



Pemberdayaan Ekonomi melalui Pendidikan Kewirausahaan Digital Berbasis TiktokShop dikomunitas Perempuan Milenial Desa Clapar

Ihsan Prasetyo¹, Ahmad Mustafidin², Aliwan³
STAI Wali Sembilan, Indonesia

*ihsanprasetyo93@gmail.com ¹ rivafidin@gmail.com² aliwan@setiaws.ac.id³

Alamat: Jl. Kh. Thohir Nomer 3 Penggaron Kidul, Kecamatan Pedurungan, Kota
Semarang Jawa Tengah
Korespondensi penulis
ihsanprasetyo93@gmail.com

Abstract This study aims to analyze the economic empowerment of millennial women through TikTok Shop-based digital entrepreneurship education in the Clapar Village Women's Community. The research method uses a qualitative descriptive approach with interview, observation, and documentation techniques, as well as data analysis using the Miles & Huberman interactive model. The results show that TikTok Shop-based digital entrepreneurship education can improve digital literacy, marketing skills, content creativity, and entrepreneurial motivation of participants. The use of TikTok has a positive impact on market expansion, increased sales, and the formation of new business networks. In addition, this program strengthens community solidarity and the active role of women in village development. The success of the program is supported by a solid women's community, support from the village government, and the participants' enthusiasm for learning. However, challenges faced include limited internet access, low initial digital literacy, and minimal business capital. This study concludes that TikTok Shop is an effective strategy to empower millennial women in rural areas, increase family economic independence, and build a sustainable digital entrepreneurship ecosystem.

Keywords: women empowerment, digital entrepreneurship, digital literacy, TikTok Shop, rural economy

Abstrak Penelitian ini bertujuan menganalisis pemberdayaan ekonomi perempuan milenial melalui pendidikan kewirausahaan digital berbasis TikTok Shop di Komunitas Perempuan Desa Clapar. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta analisis data model interaktif Miles & Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan digital berbasis TikTok Shop mampu meningkatkan literasi digital, keterampilan pemasaran, kreativitas konten, serta motivasi berwirausaha peserta. Pemanfaatan TikTok berdampak positif terhadap perluasan pasar, peningkatan penjualan, dan terbentuknya jejaring usaha baru. Selain itu, program ini memperkuat solidaritas komunitas dan peran aktif perempuan dalam pembangunan desa. Keberhasilan program didukung oleh komunitas perempuan yang solid, dukungan pemerintah desa, dan semangat belajar peserta. Namun, tantangan yang dihadapi meliputi keterbatasan akses internet, rendahnya literasi digital awal, serta minimnya modal usaha. Penelitian ini menyimpulkan bahwa TikTok Shop merupakan strategi efektif untuk memberdayakan perempuan milenial pedesaan, meningkatkan kemandirian ekonomi keluarga, sekaligus membangun ekosistem kewirausahaan digital yang berkelanjutan.

Kata kunci: pemberdayaan perempuan, kewirausahaan digital, literasi digital, TikTok Shop, ekonomi desa.

1. LATAR BELAKANG

Pemberdayaan perempuan merupakan salah satu isu strategis dalam pembangunan masyarakat, khususnya dalam upaya menciptakan kesetaraan gender dan kemandirian ekonomi. Di era digital, perempuan memiliki peluang yang lebih luas untuk terlibat aktif dalam kegiatan ekonomi melalui berbagai platform kewirausahaan berbasis teknologi. Perempuan tidak lagi hanya berperan dalam sektor domestik, tetapi juga memiliki potensi besar sebagai pelaku ekonomi, terutama dalam ranah digital entrepreneurship (Kementerian PPPA, 2021).

Pendidikan kewirausahaan digital menjadi sarana penting dalam membekali perempuan dengan keterampilan praktis, seperti pengelolaan toko online, strategi pemasaran digital, branding produk, hingga literasi keuangan digital. Hal ini sejalan dengan pendapat Hisrich et al. (2008) yang menyatakan bahwa kewirausahaan adalah proses menciptakan sesuatu yang baru dengan nilai tambah melalui keberanian mengambil risiko dan berinovasi, termasuk dengan memanfaatkan teknologi informasi.

Komunitas perempuan milenial, khususnya di pedesaan, merupakan kelompok strategis yang memiliki semangat belajar tinggi serta kemampuan beradaptasi dengan teknologi digital. Namun, keterbatasan akses pendidikan dan informasi masih menjadi kendala dalam mengembangkan potensi ekonomi mereka (Fitriani, 2020). Oleh karena itu, diperlukan pendekatan pendidikan kewirausahaan digital yang berbasis komunitas agar dapat menjangkau perempuan secara langsung dan kontekstual sesuai kebutuhan lokal.

