OECONOMICUS Journal of Economics
Vol. 10, No. 2, June 2026
pISSN: 2548-6004; eISSN: 2715-4882
DOI: https://doi.org/10.15642/oje.tahun.v.i.x-yx

DAMPAK PROGRAM KARTU USAHA PEREMPUAN MANDIRI (KURMA) TERHADAP PEREKONOMIAN KELOMPOK USAHA PEREMPUAN DI KABUPATEN SIDOARJO

Betty Silfia Ayu Utami[a]
Abdullah Kafabih[b]
(UIN Sunan Ampel Surabaya)
Email: betty.silfia@uinsa.ac.id[a]; abdullahkafabih@uinsa.ac.id[b]

Article Info

Article history:

Recieved: June 28, 2025
Accepted: Sept 10, 2025
Published: June 30, 2026

Page: 1 – 13

Keyword:
Program Kurma, Pemberdayaan perempuan, UMKM, Perekonomian Keluarga

Corresponding Author:
Name:Betty Silfia Ayu Utami
E-mail: betty.silfia@uinsa.ac.id

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak Program Kartu Usaha Perempuan Mandiri (KURMA) terhadap perekonomian kelompok usaha perempuan di Kabupaten Sidoarjo. Program KURMA yang dilaksanakan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo menjangkau 1.891 kelompok usaha perempuan di 18 kecamatan pada tahun 2022 melalui bantuan modal usaha sebesar Rp6–10 juta yang dilengkapi dengan kegiatan pelatihan serta pendampingan. Evaluasi dampak empiris ini melibatkan sampel sebanyak 330 kelompok usaha mikro penerima manfaat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Program KURMA memberikan dampak dominan pada kategori sedang terhadap perbaikan manajemen usaha (50,3% sedang; 40,0% besar), peningkatan volume produksi (59,7% sedang; 33,6% besar), perluasan pasar (59,1% sedang; 34,5% besar), dan kenaikan pendapatan keluarga (54,8% sedang; 37,0% besar). Selain itu, program ini terbukti signifikan mendorong adopsi digitalisasi dan formalisasi usaha penerima manfaat, yang ditunjukkan oleh kepemilikan laporan keuangan sebesar 92,4%, penggunaan media sosial sebesar 80,6%, kepemilikan legalitas usaha sebesar 76,4%, serta pemanfaatan e-commerce sebesar 61,5%. Secara keseluruhan, Program KURMA efektif sebagai instrumen kebijakan publik dalam memperkuat kemandirian ekonomi perempuan dan ketahanan keluarga di tingkat lokal.

Copyright: © 2026 The Author(s)
under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

OECONOMICUS Journal of Economics
Vol. 10, No. 2, June 2026
pISSN: 2548-6004; eISSN: 2715-4882
DOI: https://doi.org/10.15642/oje.tahun.v.i.x-yx

Pendahuluan

Perempuan memiliki kontribusi penting dalam pertumbuhan ekonomi melalui aktivitas usaha mikro dan kecil. Berbagai kajian menunjukkan bahwa akses perempuan terhadap pembiayaan mikro berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan, aset, serta kemandirian ekonomi. Studi internasional menemukan bahwa keterlibatan perempuan dalam program mikrofinansial berhubungan positif dengan profitabilitas usaha dan peningkatan kesejahteraan rumah tangga (Alhassan, Hoedoafia, & Braimah, 2022). Temuan lain menunjukkan bahwa perempuan yang mendapatkan modal usaha cenderung mengalami peningkatan kapasitas pengambilan keputusan ekonomi dalam keluarga (Fatimah et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa intervensi pembiayaan yang diarahkan pada kelompok perempuan berpotensi kuat mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat. Di Kabupaten Sidoarjo, penguatan UMKM menjadi bagian dari agenda pembangunan jangka menengah yang tertuang dalam RPJMD 2021–2026 dengan visi "Sidoarjo Maju, Aman, dan Sejahtera". Salah satu program strategis yang dirancang untuk mendorong kemandirian ekonomi keluarga, khususnya rumah tangga perempuan, adalah pemberian bantuan modal usaha mikro perempuan sebesar Rp6–10 juta melalui Program Kartu Usaha Perempuan Mandiri (KURMA). Program ini dilaksanakan oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo dan pada tahun 2022 telah menjangkau 1.891 kelompok usaha perempuan yang tersebar di 18 kecamatan.

