KAMPUS AKADEMIK PUBLISING
Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat (JAPM)
Vol.4, No.6 November 2026
e-ISSN: 3030-8631, p-ISSN : 3030-864X, Hal 581-594
DOI : https://doi.org/10.61722/japm.v4i6.13511

Efektivitas Pendampingan Berbasis Asesmen dalam Meningkatkan Kapasitas Usaha *Mompreneur*

Maghfirah Sari Azis[1*], Noor Hasana Hakim[1], Ahmad Fadhil Imran[1], Nurliana[1], Septiannisa Paramita[1]
[1]Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar, Makassar, Indonesia, 90222
*Penulis Korespondensi: maghfirahazis@unm.ac.id

Abstract. *Home-based women entrepreneurship continues to face managerial and digital capability constraints that limit the competitiveness of micro-enterprises. This study aims to evaluate the effectiveness of a needs-based mentoring program in improving the business capacity of mompreneurs in Makassar, Indonesia. A pre–post assessment design was applied to 12 mompreneurs from September to December 2025 using ten capacity indicators covering business planning, financial management, operations, and digital marketing. The findings reveal an increase in the average capacity score from 2.53 in the initial assessment to 3.83 in the final assessment. The most substantial improvements were observed in digital content consistency, financial record-keeping, and inventory management. These results indicate that mentoring designed based on initial needs assessment effectively strengthens managerial competencies and digital readiness among women micro-entrepreneurs. Therefore, structured and continuous mentoring can serve as a relevant strategy to enhance professionalism and sustainability among early-stage mompreneurs.*

Keywords: *Capacity Building; Mentoring Program; Mompreneur; Pre–Post Assessment; Women Micro-Entrepreneurs*

Abstrak. Kewirausahaan perempuan berbasis rumah tangga masih menghadapi keterbatasan kapasitas manajerial dan adaptasi digital yang berdampak pada rendahnya daya saing usaha mikro. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas program pendampingan berbasis asesmen dalam meningkatkan kapasitas usaha *mompreneur* di Kota Makassar. Penelitian menggunakan desain pre–post assessment terhadap 12 *mompreneur* selama September–Desember 2025 dengan sepuluh indikator kapasitas usaha yang mencakup perencanaan usaha, manajemen keuangan, operasional, dan pemasaran digital. Hasil menunjukkan adanya peningkatan rata-rata skor kapasitas usaha dari 2,53 pada asesmen awal menjadi 3,83 pada asesmen akhir. Peningkatan terbesar terjadi pada indikator konsistensi konten digital, pencatatan keuangan, dan manajemen stok. Temuan ini menunjukkan bahwa pendampingan berbasis asesmen kebutuhan efektif dalam memperkuat kapasitas manajerial dan kesiapan digital usaha mikro perempuan. Dengan demikian, model pendampingan terstruktur dan berkelanjutan dapat menjadi strategi yang relevan dalam meningkatkan profesionalisme dan keberlanjutan usaha *mompreneur*.

Kata kunci: Kapasitas Usaha; *Mompreneur*; Pendampingan; Pre–Post Assessment; Wirausaha Perempuan

1. LATAR BELAKANG

Kewirausahaan perempuan berkontribusi pada pembangunan ekonomi inklusif melalui usaha mikro berbasis rumah tangga. Fenomena *mompreneur* mencerminkan peran perempuan sebagai kontributor ekonomi keluarga sekaligus pelaku usaha produktif (Azwardi et al., 2022; Dzakiya et al., 2020). Fleksibilitas dalam mengintegrasikan peran domestik dan bisnis turut membuka peluang kemandirian ekonomi.

Naskah Masuk: 18 November 2026; Revisi: 19 November 2026; Diterima: 20 November 2026 ; Terbit: 25 November 2026

Namun, *mompreneur* menghadapi keterbatasan manajerial, terutama literasi keuangan, perencanaan berbasis data, dan pemisahan keuangan pribadi-usaha (Srimulyani & Rustiyaningsih, 2021; Isma et al., 2023). Perkembangan teknologi juga menuntut optimalisasi pemasaran melalui media sosial dan marketplace (Haris et al., 2025). Keterbatasan tersebut dapat menghambat perkembangan usaha dan mempertahankannya pada skala mikro yang rentan terhadap perubahan pasar.

