pada akhirnya, ketiganya sama-sama melihat berdagang bukan sekadar pekerjaan, tetapi bagian dari jati diri yang memengaruhi cara mereka melihat diri, bekerja, dan berinteraksi dengan lingkungannya.

Kompetensi

Ketiga narasumber menunjukkan perkembangan kompetensi yang terbentuk melalui pengalaman panjang menjalankan usaha. Bu Anny, yang telah berusaha selama tujuh tahun, menyampaikan bahwa ia merasa semakin terampil dan mampu menghadapi berbagai permasalahan. Ia menuturkan,

“Semakin ada permasalahan alhamdulillah selalu bisa diselesaikan.”

Narasumber ketiga juga menampilkan keyakinan tinggi terhadap kemampuannya, terutama dalam mengelola usaha laundry. Ia berkata,

“Ya harus yakin... karena bidang saya itu mungkin ya di laundry ini.”

Ia merasa kompetensinya bertambah seiring waktu, misalnya dalam teknis menyetrika yang ia pelajari dari keluarga. Hal serupa dijelaskan oleh Mbak Nurul yang mengakui bahwa ia tidak

menguasai semua aspek teknis, namun memiliki kemampuan kuat dalam pemasaran dan membangun relasi dengan klien. Ia menyatakan,

“Saya sebenarnya lebih ahli di penjualannya, di manajemen relasinya ke klien.”

Dari ketiga narasumber, terlihat bahwa kompetensi tidak semata-mata dibangun melalui pengetahuan formal, tetapi melalui pengalaman memecahkan masalah, memuaskan pelanggan, dan keberanian mengambil keputusan. Mereka juga memperlihatkan pola pengembangan diri yang progresif, mulai dari keyakinan diri, kemauan belajar, hingga kemampuan menghadapi situasi tak terduga.

Kemandirian

Tema kemandirian sangat kuat muncul pada seluruh narasumber, meskipun dalam bentuk dan tingkat yang berbeda. Bu Anny menggambarkan kemandiriannya melalui kebebasan menentukan cara kerja dan menjalankan usaha sesuai ritmenya sendiri. Ia mengatakan,

“Bebas mbak, karena kan usaha ini milik sendiri... bisa menentukan cara kerjanya.”

Mbak Nurul juga menunjukkan kemandirian dalam pengambilan keputusan, terutama dalam menentukan layanan dan standar kualitas. Ia mengatakan,

“Untuk keputusan menjual apa dan lainnya itu ya ada di saya.”

Narasumber ketiga memiliki pengalaman berbeda: meskipun ia merasa bertanggung jawab penuh atas usahanya, ia tetap perlu bernegosiasi dengan pelanggan dalam beberapa keputusan. Ia menyampaikan,

“Saya tetap konsultasi sama customer... kaya harga naik gitu tetep konsultasi.”

Namun, ia tetap memandang dirinya sebagai pihak yang memikul tanggung jawab utama atas keberhasilan dan kegagalan usaha, sebagaimana ia tegaskan,

“Ya saya sendiri... ya karena saya harus bertanggung jawab dengan usaha saya sendiri.”

Ketiga narasumber menunjukkan bahwa kemandirian dalam usaha tidak berarti bekerja tanpa bantuan siapa pun, tetapi berarti memiliki kontrol yang kuat terhadap arah usaha, keputusan utama, ritme kerja, dan tanggung jawab pribadi atas hasil yang dicapai.

Dampak Sosial

Tema dampak sosial memperlihatkan bagaimana usaha kecil yang dijalankan ketiga narasumber tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi keluarga, tetapi juga memberi pengaruh bagi lingkungan sekitar. Bu Anny menyampaikan bahwa usaha yang ia jalankan telah mampu berkembang hingga membuka cabang, sehingga menciptakan kesempatan kerja bagi orang lain. Mbak Nurul mencontohkan kontribusi sosial dalam bentuk yang lebih langsung, seperti membantu komunitas mendapatkan barang berkualitas dengan harga terjangkau, serta memberdayakan tetangga ketika ia menerima pesanan besar. Ia berkata,

“Pernah saya punya pesanan buah lima tumpah... saya mengajak tetangga membantu.”

Narasumber ketiga juga menunjukkan dampak sosial, meskipun dengan cara yang lebih sederhana. Ia mempekerjakan orang lain untuk membantu proses kerja ketika pesanan meningkat, dan mengakui bahwa hal tersebut memberikan kebahagiaan tersendiri baginya. Ia mengatakan,

“Insyaallah memberi dampak kepada orang lain... ya sangat bangga dan bahagia sekali.”