KURMA bukan sekadar skema bantuan modal, tetapi juga instrumen kebijakan publik yang dirancang untuk memperkuat kapasitas usaha perempuan melalui pelatihan, pendampingan, digitalisasi pemasaran, serta penguatan legalitas usaha. Dari perspektif teori kebijakan, KURMA dapat dipahami sebagai bentuk intervensi pemerintah daerah yang diharapkan mampu menghasilkan perubahan sosial-ekonomi pada kelompok sasaran, khususnya dalam aspek manajemen usaha, produksi, perluasan pasar, dan peningkatan pendapatan keluarga. Sementara itu, dari perspektif teori perubahan sosial, program ini diposisikan sebagai agen perubahan yang mendorong transisi pelaku usaha dari pola usaha tradisional menuju pola usaha yang lebih modern, terencana, dan terdigitalisasi. Irawan (2023) menunjukkan bahwa bantuan modal usaha mampu meningkatkan omzet dan keberlanjutan usaha mikro jika disertai dengan pendampingan yang memadai. Selain itu, literasi keuangan menjadi faktor penting yang berpengaruh terhadap kemampuan perempuan dalam mengelola keuangan usaha, sebagaimana ditemukan oleh Ekasari et al. (2024), yang menyatakan bahwa literasi keuangan meningkatkan efektivitas intermediasi keuangan dan kinerja usaha perempuan. Dengan demikian, program pemberdayaan perempuan yang menggabungkan modal, pendampingan, dan pendidikan finansial menjadi sangat relevan untuk meningkatkan kinerja usaha mikro. Namun, bantuan modal seperti KURMA dalam meningkatkan kinerja usaha tidak terlepas dari berbagai tantangan. Dwi et al. (2024) menemukan bahwa peningkatan pendapatan pelaku usaha mikro tidak hanya bergantung pada besarnya modal, tetapi juga pada kemampuan manajemen usaha, pendampingan, dan strategi pemasaran. Temuan lainnya juga menjelaskan bahwa beberapa kelompok usaha perempuan masih kesulitan memanfaatkan bantuan karena minimnya literasi bisnis dan perencanaan jangka panjang (Irawan, 2023). Oleh karena itu, evaluasi terhadap implementasi KURMA di Sidoarjo menjadi krusial untuk mengetahui apakah program ini sudah tepat sasaran dan efektif bagi kelompok usaha perempuan. Pertanyaan kunci yang dijawab adalah: sejauh mana KURMA mempengaruhi perubahan manajemen usaha, volume produksi, perluasan pasar, dan pendapatan keluarga penerima program, serta bagaimana implikasinya bagi kebijakan pemberdayaan perempuan dan pengembangan UMKM di tingkat lokal.

OECONOMICUS Journal of Economics
Vol. 10, No. 2, June 2026
pISSN: 2548-6004; eISSN: 2715-4882
DOI: https://doi.org/10.15642/oje.tahun.v.i.x-yx