Desa Clapar, sebagai wilayah dengan potensi perempuan usia produktif yang cukup besar, memiliki peluang untuk mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif berbasis digital melalui program pemberdayaan yang tepat sasaran. Pemberdayaan ekonomi perempuan melalui pendidikan kewirausahaan digital di desa ini diharapkan mampu meningkatkan kemandirian ekonomi keluarga serta memperkuat kontribusi perempuan dalam pembangunan desa secara berkelanjutan.

Penelitian mengenai pemberdayaan perempuan melalui kewirausahaan digital sudah banyak dilakukan, namun sebagian besar masih berfokus pada platform e-commerce konvensional seperti Shopee, Tokopedia, atau marketplace lain (Yuliatiningtyas et al., 2023). Belum banyak penelitian yang secara khusus menyoroti pemanfaatan TikTok Shop sebagai sarana pemberdayaan ekonomi perempuan desa, terutama dalam konteks komunitas perempuan milenial. Selain itu, penelitian terdahulu lebih banyak menekankan pada aspek literasi digital secara umum (Fitriani, 2020). Dengan demikian, masih terdapat ruang penelitian yang perlu diisi, yaitu bagaimana pendidikan kewirausahaan digital berbasis afiliasi TikTok Shop dapat diimplementasikan secara efektif di desa dengan mempertimbangkan faktor pendukung dan penghambatnya.

Kebaharuan penelitian ini terletak pada pendekatan kewirausahaan digital berbasis TikTok Shop dalam pemberdayaan ekonomi perempuan milenial di Desa Clapar. Penelitian ini tidak hanya menganalisis peningkatan keterampilan digital perempuan, tetapi juga menekankan model pelatihan berbasis komunitas yang sesuai dengan kebutuhan lokal (Emmywati, 2024).

Keunikan lainnya adalah penekanan pada afiliasi TikTok Shop, yang relatif baru digunakan dalam program pemberdayaan ekonomi desa (Puspitasari et al., 2023), sehingga memberikan kontribusi baru dalam kajian kewirausahaan digital. Selain itu, penelitian ini menyajikan identifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam implementasi program, yang dapat menjadi rujukan praktis bagi pemerintah desa, lembaga pendidikan, dan komunitas lokal dalam merancang strategi pemberdayaan yang lebih efektif dan berkelanjutan (Darmadali, 2025).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana platform digital dapat memberdayakan perempuan, mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung maupun menghambat keberhasilan perempuan sebagai pelaku usaha digital, serta memberikan rekomendasi strategis bagi kebijakan dan program pemberdayaan perempuan berbasis teknologi.

2. KAJIAN TEORITIS

Pelatihan digital marketing bagi perempuan desa secara signifikan meningkatkan literasi digital dan kapasitas bisnis mereka, serta memperluas akses pasar melalui platform e-commerce (Yuliatiningtyas et al., 2023). Hal ini

menunjukkan pentingnya integrasi teknologi dalam pemberdayaan ekonomi berbasis lokal.

Materi pelatihan mencakup strategi pemasaran digital, penggunaan media sosial untuk bisnis, pengelolaan toko online, serta pemanfaatan teknologi finansial. Dalam konteks kekinian, platform seperti TikTok Shop menjadi salah satu media penting dalam pelatihan kewirausahaan digital karena memberikan akses langsung kepada konsumen melalui konten visual yang interaktif dan algoritma yang mendukung perluasan jangkauan pasar. TikTok Shop tidak hanya menjadi etalase digital, tetapi juga membuka peluang monetisasi melalui live shopping dan konten kreatif yang relevan dengan target audiens.

Studi yang dilakukan Puspitasari et al. (2023) menegaskan bahwa perempuan yang mengikuti pelatihan digital marketing menunjukkan peningkatan dalam pemahaman teknik promosi dan penjualan daring, serta lebih aktif terlibat dalam kegiatan ekonomi produktif. Selain itu, mereka mampu membentuk jaringan usaha yang lebih luas melalui komunitas digital yang mendukung pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan, termasuk melalui pemanfaatan platform seperti TikTok Shop yang kini banyak diadopsi oleh pelaku UMKM perempuan.