Melalui ketiga narasumber, tampak bahwa dampak sosial tidak harus selalu besar atau formal. Bentuknya bisa berupa membuka lapangan kerja baru, memberikan tambahan penghasilan kepada tetangga, atau memastikan produk yang diberikan bermanfaat bagi komunitas. Semua ini memperlihatkan bahwa usaha mikro dapat menjadi agen kecil dalam membangun keberdayaan sosial di tingkat lokal.

Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan subjek menunjukkan bahwa *psychological empowerment* pada komunitas perempuan pelaku usaha tercapai melalui tematisasi antara aspek identitas pedagang, kompetensi, kemandirian, dan dampak sosial.

Identitas Pedagang

Temuan pada penelitian menunjukkan bahwa identitas pedagang merupakan salah satu aspek yang penting dalam *psychological empowerment* pelaku usaha. Identitas ini tidak hanya sekedar label profesi, melainkan juga refleksi dari bagaimana perempuan dapat memposisikan dan memahami diri mereka sendiri dalam hal ekonomi maupun sosial. Namun, pembentukan identitas sebagai pengusaha tidak selalu berjalan sesuai dengan keinginan. Para perempuan pelaku pengusaha UMKM masih menghadapi stereotip sebagai perempuan penjual makanan dan ekspektasi sosial yang membatasi mereka (Hahury et al., 2025). Pada penelitian yang dilakukan oleh (Sari et al., 2021) menjelaskan bahwa UMKM dan kesetaraan gender di Indonesia menegaskan bahwa identitas perempuan sebagai pelaku usaha sering kali dinegosiasikan dengan peran domestik mereka. Tugas menjadi ibu rumah tangga dan sebagai pelaku usaha seringkali menjadi dinamika yang perlu dikelola dengan baik untuk mencapai *psychological empowerment* yang optimal. Selain itu pada penelitian (Hahury et al., 2025) menjelaskan bahwa pemberdayaan yang efektif tidak hanya meningkatkan pendapatan, namun juga membangun kepercayaan diri dan memperkuat peran sosial pada perempuan.

Kompetensi

Pada aspek kompetensi dalam *psychological empowerment* mencerminkan keyakinan perempuan pelaku usaha terhadap kemampuan mereka dalam menjalankan aktivitas bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kompetensi ini berkembang melalui pengalaman, pelatihan, dan pembelajaran. (Arianty et al., 2020) dalam penelitian yang dilakukannya tentang pengaruh *self-efficacy* terhadap kemandirian usaha UKM di Kecamatan Percut Seri Tuan menemukan bahwa keyakinan diri terhadap kemampuan bisnis menjadi faktor penting dalam keberhasilan usaha. *Self-efficacy* yang tinggi membantu pelaku usaha menghadapi tantangan dan mengambil keputusan dengan lebih baik.

Kemandirian

Kemandirian dalam *psychological empowerment* mencerminkan kemampuan perempuan pelaku usaha untuk membuat keputusan sendiri, mengendalikan usaha mereka, dan tidak bergantung sepenuhnya pada orang lain. (Wahyuni et al., 2024) menjelaskan dalam penelitiannya mengenai kemandirian ekonomi perempuan Suku Laut melalui home industri menemukan bahwa kemandirian ekonomi menjadi pintu masuk bagi perempuan untuk mengelola usaha berdasarkan potensi lokal.

Dampak Sosial

Pada dampak sosial *psychological empowerment* menunjukkan bahwa sektor UMKM tidak hanya meningkatkan pendapatan keluarga, tetapi juga memperkuat ketahanan ekonomi

lokal melalui kontribusi dalam produksi, inovasi, dan pengembangan usaha. (Nurliana et al., 2022) menunjukkan bahwa peran perempuan pedagang dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga menemukan bahwa keberhasilan usaha perempuan membawa dampak pada ekonomi dan kesejahteraan keluarga.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa psychological empowerment pada perempuan pelaku usaha berkembang melalui empat aspek utama, yaitu identitas sebagai pedagang, kompetensi, kemandirian, dan dampak sosial. Identitas usaha yang terbentuk melalui pengalaman hidup dan nilai personal memperkuat rasa percaya diri, sementara kompetensi tumbuh dari pengalaman memecahkan masalah dan pembelajaran sehari-hari. Kemandirian tercermin dari kemampuan mengambil keputusan dalam mengelola usaha, dan dampak sosial terlihat dari kontribusi usaha terhadap keluarga serta lingkungan sekitar. Proses ini menunjukkan bahwa pemberdayaan perempuan tidak hanya bergantung pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga pada penguatan aspek psikologis dan dukungan komunitas. Berdasarkan hasil tersebut, disarankan agar program pemberdayaan perempuan lebih menekankan penguatan aspek psikologis seperti rasa percaya diri dan kemampuan reflektif, di samping pelatihan teknis. Komunitas perlu terus difasilitasi sebagai ruang saling belajar dan mendukung. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah partisipan, sehingga penelitian selanjutnya diharapkan melibatkan lebih banyak subjek dan mempertimbangkan faktor sosial budaya untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai dinamika psychological empowerment.