Landasan Teori

Teori Kebijakan

Menurut Hoogerwerf (1988) pada hakekatnya pengertian kebijakan adalah semacam jawaban terhadap suatu masalah, merupakan upaya untuk memecahkan, mengurangi, mencegah suatu masalah dengan cara tertentu, yaitu dengan tindakan yang terarah Sedangkan menurut Anderson, kebijakan merupakan arah tindakan yang mempunyai maksud yang di tetapkan oleh seseorang dalam mengatasi suatu masalah atau persoalan. Salah satu definisi mengenai kebijakan publik diberikan oleh Robert Etestine (1971) mengatakan bahwa secara luas kebijakan publik dapat didefinisikan sebagai "hubungan suatu unit pemerintah dengan lingkungannya". Selain itu menurrut Thomas R.Dye (1975) mengatakan bahwa "kebijakan public adalah apapun yang dipilih oleh pemerintah untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Tidak hanya itu, menurut Pressman dan Wildavsky (1974) mendefinisikan kebijakan public sebagai suatu hipotesis yang mengundang kondisi-kondisi awal serta akibat yang dapat diramalkan

Teori Perubahan

Perubahan pola ekonomi adalah berubahnya bentuk ekonomi masyarakat dengan sumber daya yang ada melalui pilihan-pilihan kegiatan produksi, konsumsi dan distrubusi pola perilaku diantara kelompok-kelompok dalam masyarakat untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang berfariasi dan berkembang. Menurut Smelser dan Sanderson bahwa dimasyarakat manapun perkembangan ekonomi telah menciptakan pembagian kerja yang makin lama makin terspesialisasi dan masingmasing pihak pekerjaan memiliki kepentingannya sendiri sendiri yang berbeda. Para ahli berpendapat bahwa perubahan sosial terjadi karena adanya perubahan dalam unsur-unsur yang mempertahankan keseimbangan 15 masyarakat seperti misalnya perubahan dalam unsur geografis, biologis, ekonomis, atau kebudayaan. Pada umunya perubahan merupakan lingkaran kejadian-kejadian. Perubahan sosial merupakan gambaran umum dari perubahan-perubahan yang terjadi di luar perencanaan maupun kesengajaan. Fenomena perubahan semacam ini dalam sosiologi umunya disimak lewat perspektif evolusioner. Dalam perspektif evolusioner, proses perubahan dilihat sebagai perkembangan yang jelas sekuensi dan tahap-tahapnya. Terlebih untuk perubahan-perubahan yang terjadi sebelum era globalisasi. Dalam konteks dikotomi ini dapat dilihat adanya beberapa era dalam mana arah perubahan dan perkembangan masyarakat terjadi.

Perubahan Manajemen Usaha

Menurut Ricky W. Griffin mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanan, pengoordinasian, pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan 29 efesien. Efektif berarti tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sedangkan Efisien berarti tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisasi, dan sesuai dengan jadwal. Sedangkan usaha setiap tindakan, perbuatan atau kegiatan apapun dalam bidang perekonomian yang perekonomian yang dilakukan setiap perusaha atau individu untuk bertujuan memperoleh keuntungan atau laba. Dengan adanya perubahan manajemen usaha ini mampu memberikan hal baru kepada para pengelola bisnis dalam mengelola suatu bisnisnya untuk mencapai keinginan dan kesuksesan dalam suatu bisnis. Usaha akan lebih maju dan

OECONOMICUS Journal of Economics
Vol. 10, No. 2, June 2026
pISSN: 2548-6004; eISSN: 2715-4882
DOI: https://doi.org/10.15642/oje.tahun.v.i.x-yx

berkembang ketika mampu memanajamen usahanya dengan baik dan benar sesuai dengan permintaan pasar.

