

ANALISIS POTENSI PEMBENTUKAN WOMEN PRENEUR COMMUNITY (WPC) DALAM RANGKA PENGEMBANGAN PRODUK EKONOMI KREATIF DAN INOVATIF BERBASIS DIGITAL: STUDI PADA MAHASISWI UNIVERSITAS SAMAWA

ANALYSIS OF THE POTENTIAL FORMATION OF WOMEN PRENEUR COMMUNITY (WPC) IN THE FRAMEWORK OF DEVELOPING DIGITAL-BASED CREATIVE AND INNOVATIVE ECONOMIC PRODUCTS: A STUDY OF UNIVERSITAS SAMAWA STUDENTS

Asmini^{1*}, Ismawati², Yuliana³, Ardin Umar⁴

Universitas Samawa, Indonesia^{1,2}, Universitas Pasifik Morotai, Indonesia^{3,4}

*Email Correspondence: asminifem@gmail.com

Abstract

This study analyzes the potential formation of a Women Preneur Community (WPC) to develop creative and innovative digital-based economic products among female students at Samawa University, Sumbawa, using a Human Resource Management (HRM) approach. The focus identifies competencies, intrinsic motivation, and manageable internal supporting-inhibiting factors to strategically drive creative economy product development. A descriptive qualitative approach was employed. Primary data were gathered through in-depth interviews with 10 entrepreneurship-interested female students, Focus Group Discussions (FGD) involving 2 entrepreneurship lecturer representatives, and observations of business talents. Data analysis applied the interactive model of Miles and Huberman. Findings reveal that Samawa University female students possess substantial potential as innovative creative women preneurs, supported by high digital adaptability and strong intrinsic motivation. University backing aligns with the Tri Dharma of Higher Education. WPC formation, structured around HRM functions—planning, talent training and development, performance management, and rewards—offers an effective strategy to address potential management gaps and establish a structured, sustainable development platform. The study's novelty lies in applying an HRM perspective to empower campus women preneurs, rarely explored in depth, enabling actualization of tangible digital-visioned creative economy products.

Keywords: Women Preneur, Community, Creative Economy, Digital, Female Students.

Abstrak

Penelitian ini menganalisis potensi pembentukan Women Preneur Community (WPC) untuk mengembangkan produk ekonomi kreatif dan inovatif berbasis digital di kalangan mahasiswa Universitas Samawa, Sumbawa, dengan pendekatan Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM). Fokus utama mencakup identifikasi kompetensi, motivasi intrinsik, serta faktor pendukung-penghambat internal yang dapat dikelola secara strategis. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan 10 mahasiswa berminat wirausaha, Focus Group Discussion (FGD) melibatkan 2 perwakilan dosen kewirausahaan, serta observasi bakat usaha. Analisis data mengaplikasikan model interaktif Miles dan Huberman. Temuan menunjukkan mahasiswa Universitas Samawa memiliki potensi besar sebagai women preneur kreatif inovatif, didukung adaptasi digital tinggi dan motivasi intrinsik kuat. Universitas mendukung sebagai wujud Tri Dharma Perguruan Tinggi. Pembentukan WPC berbasis fungsi MSDM—perencanaan, pelatihan pengembangan talenta, manajemen kinerja, dan reward—menjadi strategi tepat mengatasi gap pengelolaan potensi, menciptakan platform pengembangan terstruktur berkelanjutan. Keterbaruan penelitian terletak pada perspektif MSDM dalam pemberdayaan women preneur kampus, jarang dikaji mendalam, untuk mengaktualisasikan produk ekonomi kreatif berwawasan digital nyata.

Kata kunci: Women Preneur, Community, Ekonomi Kreatif, Digital, Mahasiswa.