Kondisi tersebut menegaskan perlunya pendampingan terintegrasi melalui asesmen awal, intervensi terstruktur, monitoring, dan evaluasi kuantitatif. Kebutuhan ini relevan di Kota Makassar, pusat pertumbuhan ekonomi kawasan timur Indonesia yang memiliki potensi UMKM perempuan, tetapi masih menghadapi tantangan pemasaran digital dan manajemen usaha (Haris et al., 2025; Azwardi et al., 2022).

Penelitian ini bertujuan menganalisis efektivitas pendampingan dalam meningkatkan kapasitas usaha *mompreneur* di Kota Makassar melalui pengukuran sebelum dan sesudah intervensi. Pendampingan berfokus pada manajemen usaha, pemasaran, dan literasi digital melalui sepuluh indikator kapasitas usaha.

2. KAJIAN TEORITIS

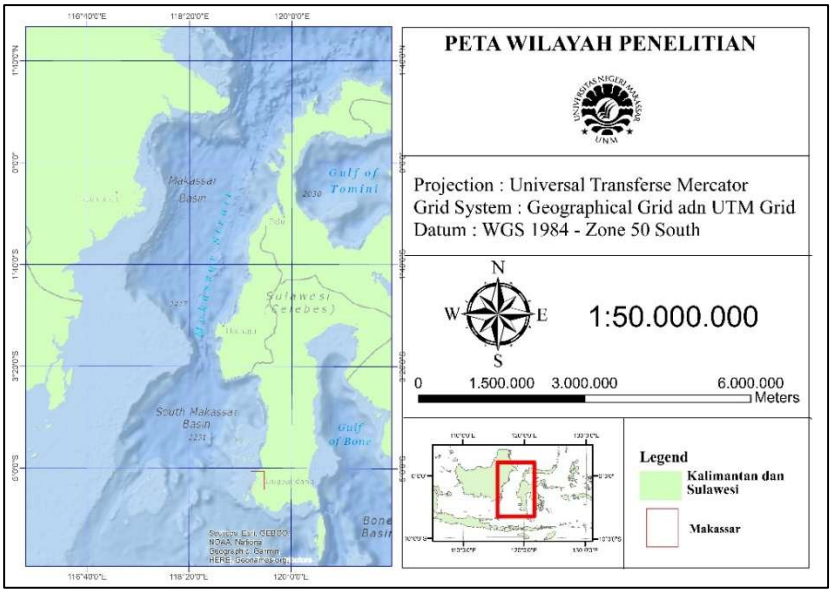
Literatur menunjukkan bahwa mentoring dapat meningkatkan kapasitas kewirausahaan perempuan. Pendampingan berkelanjutan memperkuat kepercayaan diri dan orientasi pertumbuhan (St-Jean & Jacquemin, 2022), serta kompetensi manajerial dan keberlanjutan usaha kecil (Ayodele et al., 2021; Bonanni et al., 2025). Selain aspek teknis, pendekatan ini juga mendukung resiliensi dan kepercayaan diri dalam pengambilan keputusan bisnis.

Namun, penelitian mentoring lebih banyak dilakukan di negara maju atau pada usaha kecil formal sehingga relevansinya bagi usaha mikro berbasis rumah tangga di negara berkembang masih perlu diuji (Iqbal & Ahmad, 2025; Kuran & Khabbaz, 2025). Program pemberdayaan perempuan juga cenderung berupa pelatihan jangka pendek tanpa evaluasi kuantitatif sebelum-sesudah, sehingga peningkatan kapasitas belum terukur objektif (Ginting et al., 2023). Integrasi penguatan manajemen dan literasi digital dalam pendampingan terstruktur juga masih terbatas, khususnya pada UMKM perempuan di tingkat lokal (Rohtih et al., 2024; Hasan, 2026).

3. METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif berbasis pendampingan (*mentoring-based community engagement*) dengan desain asesmen sebelum dan sesudah (*pre-test* dan *post-test*) untuk mengukur perubahan kapasitas usaha *mompreneur*. Pendekatan partisipatif dipilih karena efektif meningkatkan kompetensi kewirausahaan melalui keterlibatan aktif mitra dalam pembelajaran dan refleksi usaha. Model pendampingan berkelanjutan juga dinilai lebih adaptif terhadap karakteristik usaha mikro dibandingkan pelatihan satu arah yang bersifat temporer (Karo Karo et al., 2023; Rahmawati & Sari, 2022; Hidayat et al., 2021).

Program berlangsung selama September–Desember 2025 di Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Lokasi dipilih berdasarkan potensi usaha mikro rumah tangga dan meningkatnya partisipasi perempuan dalam kewirausahaan digital (Putri & Amalia, 2023; Yusuf et al., 2022). Peserta terdiri atas 12 *mompreneur* dari sektor kuliner (5), fashion (4), dan skincare (3), yang memiliki adopsi *digital marketing* tinggi tetapi masih menghadapi kendala manajerial dan keuangan (Pratama & Lestari, 2021). Kriteria peserta ialah memiliki usaha aktif minimal satu tahun, dikelola langsung oleh perempuan yang telah berkeluarga, dan bersedia mengikuti seluruh program. Kriteria ini mempertimbangkan peran ganda domestik-produktif *mompreneur* (Putri & Amalia, 2023). Lokasi kegiatan disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Peta Wilayah Pelaksanaan Program di Kota Makassar

Desain *before–after* digunakan untuk mengukur perubahan kapasitas sebelum dan sesudah pendampingan, sebagaimana diterapkan dalam evaluasi penguatan UMKM (Siregar et al., 2020; Widodo & Kartika, 2022). Pengukuran menggunakan skala Likert 1–5 untuk menilai kesiapan manajerial, pemasaran, dan digitalisasi.

Program dilaksanakan melalui lima tahap: persiapan, sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, dan keberlanjutan. Tahapan *capacity building* ini mencakup identifikasi kebutuhan hingga evaluasi (Hidayat et al., 2021; Siregar et al., 2020). Persiapan meliputi asesmen awal dan penyusunan modul; sosialisasi menyelaraskan pemahaman tentang urgensi *digital marketing* dan manajemen usaha; sedangkan pelatihan mencakup perencanaan, pencatatan keuangan, *branding*, optimalisasi media sosial, promosi digital, *marketplace*, dan pembayaran digital.

Teknologi dapat meningkatkan efisiensi dan jangkauan pasar usaha kecil (Widodo & Kartika, 2022; Pratama & Lestari, 2021). Penerapannya dilakukan melalui praktik dan pendampingan intensif agar kompetensi terinternalisasi. Tahap akhir mencakup asesmen akhir, refleksi, dan rekomendasi strategi lanjutan untuk menjaga peningkatan kapasitas (Karo Karo et al., 2023). Alur program disajikan pada Gambar 2



Gambar 2. Tahapan Pelaksanaan Program Pendampingan *Mompreneur* di Kota Makassar

Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan instrumen yang sama pada September 2025 (asesmen awal) dan Desember 2025 (asesmen akhir). Sepuluh indikator meliputi perencanaan usaha, pencatatan dan pemisahan keuangan, manajemen stok, *branding*, media sosial, strategi promosi, *marketplace*, pembayaran digital, dan konsistensi konten pemasaran, berdasarkan literatur penguatan UMKM digital (Pratama & Lestari, 2021; Widodo & Kartika, 2022).

Data dianalisis secara deskriptif kuantitatif melalui rata-rata setiap indikator sebelum dan sesudah program. Selisih skor digunakan untuk mengidentifikasi peningkatan kapasitas, sesuai evaluasi intervensi langsung (Siregar et al., 2020). Hasil disajikan dalam tabel komparatif dan grafik.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Mitra *Mompreneur*

Karakteristik mitra dipetakan untuk memahami profil usaha, pengalaman operasional, dan kondisi ekonomi awal sebagai dasar penyesuaian intervensi. Usaha mikro perempuan umumnya berada pada tahap pertumbuhan awal dengan struktur sederhana dan manajemen belum terdokumentasi formal (Srimulyani & Rustiyaningsih, 2021). Keterbatasan pencatatan, perencanaan, dan pemanfaatan teknologi juga menghambat pengembangan usaha (Harahap, 2025; Kuran & Khabbaz, 2025).