Perubahan Volume Produksi

Kegiatan produksi adalah kegiatan menciptakan suatu barang dan jasa yang ditawarkan pengusaha kepada konsumen. Dalam kegiatan produksi diperlukan manajemen operasi yang merupakan serangkaian aktivitas yang menghasilkan dalam bentuk barang dan jasa dengan mengubah input menjadi output. Sebelum melakukan proses produksi, diperlukan adanya perencanaan luas produksi. Luas produksi adalah jumlah atau volume hasil produksi yang seharusnya diproduksikan oleh suatu perusahaab dalam satu periode. Selain itu, luas produksi harus direncanakan dan diperhitungkan secara cermat agar tidak terjadi kelebihan atau kekurangan jumlah produksi. Terdapat beberapa faktor yang dipertimbangkan dalam proses produksi yang mampu menentukan volume produksi yakni, kebutuhan modal,kondisi pasar,tersedianya bahan baku dan alat, tersedianya tenaga kerja, dan lain sebagainya. Dalam hal ini dengan adanya perubahan pada volume produksi maka mampu membuat usaha menjadi berkembang dan maju. Artinya program KURMA mampu memberikan dampak terhadap volume produksi dengan modal,pelatihan,pendampingan yang diberikan kepada penerima program KURMA.

Perubahan Perluasan Pasar

Faktor Pasar adalah pelanggan potensial yang sama-sama mempunyai kebutuhan atau keinginan yang mungkin ingin dan mampu terlibat dalam pertukaran untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan (Kotler,1993:11). Pada umum istilah pasar berarti tempat bertemunya penjual dan pembeli menukarkan barang atau jasa untuk mendapatkan uang sesuai harga yang disepakati. Menurut pengertian diatas, besarnya pasar tergantung dari 31 besarnya pelanggan potensial dalam kemampuan mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan, dan tempat bertemunya penjual dan pembeli dengan adanya kesepakatan kedua belah pihak dalam penetapan harga. Menurut Kotler (1972), Pemasaran terdiri dari atas semua aktivitas yang dirancang untuk menghasilkan dan memfasilitasi setiap pertukaran yang dimaksudkan untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen (Tjiptono,2004). Menurut Carman (1973), Pemasaran merupakan proses di mana struktur permintaan terhadap produk dan jasa diantisipasi atau diperluas dan dipuaskan melalui konsepsi, promosi, distribusi, dan pertukaran barang (Tjiptono,2004). Strategi pengembangan pasar merupakan salah satu usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan atas produk yang sudah ada pada pasar yang baru. Kegiatan ini merupakan salah satu bagian kecil dari berbagai kemungkinan perusahaan untuk mencapai pertumbuhan.

Perubahan Peningkatan Pendapatan

Pendapatan merupakan salah satu unsur yang paling utama dari pembentukan laporan laba rugi dalam suatu perusahaan. Banyak yang masih bingung dalam penggunaan istilah pendapatan. Hal ini disebabkan pendapatan dapat diartikan sebagai revenue dan dapat juga diartikan sebagai income. Pendapatan adalah penghasilan yang timbul dari aktivitas perusahaan yang dikenal dengan sebutan berbeda seperti penjualan, penghasilan jasa (fees), bunga, dividen, royalty dan sewa. Pengertian pendapatan dikemukakan oleh Dyckman (2002:234) bahwa pendapatan adalah “arus masuk atau peningkatan lainnya atas aktiva sebuah

OECONOMICUS Journal of Economics
Vol. 10, No. 2, June 2026
pISSN: 2548-6004; eISSN: 2715-4882
DOI: https://doi.org/10.15642/oje.tahun.v.i.x-yx