Cahayati et al. (2024) mencatat bahwa perempuan pelaku usaha menunjukkan kecenderungan mengadopsi digitalisasi, masih terdapat kesenjangan akses terhadap kredit dan pelatihan teknologi. Oleh karena itu, komunitas perempuan menjadi sarana strategis untuk mengatasi hambatan tersebut dan mendukung transformasi digital secara kolektif.

Emmywati (2024) menyatakan bahwa pendidikan dan pelatihan berbasis kebutuhan komunitas, didukung oleh akses teknologi dan dukungan kebijakan, mampu menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang berkelanjutan bagi perempuan desa. Sementara itu, pendekatan berbasis komunitas yang memadukan moderasi beragama dengan nilai kewirausahaan digital terbukti efektif dalam memperkuat kohesi sosial dan keberdayaan ekonomi perempuan (Darmadali, 2025)

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggambarkan secara mendalam bagaimana proses pemberdayaan ekonomi perempuan melalui pendidikan kewirausahaan digital dilakukan dalam komunitas perempuan milenial di Desa Clapar. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami secara kontekstual realitas sosial yang dialami oleh para perempuan dalam komunitas tersebut (Az-Zahrah, 2023). Metode kualitatif dianggap tepat karena berorientasi pada proses, makna, dan pemahaman terhadap fenomena yang kompleks, bukan sekadar pada kuantifikasi data (Bogdan & Biklen, 2006).

Penelitian dilaksanakan selama tiga bulan, yaitu dari Mei hingga Juli 2025, berlokasi di Desa Clapar, sebuah desa yang memiliki komunitas aktif perempuan milenial pelaku usaha mikro. Subjek penelitian dipilih secara purposive (purposive sampling), dengan kriteria: (1) perempuan milenial yang menjadi anggota komunitas, (2) aktif mengikuti pelatihan kewirausahaan digital, dan (3) menjalankan usaha berbasis teknologi atau media digital. Selain itu, peneliti juga mewawancarai fasilitator pelatihan dan tokoh masyarakat sebagai triangulasi sumber (Creswell & Creswell, 2018).

Teknik pengumpulan data menggunakan triangulasi metode, yaitu melalui: (1) wawancara mendalam (in-depth interviews) untuk menggali pengalaman, persepsi, dan motivasi perempuan peserta program; (2) observasi partisipatif untuk melihat langsung proses kegiatan pelatihan dan aktivitas usaha berbasis digital yang dijalankan oleh peserta; serta (3) dokumentasi, seperti modul pelatihan, brosur kegiatan, serta foto dan video pelatihan (Yuliatiningtyas et al., 2023). Kombinasi ketiga teknik ini bertujuan untuk memperkuat validitas dan kedalaman data.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan model interaktif dari Miles dan Huberman yang mencakup tiga tahap utama: (1) reduksi data, yaitu proses pemilahan dan penyederhanaan data mentah; (2) penyajian data dalam bentuk naratif dan matriks untuk mempermudah identifikasi pola-pola temuan; serta (3) penarikan kesimpulan dan verifikasi yang dilakukan secara terus-menerus selama proses penelitian berlangsung (Miles & Huberman, 2019). Guna memastikan

keabsahan data (trustworthiness), penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode, serta member check dengan cara mengonfirmasi hasil wawancara dan interpretasi peneliti kepada para narasumber untuk memverifikasi akurasi data (Darmadali, 2025). Selain itu, peneliti juga mencatat secara rinci proses pengumpulan dan analisis data melalui catatan lapangan dan jurnal reflektif untuk menjaga transparansi penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Implementasi pendidikan kewirausahaan digital berbasis Afiliasi TiktokShop

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi pendidikan kewirausahaan digital berbasis TikTok Shop di Komunitas Perempuan Milenial Desa Clapar berlangsung secara sistematis dan bertahap. Tujuan utama dari pelatihan ini adalah untuk meningkatkan kapasitas ekonomi keluarga, terutama bagi ibu rumah tangga yang sebelumnya memiliki akses terbatas terhadap aktivitas ekonomi modern. Seorang fasilitator menegaskan bahwa tujuan utama dari pelatihan kewirausahaan digital ini adalah untuk meningkatkan kapasitas ekonomi terutama ibu rumah tangga agar lebih mandiri dan mampu mengembangkan usaha berbasis digital (Wawancara, 30 Agustus 2025).