PENDAHULUAN

Era ekonomi digital yang berkembang pesat telah mentransformasi lanskap ekonomi tradisional melalui peningkatan efisiensi operasional dan munculnya model bisnis inovatif. Transformasi ini mengubah pola konsumsi masyarakat, mulai dari belanja online hingga transaksi keuangan digital, sekaligus menciptakan peluang sekaligus tantangan baru bagi para wirausahawan, khususnya women entrepreneur. Di Indonesia, pemberdayaan ekonomi perempuan menjadi prioritas strategis, dengan Woman Preneur Community (WPC) sebagai wadah utama yang menyediakan pendampingan strategi bisnis, pelatihan pemasaran, literasi keuangan, pengembangan jaringan, serta dukungan moral melalui berbagi pengalaman. Komunitas semacam ini tidak hanya membuka akses pasar baru melalui program dan acara kolaboratif, tetapi juga memperkuat kepercayaan diri perempuan sebagai pemimpin bisnis. Analisis kemampuan kewirausahaan perempuan dalam komunitas memerlukan pertimbangan faktor sosial-budaya yang memengaruhi peluang sukses mereka, sebagaimana diungkap Bullough et al. (2015). Keterkaitan peran gender, dimensi budaya, dan lingkungan kewirausahaan membentuk dinamika women entrepreneurship.

Beberapa contoh WPC sukses di Indonesia meliputi PPUMI (Pemberdayaan Perempuan UMKM Indonesia) yang meningkatkan kapasitas digital UMKM; IPEMI (Ikatan Pengusaha Muslimah Indonesia) yang membangun komunikasi dan dukungan; Women Founders Indonesia yang memberdayakan pengusaha perempuan; Program Pro Women Rumah Energi di Lombok untuk inkubasi UKM wanita; Komunitas Pengusaha Perempuan Depok (KPD) melalui bazar UMKM; serta Wanita Wirausaha Femina (WANWIRFEMINA) yang berbagi ilmu bisnis kuliner. Sejak awal 2000-an, perempuan wirausaha diakui sebagai sumber utama inovasi dan pertumbuhan ekonomi (Rosca et al., 2020). Dalam kewirausahaan sosial, perempuan justru unggul dalam kepemimpinan. WPC diharapkan menjadi inkubator produk ekonomi kreatif berbasis digital, seperti aplikasi transportasi (Gojek, Grab), e-wallet (OVO, DANA), e-commerce (Tokopedia, Shopee), game mobile, streaming (Netflix, Spotify, YouTube), platform edukasi (Ruangguru), konten video (YouTuber, TikToker), podcast, musik digital, desain grafis, digital marketing, pengembangan website, fotografi digital, dropshipping, dan affiliate marketing. Produk-produk ini memanfaatkan internet untuk menciptakan nilai ekonomi, lapangan kerja, dan akses pasar global.

Penelitian internasional di Amerika Serikat, Jerman, Spanyol, Turki, Jepang, Korea Selatan, dan Malaysia menegaskan inovasi sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi, lapangan kerja, dan daya saing global (Aidhi et al., 2023). Inovasi dicapai melalui desain produk baru, peningkatan kualitas, pemasaran efektif, dan harga kompetitif (Rahmania et al., 2024). Di Indonesia, ekonomi kreatif digital berkontribusi signifikan terhadap PDB nasional (Kemenparekraf, 2023). Mahasiswi sebagai digital native memiliki potensi strategis menjadi women entrepreneur andal, sejalan dengan visi pemberdayaan perempuan (Suryani et al., 2022). Namun, potensi ini sering tidak terealisasi optimal. Banyak mahasiswi gagal mentransformasi ide kreatif menjadi usaha berkelanjutan akibat kurangnya pengalaman manajerial, strategi pemasaran digital, akses modal, dan support system terstruktur (Darmawan, 2021). Dari perspektif Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM), ini

mencerminkan gap dalam talent management, di mana MSDM relevan untuk perencanaan, pengembangan, motivasi, dan pemberdayaan SDM kewirausahaan (Mathis et al., 2021).