entitas atau penyelesaian kewajiban (kombinasi keduanya) selama satu periode dari pengiriman atau produksi barang, penyediaan jasa, atau aktivitas lain merupakan operasi utama atau sentral entitas yang sedang berlangsung". Pendapatan keluarga dapat diartikan suatu penghasilan dari aktivitas usaha yang hasil bersihnya dapat digunakan untuk mencukupi kebutuhannya. Program KURMA mampu memberikan perubahan pada peningkatan pendapatan keluarga khususnya bagi para perempuan mandiri yang mampu memenuhi kebutuhan hidup keluarganya. Adanya program ini para perempuan-perempuan mampu menghasilkan uang sendiri dengan berwirausaha tanpa bergantung pada penghasilan suami. Sehingga kegiatan ini dapat dapat meningkatkan pendapatan di sebuah keluarga dan mensejahterakannya.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mix method*. Pendekatan mix method research design merupakan suatu proses pengumpulan, analisis, dan menggabungkan hasil penelitian kuantitatif dan kualitatif dalam satu penelitian utuh (Creswell & Clark, 2015, hlm. 1088). Mix method dirancang secara bersamaan dengan tujuan mendapatkan data dan memperoleh pertanyaan serta jawaban dari sebuah penelitian. Ditegaskan pula dengan pernyataan Sugiyono (2014, hlm. 404) bahwa *mix method* (metode campuran) merupakan metode penelitian yang mengintegrasikan antara kuantitatif dan kualitatif secara berdampingan agar memperoleh data yang komprehensif, valid, reliabel, dan objektif. *Mix method* dimaksudkan untuk menghasilkan data dari dua penelitian agar lebih akurat, apabila dengan menggunakan satu data saja belum merasa yakin. Kombinasi kedua metode tersebut mampu memberikan pemahaman dan wawasan yang lebih baik. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan desain sequential explanatory. Sequential explanatory design adalah desain penggabungan metode kuantitatif dan kualitatif dengan lebih dahulu melakukan survei data kuantitatif kemudian dilanjutkan dengan menjajaki data kualitatif dengan wawancara, observasi maupun studi literatur (Sugiyono, 2014, hlm. 486). Peran data kuantitatif pada penelitian ini adalah untuk mengukur data yang bersifat deskriptif. Selanjutnya data kualitatif berperan untuk memperdalam, mengembangkan dan memperluas data kuantitatif yang telah diperoleh sebelumnya.

Data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder dan data primer. Data Primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber pertama (Bungin, 2015). Adapun data primer yang dikumpulkan iadalah data perubahan pada manajemen usaha, perubahan pada volume produksi, perubahan pada perluasan pasar, perubahan pada peningkatan pendapatan kelompok usaha. Data sekunder yang dibutuhkan adalah profil penerima program KURMA, jumlah tenaga kerja, omset bulanan, keuntungan bulanan, dan volume produksi kelompok usaha.

Hasil dan Pembahasan

A. Implementasi Pemberdayaan Penerima Program Kurma

Implementasi kebijakan program KURMA telah dilaksanakan sejak tanggal 23 September 2022. Terdapat beberapa pelaksanaan mulai pemberian penghargaan modal, pendampingan, dan pelatihan. Penghargaan modal yang diberikan senilai 19 Milyar yang masuk pada anggaran RPJM Pemerintah Kabupaten Sidoarjo. Hal ini telah terlaksana dengan diberikan ke 1891 kelompok usaha di seluruh Kabupaten Sidoarjo yang telah lolos dan menerima manfaat untuk mengelola usaha yang dimilikinya. Namun, tidak hanya pemberian penghargaan modal saja, melainkan dilakukannya pelatihan.

OECONOMICUS Journal of Economics
Vol. 10, No. 2, June 2026
pISSN: 2548-6004; eISSN: 2715-4882
DOI: https://doi.org/10.15642/oje.tahun.v.i.x-yx

Adapun pelatihan yang diberikan kepada pelaku usaha mikro penerima program KURMA yaitu :

1. Pelatihan Kemudahan Perizinan Usaha
   Maksud dari dilaksanakannya kegiatan pelatihan ini adalah untuk lebih meningkatkan pengetahuan pelaku usaha mikro tentang pentingnya perizinan berusaha.
2. Pelatihan Digital Marketing,
   Maksud dari dilaksanakannya kegiatan pelatihan ini adalah menambah wawasan dan meningkatkan daya saing baik produk, sumber daya manusia dan pemasarannya, serta menambah pengetahuan pelaku usaha mikro tentang pemanfaatan teknologi digitalisasi.
3. Pelatihan Olahan Makanan Dan Minuman.
   Tujuan dari kegiatan pelatihan olahan makanan dan minuman Pada Kelompok Penerima KURMA Tahun 2022 yaitu memberikan pemahaman terkait pengolahan pangan yang baik dan benar, memberikan pemahaman terkait pengurusan legalitas pangan, memberikan pemahaman terkait bahan tambahan pangan yang diizinkan untuk ditambahkan dan memberikan gambaran terkait olahan pangan yang paling banyak di butuhkan konsumen dan cara mengolah pangan yang benar sesuai ketentuan yang berlaku.