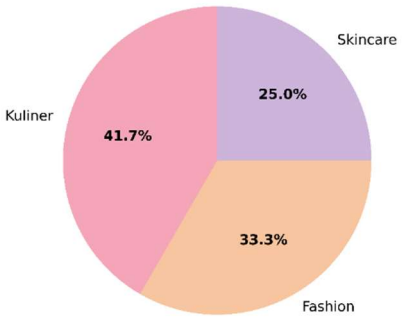
Peran ganda domestik dan bisnis memengaruhi fleksibilitas waktu. Kebutuhan tiap sektor juga berbeda: kuliner terkait produksi harian dan pasar lokal, sedangkan fashion dan skincare bergantung pada *branding*, diferensiasi produk, serta penetrasi *digital marketing* (Haris et al., 2025; Rohtih et al., 2024).

Berdasarkan identifikasi terhadap 12 *mompreneur* di Kota Makassar, karakteristik mitra disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Mitra *Mompreneur* di Kota Makassar (September 2025)

Sektor	Jumlah (n)	Persentase (%)	Rata-rata Lama Usaha (Tahun)	Rata-rata Omzet Awal (Rp)
Kuliner	5	41,7	2,00	3.040.000
Fashion	4	33,3	2,38	3.125.000
Skincare	3	25,0	1,50	3.100.000
Total/Rata-rata	12	100	2,00	3.083.333

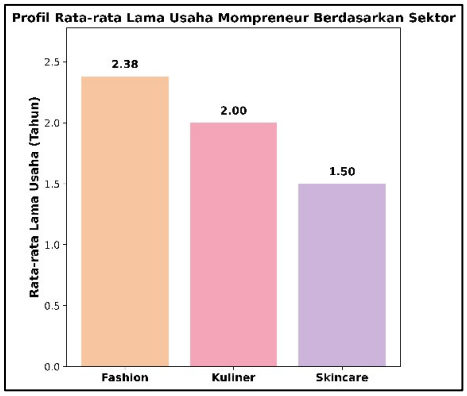
Tabel 1 menunjukkan bahwa sektor kuliner memiliki peserta terbanyak (41,7%), diikuti *fashion* (33,3%) dan *skincare* (25%). Komposisi tersebut menggambarkan karakteristik sampel program, bukan distribusi umum kewirausahaan perempuan di Kota Makassar. Distribusi sektor usaha ditampilkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Distribusi Sektor Usaha *Mompreneur* Peserta Program

Setiap sektor memerlukan fokus pendampingan berbeda karena efektivitas *mentoring* dipengaruhi kesesuaian intervensi dengan kebutuhan sektoral (St-Jean & Jacquemin, 2022; Bonanni et al., 2025).

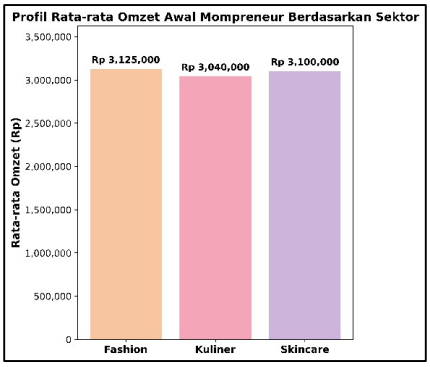
Lama usaha mencerminkan kematangan manajerial. Usaha berusia singkat umumnya masih mengeksplorasi model bisnis dan menstabilkan pasar (Iqbal & Ahmad, 2025). Rata-rata lama usaha per sektor ditampilkan pada Gambar 4..



Gambar 4. Rata-rata Lama Usaha *Mompreneur* Berdasarkan Sektor

Gambar 4 menunjukkan rata-rata lama usaha berkisar 1,50–2,38 tahun. Kondisi ini mengindikasikan bahwa sebagian besar mitra masih berada pada fase awal hingga menengah sehingga membutuhkan penguatan manajerial, perencanaan strategis, dan digitalisasi pemasaran.