Pemilihan TikTok Shop sebagai platform utama dalam pelatihan menjadi langkah strategis karena aplikasi ini tidak hanya populer di kalangan masyarakat umum, tetapi juga menawarkan fitur yang memudahkan pelaku usaha pemula dalam melakukan pemasaran produk. TikTok memiliki algoritma yang mendukung penyebaran konten secara luas, sehingga produk yang dipasarkan dapat menjangkau konsumen lebih banyak tanpa biaya promosi yang tinggi. Seorang fasilitator menegaskan bahwa TikTok Shop dipilih karena sangat mudah diakses, sedang ngetren, dan follower lebih banyak dibanding platform lain (Wawancara, 30 Agustus 2025).

Proses pelatihan sendiri dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah pengenalan dasar-dasar e-commerce, termasuk cara membuka toko online, memahami konsep branding, dan pentingnya literasi digital. Tahap kedua

berupa praktik langsung, yaitu memperkenalkan produk dengan konten video sederhana yang sesuai dengan tren TikTok. Pada tahap ini, peserta dilatih membuat konten kreatif yang tidak hanya menarik, tetapi juga mampu membangun interaksi dengan calon konsumen. Tahap ketiga adalah praktik transaksi, yaitu bagaimana peserta melakukan proses jual-beli secara online, mengelola pesanan, serta menjaga komunikasi dengan pembeli.

Dari hasil observasi, ditemukan adanya perubahan perilaku yang cukup signifikan pada peserta setelah mengikuti pelatihan. Mereka yang sebelumnya tidak memahami cara kerja aplikasi TikTok kini mampu mengoperasikan fitur-fitur utama seperti live streaming, unggahan konten produk, hingga penggunaan TikTok Shop untuk transaksi jual beli. Seorang fasilitator menuturkan bahwa banyak sekali perubahan dari segi pengetahuan menjual secara online setelah peserta mengikuti pelatihan (Wawancara, 30 Agustus 2025). Perubahan ini juga dirasakan langsung oleh peserta. Salah seorang peserta menyampaikan bahwa dengan TikTok, mereka bisa saling bersinergi dengan online shop lain, menjalin silaturahmi, dan menambah pemasukan keluarga (Wawancara, Ibu A, 27 Agustus 2025).

Selain aspek keterampilan teknis, implementasi program juga memperkuat solidaritas komunitas. Komunitas perempuan milenial Desa Clapar tidak hanya menjadi tempat belajar, tetapi juga menjadi ruang berbagi pengalaman, motivasi, dan strategi bisnis. Seorang peserta menuturkan bahwa komunitas membantu memberikan informasi tentang mitra usaha dan distributor, sehingga mereka tidak berjalan sendiri (Wawancara, Ibu R, 26 Agustus 2025).

Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya berorientasi pada peningkatan kapasitas individu, tetapi juga memperkuat ikatan sosial yang sangat penting dalam keberhasilan sebuah usaha. Hal ini sejalan dengan teori modal sosial Putnam (2000) yang menekankan pentingnya jaringan sosial dalam memperkuat partisipasi ekonomi. Dapat disimpulkan bahwa implementasi pendidikan kewirausahaan digital berbasis TikTok Shop di Desa Clapar telah memberikan dampak positif dalam peningkatan literasi digital, keterampilan pemasaran, motivasi berwirausaha, dan penguatan solidaritas komunitas. Program ini tidak hanya

meningkatkan kesejahteraan keluarga peserta, tetapi juga membuka peluang bagi terbentuknya ekosistem usaha baru di desa.

2. Faktor pendukung dan penghambat Implementasi pendidikan kewirausahaan digital berbasis Afiliasi Tiktokshop

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa keberhasilan program pemberdayaan ekonomi melalui pendidikan kewirausahaan digital berbasis TikTok tidak lepas dari adanya faktor pendukung yang kuat. Pertama, dukungan komunitas menjadi fondasi utama dalam mendukung keberlanjutan program. Komunitas perempuan Desa Clapar berperan sebagai wadah berbagi informasi mengenai peluang usaha, mitra bisnis, hingga distributor produk. Dengan adanya komunitas, peserta merasa tidak sendirian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan program pemberdayaan ekonomi melalui pendidikan kewirausahaan digital berbasis TikTok tidak lepas dari adanya faktor pendukung yang kuat.

Dukungan komunitas menjadi fondasi utama dalam mendukung keberlanjutan program. Komunitas perempuan Desa Clapar berperan sebagai wadah berbagi informasi mengenai peluang usaha, mitra bisnis, hingga distributor produk. Dengan adanya komunitas, peserta merasa tidak sendirian dalam menjalankan usaha, melainkan memiliki jaringan sosial yang siap memberikan dukungan moral dan material (Wawancara, Ibu R, 26 Agustus 2025). Hal ini sejalan dengan teori modal sosial (social capital), yang menekankan pentingnya jaringan sosial, norma, dan kepercayaan dalam memfasilitasi koordinasi dan kerjasama untuk keuntungan bersama (Gannon, 2020). Modal sosial yang kuat meningkatkan efektivitas program pemberdayaan melalui peningkatan kepercayaan dan kolaborasi antar anggota komunitas.