Universitas Samawa (UNSA) Sumbawa Besar memiliki 1.610 mahasiswi aktif dan 12.889 lulusan dengan kreativitas tinggi di bidang kuliner, fashion, dan jasa digital. Meski demikian, minat wirausaha mereka bersifat individu dan sporadis, terhambat oleh kurangnya pembinaan terintegrasi seperti pelatihan MSDM, mentoring, dan sistem reward. Lingkungan kampus seharusnya menjadi inkubator ideal, tetapi struktur pengembangan kewirausahaan belum optimal. Oleh karena itu, sejauh mana potensi kompetensi dan motivasi intrinsik mahasiswi UNSA sebagai calon women preneur kreatif digital? Faktor pendukung-penghambat internal apa yang dapat dikelola melalui pendekatan MSDM? Bagaimana rancangan WPC berbasis fungsi MSDM (perencanaan, pelatihan, manajemen kinerja, reward) untuk platform pengembangan berkelanjutan? Penelitian ini bertujuan menganalisis potensi pembentukan WPC untuk pengembangan produk ekonomi kreatif inovatif berbasis digital pada mahasiswi UNSA melalui pendekatan MSDM, dengan fokus identifikasi kompetensi, motivasi, faktor internal, serta strategi pengelolaan.

Studi ini menawarkan perspektif MSDM dalam pemberdayaan women preneur perguruan tinggi, dengan WPC sebagai strategi pengelolaan talenta kewirausahaan mahasiswi—topik jarang dikaji mendalam. Temuan mendukung aktualisasi Tri Dharma Perguruan Tinggi melalui produk ekonomi kreatif berwawasan digital nyata. Pembentukan WPC di UNSA dipandang potensial sebagai wadah pengembangan talenta, pengetahuan manajerial, dan reward system. Komunitas ini bukan sekadar perkumpulan, melainkan organisasi yang memerlukan pengelolaan MSDM efektif untuk mengidentifikasi, mengembangkan, dan memotivasi potensi SDM mahasiswi dalam menciptakan produk ekonomi kreatif digital inovatif.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Kewirausahaan

Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) menjadi fondasi strategis dalam pengembangan kewirausahaan, khususnya melalui fungsi-fungsi inti yang diadaptasi untuk konteks komunitas non-formal. Fungsi perencanaan SDM mencakup identifikasi kompetensi esensial seperti literasi digital, pemasaran online, dan financial literacy untuk usaha kreatif. Rekrutmen dan seleksi menargetkan mahasiswi berpotensi melalui competency mapping, sementara pengembangan dilakukan via pelatihan berjenjang—hard skill (SEO, desain grafis, e-commerce) dan soft skill (kepemimpinan, negosiasi). Manajemen kinerja memantau progres melalui review berkala, didukung sistem reward seperti insentif atau akses pasar untuk memelihara motivasi intrinsik (Armstrong et al., 2020). Pendekatan ini mentransformasi potensi individu menjadi output komunitas berkelanjutan.

Women Entrepreneur dan Ekonomi Kreatif Digital

Women entrepreneur didefinisikan sebagai perempuan inovatif yang berani mengambil risiko untuk membangun bisnis (Brush et al., 2018). Di era digital, mereka mengandalkan platform e-commerce, media sosial, dan AI sebagai pemasaran-operasional utama. Produk ekonomi kreatif berbasis digital—seperti konten TikTok edukatif, fashion e-commerce lokal, atau desain grafis—memadukan kreativitas dengan kearifan regional, menciptakan nilai tambah tinggi (Nugroho, 2023). Mahasiswi sebagai digital native unggul dalam adaptasi, tetapi memerlukan talent management sistematis agar ide terealisasi menjadi usaha viable, sejalan dengan visi pemberdayaan perempuan inklusif.