Kondisi ekonomi awal dianalisis melalui rata-rata omzet bulanan sebagai baseline evaluasi dampak program (Hossain et al., 2025). Hasilnya disajikan pada Gambar 5.



Gambar 5. Rata-rata Omzet Awal *Mompreneur* Berdasarkan Sektor

Omzet awal seluruh sektor berkisar Rp3 juta per bulan dengan variasi kecil, menunjukkan kapasitas pasar yang masih terbatas. Karakteristik ini memperkuat kebutuhan pendampingan berkelanjutan untuk mengembangkan manajerial, kepercayaan diri, pengambilan keputusan, dan adaptasi digital (St-Jean & Jacquemin, 2022; Bonanni et al., 2025).

B. Hasil Asesmen Awal Kapasitas Usaha *Mompreneur*

Asesmen awal mengidentifikasi kesiapan manajerial dan digital sebelum pendampingan. Pengukuran *baseline capacity* penting karena memengaruhi efektivitas intervensi kewirausahaan (St-Jean & Jacquemin, 2022; Bonanni et al., 2025).

Instrumen mencakup sepuluh indikator perencanaan, keuangan, operasional, dan pemasaran digital berdasarkan literatur penguatan UMKM digital dan *capacity building* perempuan (Haris et al., 2025; Srimulyani & Rustiyaningsih, 2021). Skala 1–5 digunakan, dari kapasitas sangat rendah hingga sangat baik. Hasilnya disajikan pada Tabel 2.

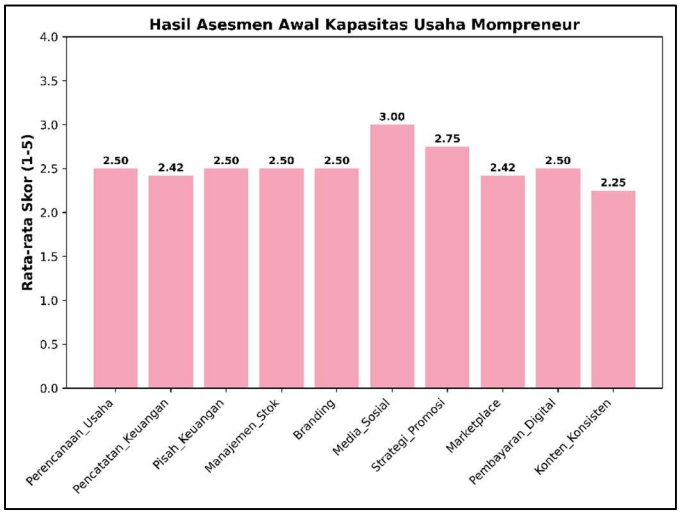
Tabel 2. Rata-rata Skor Asesmen Awal Kapasitas Usaha *Mompreneur*

No	Indikator	Rata-rata
1	Perencanaan usaha	2,50
2	Pencatatan keuangan	2,42
3	Pemisahan keuangan	2,50
4	Manajemen stok	2,50
5	Branding	2,50
6	Media sosial	3,00
7	Strategi promosi	2,75
8	Marketplace	2,42
9	Pembayaran digital	2,50
10	Konten promosi	2,25

Keterangan**:** Skala 1–5 (1 = sangat rendah, 5 = sangat baik)

Skor awal berada pada rentang 2,25–3,00, yang menunjukkan kapasitas rendah hingga sedang. Media sosial memperoleh skor tertinggi (3,00), menandakan mitra telah memiliki pengalaman dasar promosi digital. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa penggunaan media sosial merupakan tahap awal transformasi digital UMKM perempuan (Rohtih et al., 2024).

Konten promosi memperoleh skor terendah (2,25), sementara pencatatan keuangan dan *marketplace* masing-masing 2,42. Hasil ini menunjukkan keterbatasan kualitas konten, administrasi, dan perluasan pasar digital; kelemahan manajerial dan pencatatan juga menjadi hambatan usaha mikro perempuan (Harahap, 2025; Hossain et al., 2025). Skor awal ditampilkan pada Gambar 6.