DAFTAR REFERENSI

- Arianty, N., Julita, & Bahagia, R. (2020). Pengaruh self-efficacy dalam upaya meningkatkan kemandirian UKM di Kecamatan Percut Sei Tuan. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 20(2), 231–242. <https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.5697>
- Dalimunthe, R. F., & Lubis, A. N. (2020). Pengembangan usaha kecil makanan pada komunitas perempuan di Kecamatan Tanjung Morawa Kota Deli Serdang. 3, 1066–1072.
- Hahury, H. D., Nikijuluw, J. B., Tamtelahitu, J., Rumerung, D., & Oppier, H. (2025). Strategi pemberdayaan perempuan melalui UMKM berbasis ketersediaan potensi lokal di Desa Negeri Lama. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 1710–1719.
- Kahija, Y. La. (2017). *Penelitian fenomenologis: Jalan memahami hidup*. PT Kanisius.
- Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., Norman, S. M., Luthans, F., Avolio, B. J., & Norman, S. M. (2007). Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *DigitalCommons @ University of Nebraska - Lincoln*.

- Nurliana, Ramli, A., & Manda, D. (2022). Peran perempuan pedagang dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga di Desa Bua Kecamatan Tellulimpoe Kabupaten Sinjai. *5*(2), 345–354.
- Oladipo. (2009). Psychological empowerment and development. *Edo Journal of Counselling*, *2*(1), 119–126.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Touchstone Books/Simon & Schuster. <https://doi.org/10.1145/358916.361990>
- Putnam, R. D. (2002). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*, by Robert D. Putnam. *6*(2).
- Putri, A., Burhanuddin, B., & Etriya, E. (2025). Impact of social capital and entrepreneurial orientation on women entrepreneurs' business performance in Bogor. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.17358/ijbe.11.1.185>
- Rothman, L., & Vijlder, F. De. (2019). A systematic review on organizational empowerment. *International Journal of Organizational Analysis*, *27*(5), 1336–1361. <https://doi.org/10.1108/IJOA-02-2019-1657>
- Saputri, A. T. A., Muis, I., & Anwar, H. (2025). The contribution of psychological capital in improving work-family balance in female entrepreneurs. *Humanitas: Indonesian Psychological Journal*, 74–86. <https://doi.org/10.26555/humanitas.v22i1.934>
- Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, *26*, 243–263. <https://doi.org/10.5465/AMR.2001.4378020>
- Sari, A. L., Irwandi, Rochmansjah, H., Nurdiansyah, I., & Fanny, D. (2021). UMKM, kesetaraan gender, dan pemberdayaan perempuan di Indonesia. *Berdikari: Jurnal Ekonomi Dan Statistik Indonesia*, *1*(1), 22–32. <https://doi.org/10.11594/jesi.01.01.03>
- Satria, C., & Nofiansyah, D. (2021). Teknik penyusunan rencana usaha kecil menengah (UKM) komunitas perempuan kepala rumah tangga (PEKKA) Masjid Agung Palembang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(2).
- Spreitzer, G. M. (1995). Psychological empowerment in the workplace: Dimensions, measurement, and validation. *Academy of Management Journal*, *38*, 1442–1465. <https://doi.org/10.2307/256865>
- Tanoto, S. R., & Tahalele, N. P. L. P. (2024). Assessing the influence of information technology on female entrepreneur empowerment in Indonesia: The role of social and psychological capitals. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.17358/ijbe.10.3.581>
- Wahyuni, S., Samnuzulsari, T., & Igiyasi, T. S. (2024). Room of civil society development: Membangun kemandirian ekonomi perempuan suku laut melalui home industry berbasis sumber daya dan potensi lokal di Pulau Lipan Kabupaten Lingga. *3*(1), 21–29.
- Widiyanti, E., Pudjihardjo, P., & Saputra, P. M. A. (2018). Tackling poverty through women empowerment: The role of social capital in Indonesian women's cooperative. *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, *10*, 44–55. <https://doi.org/10.17977/um002v10i12018p044>
- Zimmerman, M. A. (1995). Psychological empowerment: Issues and illustrations. *23*(5), 581–599.