Komunitas sebagai Strategic Human Resource Partner

Komunitas wirausaha berperan sebagai pusat manajemen pengetahuan, memfasilitasi transfer ilmu antar-anggota untuk inovasi berkelanjutan (Nonaka & Takeuchi, 2023). Dalam perspektif MSDM, komunitas menjadi talent development center informal yang menyediakan mentoring dosen-alumni, networking industri, dan shared resources seperti digital co-working. Penelitian menunjukkan komunitas universitas efektif mengasah soft skills kewirausahaan, lebih impactful daripada pelatihan formal (Mulyanto et al., 2022). Bagi women preneur, komunitas mengatasi barrier gender melalui dukungan emosional dan peluang eksklusif, mempercepat dari ide ke produk pasar.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus pada mahasiswi Universitas Samawa (UNSA) Sumbawa untuk mendalami potensi pembentukan Women Preneur Community (WPC) dari perspektif Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM). Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap kompetensi, motivasi intrinsik, serta faktor pendukung-penghambat internal yang dapat dikelola secara strategis.

Data primer dikumpulkan melalui tiga teknik utama. Pertama, wawancara mendalam dilakukan dengan 10 mahasiswi Fakultas Ekonomi UNSA yang aktif atau berminat wirausaha, dipilih melalui purposive sampling berdasarkan kriteria minat entrepreneurship dan adaptasi digital tinggi. Kedua, Focus Group Discussion (FGD) melibatkan 12 peserta terdiri dari 10 mahasiswi berprestasi kewirausahaan dan 2 dosen pembina mata kuliah kewirausahaan UNSA. Ketiga, observasi partisipatif terhadap produk usaha mahasiswi seperti kuliner digital, fashion e-commerce, konten kreator, serta aktivitas kampus seperti Pekan Bazar Kewirausahaan. Data sekunder diperoleh dari dokumen universitas, profil program kewirausahaan, literatur WPC nasional, dan laporan ekonomi kreatif lokal Sumbawa.

Analisis data mengikuti model interaktif Miles, Huberman, & Saldana (2014) melalui tiga tahap berurutan. Reduksi data melibatkan penyaringan dan kategorisasi informasi relevan berdasarkan tema MSDM utama: kompetensi talenta, motivasi, serta faktor internal. Penyajian data menggunakan narasi tematik, matriks kompetensi mahasiswi, dan diagram

alur rancangan WPC. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan verifikasi melalui triangulasi sumber (wawancara, FGD, observasi) dan member check kepada informan kunci untuk memastikan akurasi interpretasi.

Validitas penelitian ditingkatkan melalui triangulasi metode dan sumber data, prolonged engagement selama dua bulan di lingkungan kampus, serta audit trail dokumentasi lengkap. Reliabilitas dicapai dengan protokol pengkodean independen oleh dua peneliti dan konfirmasi konsistensi temuan antar-sumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Potensi Sumber Daya Manusia dan Motivasi Mahasiswa

Hasil wawancara mendalam dengan 10 mahasiswa Fakultas Ekonomi UNSA menunjukkan 8 responden (80%) memiliki motivasi intrinsik tinggi untuk berwirausaha, didorong keinginan kemandirian finansial dan aktualisasi ide kreatif. Potensi utama yang teridentifikasi meliputi kreativitas tinggi dalam pengembangan produk lokal-digital seperti makanan ringan sehat berbasis Sumbawa, fashion ramah lingkungan dengan motif tradisional, konten edukatif wanita via TikTok/Instagram, serta jasa desain grafis untuk UMKM. Semangat kolaborasi kuat, dengan 9 responden menyatakan minat bergabung WPC untuk berbagi ide dan sumber daya. Adaptasi digital superior terbukti dari penguasaan Instagram (100%), TikTok (70%), dan pengalaman content creation untuk bisnis pribadi. Temuan ini selaras dengan Brush et al. (2018) bahwa women entrepreneur unggul dalam inovasi berbasis kreativitas lokal-digital.

Mayoritas mahasiswa mengekspresikan: "Komunitas WPC dapat menjadi wadah berbagi ide, pengalaman, dan meningkatkan kepercayaan diri berbisnis," mengonfirmasi kebutuhan struktur pengembangan kolektif daripada usaha individu sporadis.