Gambar 6. Skor Rata-rata Asesmen Awal Kapasitas Usaha *Mompreneur*

Gambar 6 menunjukkan tidak terdapat indikator dengan skor di atas 3,00. Kondisi ini menegaskan bahwa kapasitas usaha mitra belum mencapai kategori baik sehingga membutuhkan pelatihan terstruktur dan pendampingan berkelanjutan (Iqbal & Ahmad, 2025; St-Jean & Jacquemin, 2022). Hasil asesmen tersebut menjadi baseline untuk mengevaluasi efektivitas program.

C. Implementasi Pendampingan dan Penerapan Materi pada Mitra

Pendampingan menerapkan materi berdasarkan asesmen awal dan kebutuhan mitra, dengan fokus pada manajemen usaha, pemasaran digital, dan penataan operasional melalui pendekatan partisipatif.

Kegiatan dilakukan langsung di lokasi usaha agar rekomendasi sesuai kondisi mitra dan kendala teridentifikasi, termasuk penataan *display* produk, inkonsistensi promosi, dan keterbatasan ruang.

Pada usaha *fashion*, pendampingan mencakup evaluasi *branding*, penataan produk, konsistensi pemasaran digital, diferensiasi, dan segmentasi pasar (Gambar 7).



Gambar 7. Dokumentasi Pendampingan Evaluasi Branding dan Strategi Pemasaran Usaha *Fashion*

Penataan produk dan *visual merchandising* juga dioptimalkan untuk meningkatkan daya tarik konsumen, profesionalisme, dan pengalaman pelanggan.

Pada usaha kuliner, pendampingan berfokus pada standardisasi menu, strategi harga, dan promosi digital melalui evaluasi tampilan menu, identitas merek, serta integrasi pembayaran digital dan media sosial (Gambar 8).



Gambar 8. Dokumentasi Pendampingan Strategi Promosi dan Standardisasi Menu pada Usaha Kuliner

Pendampingan manajemen usaha berbasis rumah tangga juga memperhatikan pengelolaan waktu dan pembagian peran karena aktivitas usaha terintegrasi dengan ruang domestik (Gambar 9).



Gambar 9. Dokumentasi Pendampingan Usaha Berbasis Rumah Tangga

Peninjauan pencatatan dan evaluasi kapasitas dilakukan menggunakan lembar asesmen agar dampak rekomendasi dapat diukur secara kuantitatif (Gambar 10).



Gambar 10. Dokumentasi Proses Evaluasi dan Pengisian Instrumen Asesmen Kapasitas Usaha

Implementasi menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas tidak hanya bergantung pada penyampaian materi, tetapi juga interaksi, praktik langsung, dan adaptasi strategi sesuai karakteristik sektor. Integrasi teori dan praktik kontekstual menjadi dasar evaluasi berikutnya.

.

D. Evaluasi dan Dampak Program Pendampingan

Evaluasi membandingkan skor sepuluh indikator sebelum dan sesudah pendampingan pada September–Desember 2025 untuk mengidentifikasi perubahan kompetensi manajerial dan pemasaran digital serta menilai intervensi berbasis kebutuhan mitra.

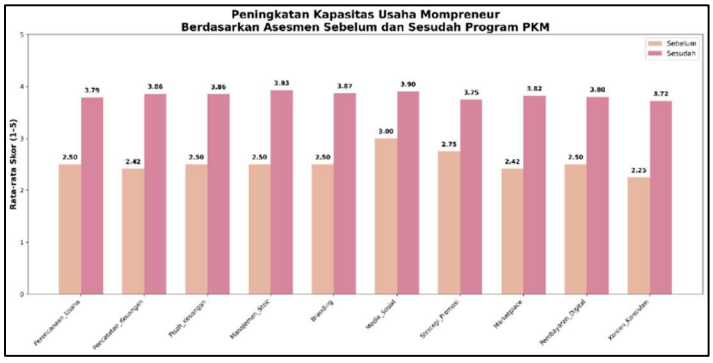
Seluruh indikator meningkat, terutama pada manajemen internal dan adaptasi digital. Rinciannya disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Perbandingan Skor Asesmen Kapasitas Usaha *Mompreneur* Sebelum dan Sesudah Program PKM