Secara keseluruhan, faktor pendukung berupa dukungan komunitas, pemerintah desa, dan semangat belajar peserta mampu menutupi berbagai keterbatasan yang ada. Sedangkan faktor penghambat seperti keterbatasan akses internet, rendahnya literasi digital, dan keterbatasan modal usaha tetap menjadi tantangan yang perlu diatasi melalui dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak, sejalan dengan prinsip pemberdayaan perempuan dan pengembangan ekonomi lokal berbasis digital. Sendirian dalam menjalankan usaha, melainkan memiliki

jaringan sosial yang siap memberikan dukungan moral dan material (Wawancara, Ibu R, 26 Agustus 2025).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini membuktikan bahwa pendidikan kewirausahaan digital berbasis TikTok Shop mampu menjadi sarana efektif dalam memberdayakan perempuan milenial di Desa Clapar. Program pelatihan yang dijalankan tidak hanya meningkatkan literasi digital, keterampilan pemasaran, dan motivasi berwirausaha, tetapi juga mendorong transformasi peran perempuan dari konsumen menjadi produsen sekaligus pelaku usaha digital. Dampak positifnya terlihat dari meningkatnya pendapatan keluarga, terbentuknya jaringan usaha baru, serta bertambahnya partisipasi perempuan dalam pembangunan ekonomi desa. Keberhasilan program tidak terlepas dari dukungan komunitas perempuan yang solid, peran pemerintah desa, serta semangat belajar peserta yang tinggi. Kendati demikian, keterbatasan akses internet, rendahnya literasi digital awal, dan minimnya modal usaha masih menjadi tantangan yang perlu perhatian serius. Oleh karena itu, dibutuhkan pendampingan berkelanjutan, dukungan infrastruktur digital, serta kolaborasi dengan lembaga pendidikan dan pemerintah agar program pemberdayaan ini dapat berjalan optimal, berkesinambungan, dan menjadi model pemberdayaan ekonomi perempuan desa di era digital

DAFTAR PUSTAKA

- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (2006). *Qualitative research for education: An introduction to theories and methods*. Pearson Education.
- Cahayati, N., Rahayu, S., & Pramudita, D. (2024). Digitalisasi usaha mikro perempuan: Tantangan dan peluang di era ekonomi kreatif. *Jurnal Ekonomi Digital dan UMKM*, 5(1), 55–70. <https://doi.org/xxxx>
- Creswell, J. W. (1994). *Research design: Qualitative and quantitative approaches*. SAGE Publications.
- Darmadali, A. (2025). Moderasi beragama dalam kewirausahaan digital berbasis komunitas perempuan. *Jurnal Sosial Humaniora*, 12(1), 77–91. <https://doi.org/xxxx>

- Emmywati, L. (2024). Pemberdayaan perempuan desa melalui pendidikan dan ekosistem ekonomi kreatif. *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 6(2), 101–115. <https://doi.org/xxxx>
- Fitriani, R. (2020). Literasi digital perempuan pedesaan: Tantangan dan strategi. *Jurnal Ilmu Sosial*, 9(2), 120–135. <https://doi.org/xxxx>
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2008). *Entrepreneurship* (7th ed.). McGraw-Hill.
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia. (2021). *Laporan tahunan pemberdayaan perempuan dan kesetaraan gender*. Kementerian PPPA RI.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2019). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Moser, C. O. N. (2012). *Gender planning and development: Theory, practice and training*. Routledge.
- Puspitasari, D., Rahmawati, L., & Andini, M. (2023). Pelatihan digital marketing bagi perempuan UMKM: Studi kasus pemanfaatan TikTok Shop. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(2), 144–160. <https://doi.org/xxxx>
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.
- Yuliatiningtyas, E., Kurniawati, H., & Wibowo, S. (2023). Efektivitas pelatihan digital marketing bagi perempuan desa: Peningkatan literasi digital dan akses pasar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 88–100. <https://doi.org/xxxx>
- Az-Zahrah, N. (2023). Pendekatan penelitian kualitatif dalam studi pemberdayaan masyarakat. *Jurnal Metodologi Penelitian Sosial*, 2(1), 33–47. <https://doi.org/xxxx>