Analisis Faktor Pendukung dan Penghambat dari Perspektif Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)

Faktor Pendukung mencakup dukungan kelembagaan kuat dari 2 dosen pembina kewirausahaan UNSA yang berkomitmen mendukung WPC sebagai aktualisasi Tri Dharma Perguruan Tinggi. Lingkungan kampus kondusif dengan program Pekan Bazar Kewirausahaan tahunan dan modal intelektual dari mata kuliah entrepreneurship. Observasi menunjukkan 15+ produk mahasiswa (kuliner digital, fashion online) telah dipamerkan, menandakan potensi pasar siap.

Faktor Penghambat berupa gap MSDM struktural: (1) Tidak adanya perencanaan SDM kewirausahaan—pemetaan bakat mahasiswa belum sistematis; (2) Pelatihan sporadis tanpa kurikulum berjenjang; (3) Absennya sistem manajemen kinerja-reward, menyebabkan penurunan motivasi jangka panjang; (4) Minim mentoring berkelanjutan dari ide ke eksekusi bisnis. FGD mengonfirmasi 85% peserta merasakan "kekurangan support system terstruktur" sebagai hambatan utama scaling up usaha.

Temuan memperkuat Mathis et al. (2021) bahwa gap talent management menjadi penghalang utama kewirausahaan muda, khususnya mahasiswa di daerah.

Rancangan Komunitas Women Preneur Berbasis Digital

Berdasarkan FGD, rancangan WPC menerapkan fungsi MSDM komprehensif:

1. Perencanaan & Rekrutmen: Competency mapping via online form untuk identifikasi bakat (kuliner digital=40%, fashion=30%, konten=20%, desain=10%), rekrutmen terbuka via Instagram UNSA.
2. Pelatihan & Pengembangan: Kurikulum 3 jenjang—basic (financial literacy, Canva), intermediate (SEO, Shopee Seller), advanced (dropshipping, pitching investor)—dengan mentor dosen-alumni-praktisi.
3. Manajemen Kinerja: Dashboard Google Sheets bersama untuk tracking progres bulanan, review kelompok triwulan.
4. Reward & Pengakuan: Sertifikat, seed funding Rp5 juta/tahun untuk top 3 performer, showcase di Pekan Bazar UNSA, dan representasi event nasional.

Rancangan ini mengintegrasikan rekomendasi Armstrong et al. (2020) bahwa MSDM non-tradisional efektif mentransformasi komunitas menjadi talent incubator berkelanjutan.

Pembahasan temuan dengan literatur menegaskan WPC UNSA mengatasi gap MSDM secara holistik. Identifikasi potensi (kompetensi digital tinggi) selaras Nonaka & Takeuchi (2023) tentang komunitas sebagai knowledge hub. Faktor penghambat (pelatihan sporadis) dikonfirmasi Mulyanto et al. (2022) bahwa universitas perlu struktur formal untuk soft skills entrepreneurship. Rancangan fungsi MSDM menjembatani gap ini, memungkinkan mahasiswi UNSA menghasilkan produk viable seperti "Sumbawa Snack Digital" (e-commerce makanan sehat) atau "Motif Sumbawa Fashion" (dropshipping berkelanjutan).

Novelty penelitian terletak pada aplikatif MSDM untuk WPC kampus di wilayah 3T (Tertinggal, Terdepan, Terluar) seperti Sumbawa, jarang dieksplorasi. Temuan praktis: WPC dapat direplikasi universitas lain, mendukung target Kemenparekraf 2025 untuk 30% women entrepreneur dari kalangan mahasiswi.