No	Indikator	Skor Awal	Skor Akhir	Peningkatan
1	Perencanaan Usaha	2.50	3.79	1.29
2	Pencatatan Keuangan	2.42	3.86	1.44
3	Pisah Keuangan	2.50	3.86	1.36
4	Manajemen Stok	2.50	3.93	1.43
5	Branding	2.50	3.87	1.37
6	Media Sosial	3.00	3.90	0.90
7	Strategi Promosi	2.75	3.75	1.00
8	Marketplace	2.42	3.82	1.40
9	Pembayaran Digital	2.50	3.80	1.30
10	Konten Konsisten	2.25	3.72	1.47

Rata-rata skor meningkat 1,30 poin, dari 2,53 menjadi 3,83. Kenaikan terbesar terdapat pada konsistensi konten digital (1,47), pencatatan keuangan (1,44), dan manajemen stok (1,43), menunjukkan perbaikan pada aspek operasional dan pemasaran digital.

Peningkatan media sosial paling rendah (0,90), karena sebagian mitra telah menggunakannya sebelum program. Perbandingan skor disajikan pada Gambar 11.



.

Gambar 11. Peningkatan Kapasitas Usaha *Mompreneur* Berdasarkan Asesmen Sebelum dan Sesudah Program PKM

Seluruh indikator meningkat tanpa stagnasi atau penurunan, yang menunjukkan perbaikan kesiapan manajerial dan digital *mompreneur* setelah pendampingan.

Mitra mulai memisahkan pencatatan keuangan rumah tangga dan usaha, mengelola stok secara sistematis, serta merencanakan promosi melalui konten digital. Perubahan ini mencerminkan pergeseran menuju manajemen usaha yang lebih profesional.

Dengan demikian, pendampingan berbasis asesmen dan kebutuhan mitra berpotensi memperkuat kapasitas usaha perempuan berbasis rumah tangga serta kesiapan adaptasi digital usaha mikro..

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Program pendampingan berbasis asesmen menunjukkan peningkatan kapasitas usaha *mompreneur* di Kota Makassar, dengan rata-rata skor meningkat dari 2,53 menjadi 3,83 pada sepuluh indikator yang diukur. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa pendampingan yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra berpotensi memperkuat kapasitas manajerial dan kesiapan digital usaha mikro perempuan. Namun, hasil penelitian ini perlu diinterpretasikan secara hati-hati mengingat jumlah peserta terbatas pada 12 *mompreneur* di satu wilayah dan evaluasi belum mencakup dampak jangka panjang terhadap pertumbuhan usaha. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan melibatkan partisipan yang lebih luas, menggunakan desain longitudinal, serta mengintegrasikan indikator kinerja finansial untuk mengevaluasi keberlanjutan dampak pendampingan secara lebih komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

Ayodele, T. O., Ekemode, B. G., & Kajimo-Shakantu, K. (2021). Bridging the gap in real estate enterprise: the impact of mentoring on entrepreneurial intentions of real estate students in Nigeria. *Property Management, 40*(4), 484–509. https://doi.org/10.1108/pm-02-2021-0015

Azwardi, A., Igamo, A. M., Sukanto, S., Pertiwi, R., & Bemby, B. (2022). EDUKASI PENGEMBANGAN EKONOMI KELUARGA BERBASIS *MOMPRENEUR* DI KOTA PALEMBANG. *Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat (JPPM), 3*(2), 54–58. https://doi.org/10.52060/jppm.v3i2.850

Bonanni, C., Stervinou, S., & Viglia, G. (2025). How mentoring could enable women entrepreneurs to cross the psychological Rubicon. *International Journal of*

Entrepreneurial Behaviour & Research, 32(2), 529–556. https://doi.org/10.1108/ijebr-05-2025-0674

Business Model Canvas bagi Usaha Kecil: Pelatihan dan Pendampingan pada PKK Desa dan Kelurahan. (2023). In *Jurnal Pengabdian ILUNG (Inovasi Lahan Basah Unggul)* (Vol. 2, Issue 3, pp. 564–575) [Journal-article]. https://doi.org/10.20527/ilung.v2i3

Dzakiya, N., 1, Fidelis Saka S.D.C, Rizki Eko Prasetyo, Dwi Cahyo Bawono, & Ahmad Ardianto. (2020). KAMPUNG *MOMPRENEUR*: PEMBINAAN DAN PEMBERDAYAAN ANGGOTA PKK PUTAT WETAN BERBASIS KEWIRAUSAAN. In *Prosiding Seminar Nasional Ke 6 LPPM UPN "Veteran" Yogyakarta* (pp. 123–126).