Selain pelatihan tersebut terdapat pendampingan untuk masing-masing kelompok usaha mandiri yaitu:

1. Pendampingan Digital Marketing, tujuannya agar penerima manfaat Program Kelompok Usaha Perempuan Mandiri (KURMA) dapat naik kelas melalui perubahan berkemajuan berbasis digital yang berkelanjutan dengan digitalisasi.
2. Pendampingan Olahan Makanan dan Minuman
   Tujuannya agar penerima manfaat Program Kelompok Usaha Perempuan Mandiri (KURMA) dapat membuat makanan yang aman untuk di konsumsi, pengembangan produk dan pemenuhan produk olahan pangan yang dibutuhan oleh konsumen.

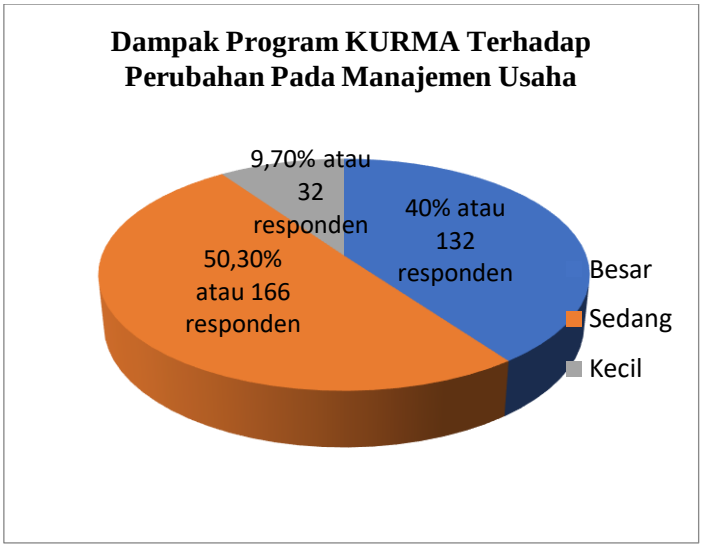
   Poses pendampingan ini dilakukan dengan monitoring penggunaan dana bantuan dan rencana pengembangan usaha, melakukan evaluasi perkembangan usaha, observasi kebutuhan pelatihan, dan menyusun laporan kegiatan pendampingan. Kegiatan pendampingan dilakukan selama 2 bulan dengan membagi 4 kegiatan setiap 2 minggu sekali.

B. Dampak Program KURMA

1. Dampak Perubahan Pada Manajemen Usaha

Dampak Program KURMA terhadap indikator perubahan pada manajemen usaha. Hal ini untuk mengetahui sejauh mana dampak program KURMA terhadap perubahan manajemen usaha pada kelompok usaha mikro penerima KURMA. Lebih jelasnya dapat terlihat pada gambar sebagai berikut:

OECONOMICUS Journal of Economics
Vol. 10, No. 2, June 2026
pISSN: 2548-6004; eISSN: 2715-4882
DOI: https://doi.org/10.15642/oje.tahun.v.i.x-yx