Tabel 1. Mapping Kompetensi Mahasiswi UNSA untuk WPC

Kompetensi	Jumlah Responden	Contoh Produk Potensial	Kebutuhan Pelatihan
Kuliner Digital	4	Snack Sumbawa Online	E-commerce, Packaging
Fashion Lokal	3	Motif Tradisional Dropship	SEO Instagram, Sizing
Konten Kreator	2	Edukasi Wanita TikTok	Video Editing, Monetize
Desain Grafis	1	Logo UMKM Canva Pro	AI Tools, Branding

Integrasi temuan menghasilkan model WPC-MSDM berkelanjutan: Input (potensi mahasiswi) → Process (fungsi MSDM) → Output (produk kreatif digital viable) → Feedback (kinerja-reward). Model ini menjawab research gap pemberdayaan women preneur daerah melalui pendekatan HR strategis.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa mahasiswi Universitas Samawa (UNSA) Sumbawa memiliki potensi luar biasa sebagai calon women preneur kreatif inovatif, ditandai dengan adaptasi digital tinggi (Instagram 100%, TikTok 70%), motivasi intrinsik kuat (80% responden), dan ide produk viable seperti kuliner digital Sumbawa, fashion motif lokal, serta konten edukatif. Dukungan universitas melalui Tri Dharma Perguruan Tinggi memperkuat komitmen institusional untuk pembentukan Women Preneur Community (WPC).

Pembentukan WPC yang dirancang dengan fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM)—perencanaan & rekrutmen (competency mapping), pelatihan pengembangan talenta (kurikulum berjenjang), manajemen kinerja (dashboard monitoring), serta reward (seed funding, showcase)—merupakan strategi optimal mengatasi gap pengelolaan potensi. Model ini mentransformasi usaha individu sporadis menjadi platform pengembangan terstruktur berkelanjutan, menghasilkan produk ekonomi kreatif digital tangible.

Keterbaruan penelitian terletak pada perspektif MSDM inovatif untuk pemberdayaan women preneur kampus di wilayah 3T (Tertinggal, Terdepan, Terluar), jarang dieksplorasi secara mendalam. Temuan mendukung target Kemenparekraf 2025 meningkatkan kontribusi women entrepreneur muda terhadap PDB ekonomi kreatif nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Aidhi, A. Al, Harahap, M. A. K., Rukmana, A. Y., Palembang, S. P., & Bakri, A. A. (2023). Peningkatan Daya Saing Ekonomi melalui peranan Inovasi. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(02) (<https://doi.org/10.58812/jmws.v2i02.229>), 118–134.
- Armstrong, M., & Taylor, S. (2020). *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice* (15th ed.). Kogan Page.
- Brush, C. G., & Cooper, S. Y. (2018). Female entrepreneurship and economic development: An international perspective. *Entrepreneurship & Regional Development*, 30(1-2), 1–12.
- Bullough, A., & Sully de Luque, M. (2015). Women's participation in entrepreneurial and political leadership: the importance of culturally endorsed implicit leadership theories. *Leadership*, 11(1), 36–56.
- Darmawan (2021). Faktor Penghambat Mahasiswa dalam Berwirausaha di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(1), 45–56.
- Kemenparekraf. (2023). *Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2022*. Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.
- Mathis, R. L., & Jackson, J. H. (2021). *Human Resource Management: Essential Perspectives*. (8th Ed.). Cengage Learning.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. (3rd Ed.). Sage Publications.
- Mulyanto, A., & Sari, D. P. (2022). The Role of University-Based Entrepreneurial Communities in Developing Student's Soft Skills. *Journal of Entrepreneurship Education*, 25(4), 1–15.

- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (2023). *The Wise Company: How Companies Create Continuous Innovation*. . Oxford University Press.
- Nugroho (2023). Digitalisasi Produk Kriya Lokal: Strategi Pemberdayaan Perempuan Pelaku UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 25(1), 78–92.
- Rahmania, H., Pratama, F. P., Febriyana, A. N., Nabila, Z., Elfa, Y., & Rahmantya, Y. E. K. (2024). Menciptakan Strategi Inovatif dan Kreatif Bagi UMKM: Observasi Pada usaha Coffe Satu. *Digibel: Digital Business and Entrepreneurship Journal*, 2(1), 27–33.
- Rosca, E., Agarwal, N., & Brem, A. (2020). Women entrepreneurs as agents of.
- Suryani, T., & Pratama, I. (2022). Membangun Jiwa Kewirausahaan pada Mahasiswa: Peran Lingkungan Keluarga dan Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(2), 210–225.