Ginting, N., Saragih, S. A., & Prayogi, M. A. (2023). Increasing the Economic Capacity of Fishing Communities produced by Malay Fisheries and Tanjak in Jaring Halus Village, Secanggang District, Langka Regency. I*nternational Journal of Community Service, 3(*1), 66–71. https://doi.org/10.51601/ijcs.v3i1.180

Harahap, C. (2025). *Pemberdayaan ibu rumah tangga melalui pelatihan manajemen usaha rumahan di Kecamatan Medan Tembung. Jurnal Pengabdian Masyarakat Inovasi, 4*(2), 76–83. https://doi.org/10.35126/jpmi.v4i2.887

Haris, A. T. E., Tahir, R., Haris, A. T. L. P. L., & Gunawan, M. T. (2025). Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah pada Era Digital di Kota Makassar. *Journal of Business Administration (JBA), 5*(1), 98–108. https://doi.org/10.31963/jba.v5i1.5479

Hasan, M. (2026). An integrative model of entrepreneurial technology literacy for women entrepreneurs: Qualitative insights from open innovation and experiential learning in emerging economies. *Journal of Open Innovation Technology Market and Complexity, 12*(1), 100744. https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2026.100744

Hossain, S. F. A., Rashed, M., Bari, T., Sushme, S. S., Akter, T., Islam, M. F., Wider, W., & Bhandari, P. (2025). The influence of hybrid leadership in sustainable women entrepreneurial performance. *Sustainable Futures, 9*, 100727. https://doi.org/10.1016/j.sftr.2025.100727

Iqbal, T., & Ahmad, S. (2025). Women entrepreneurs in emerging Saudi Arabia: exploring the impact of innovation, risk and perseverance. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy, 14*(2), 288–310. https://doi.org/10.1108/jepp-01-2024-0005

Isma, A., Azis, F., Alisyahbana, A. N. Q. A., Fakhri, M. M., Hasdiansa, I. W., & Hasbiah, S. (2023). *Pemberdayaan IRT berbasis mompreneurs melalui pembuatan abon ikan bandeng kemasan siap jual*. Jurnal Kreativa: Kemitraan Responsif untuk Aksi Inovatif dan Pengabdian Masyarakat, 1(1), 15–24.

Kuran, O., & Khabbaz, L. (2025). Women entrepreneurs in challenging contexts: the role of purpose and coping strategies in building resilience. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies, 18*(1), 151–185. https://doi.org/10.1108/jeee-09-2024-0388

Maharani, A., & Sumowo, S. (2019). Inovasi Kue Batik Jember sebagai upaya pengembangan industri ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal Jember. *CARADDE Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2*(2), 193–202. https://doi.org/10.31960/caradde.v2i2.312

Rohtih, W. A., Rahman, U., & Rochma, N. (2024). Digital Marketing assistance as a business development effort in the home industry in Kalidawir Tanggulangin Sidoarjo Village. *Amalee Indonesian Journal of Community Research and Engagement, 5*(2), 777–792. https://doi.org/10.37680/amalee.v5i2.5817

Srimulyani, V. A., & Rustiyaningsih, S. (2021). Pemetaan Usaha Mikro Kecil (UMK) Milik *Mompreneur* di Kabupaten Magetan, Jawa Timur. In Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya & Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, *Warta Abdimas* (Vols. 04–04, Issue 01).

St-Jean, E., & Jacquemin, A. (2022). Does mentoring reduce entrepreneurial doubt? A longitudinal gendered perspective. *International Journal of Gender and Entrepreneurship, 14*(3), 375–396. https://doi.org/10.1108/ijge-10-2021-0169