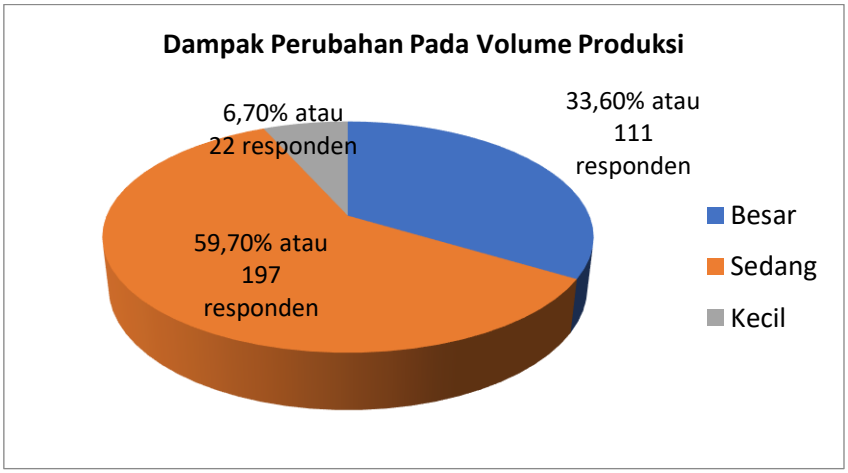


Gambar 1 **Dampak Program KURMA Terhadap Perubahan Pada Manajemen Usaha**

Berdasarkan data pada gambar 39 menunjukkan bahwa dampak program KURMA 2022 terhadap manajemen usaha menunjukkan perubahan yang positif, dimana 40% responden atau sejumlah 132 kelompok usaha mikro menyatakan program KURMA berdampak besar pada perubahan manajemen usaha, dan 50,3% responden atau sejumlah 166 kelompok usaha mikro menyatakan berdampak sedang pada perubahan manajemen usaha serta 9,7% responden atau sejumlah 32 kelompok usaha mikro menyatakan berdampak kecil pada perubahan manajemen usaha. Sehingga secara umum, program KURMA memeberikan dampak sedang pada perubahan manajemen usaha.

2. Dampak Perubahan Pada Volume Produksi

Dampak Program KURMA terhadap indikator perubahan pada volume produksi. Hal ini untuk mengetahui sejauh mana dampak program KURMA terhadap perubahan pada volume produksi di kelompok usaha perempuan mandiri. Lebih jelasnya dapat terlihat pada gambar 40 sebagai berikut:



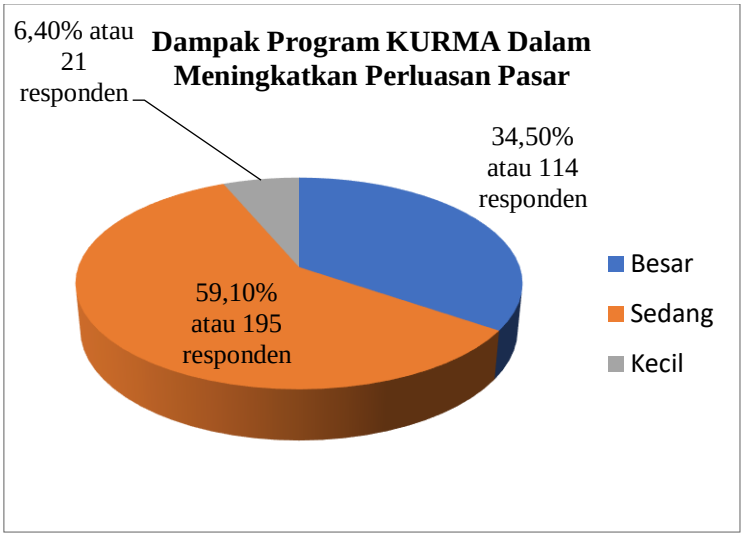
Gambar 2 Dampak Perubahan Pada Volume Produksi

OECONOMICUS Journal of Economics
Vol. 10, No. 2, June 2026
pISSN: 2548-6004; eISSN: 2715-4882
DOI: https://doi.org/10.15642/oje.tahun.v.i.x-yx

Berdasarkan data pada gambar 2 menunjukkan bahwa dampak perubahan volume produksi pada program KURMA 2022 menunjukkan perubahan yang positif, dimana 33,6% responden atau sejumlah 111 kelompok usaha mikro menyatakan terdapat perubahan pada volume produksi secara besar, dan 59,7% responden atau sejumlah 197 kelompok usaha mikro menyatakan terdapat perubahan pada volume produksi secara sedang, serta 6,7% responden atau sejumlah 22 kelompok usaha mikro menyatakan terdapat perubahan pada volume produksi secara kecil. Sehingga secara umum, adanya program KURMA berdampak sedang pada volume produksi.

3. Dampak Program KURMA Dalam Meningkatkan Perluasan Pasar

Dampak Program KURMA terhadap indikator dalam meningkatkan perluasan pasar. Hal ini dapat mengetahui sejauh mana dampak program KURMA dalam meningkatkan perluasan pasar di kelompok usaha mandiri perempuan. Lebih jelasnya dapat terlihat pada gambar 41 sebagai berikut:



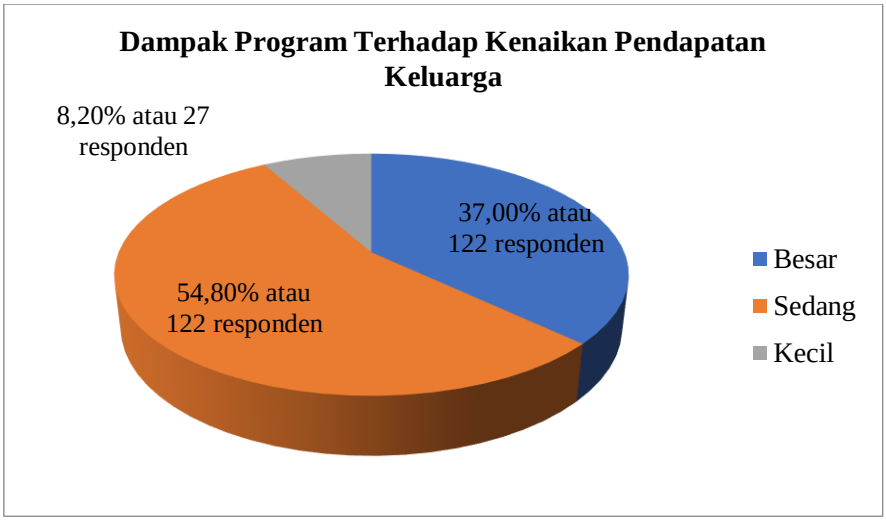
Gambar 3 Dampak Program KURMA Dalam Meningkatkan Perluasan Pasar

Berdasarkan data pada gambar 3 menunjukkan bahwa perubahan peningkatan dalam perluasan pasar pada program KURMA 2022 menunjukkan perubahan yang positif, dimana 34,5% responden atau sjumlah 114 kelompok usaha mikro menyatakan terdapat peningkatan perluasan pasar secara besar, dan 59,1% responden atau sejumlah 195 kelompok usaha mikro menyatakan terdapat peningkatan perluasan pasar secara sedang, serta 6,4% responden atau 21 kelompok usaha mikro menyatakan terdapat peningkatan perluasan pasar secara kecil. Sehingga secara umum, program KURMA memberikan dampak sedang pada peningkatan perluasan pasar.

4. Dampak Program Terhadap Kenaikan Pendapatan Keluarga

Dampak Program KURMA terhadap indikator dalam kenaikan pendapatan keluarga. Hal ini dapat mengetahui sejauh mana dampak program KURMA dalam meningkatkan pendapatan keluarga di kelompok usaha mandiri perempuan. Lebih jelasnya dapat terlihat pada gambar 4, sebagai berikut:

OECONOMICUS Journal of Economics
Vol. 10, No. 2, June 2026
pISSN: 2548-6004; eISSN: 2715-4882
DOI: https://doi.org/10.15642/oje.tahun.v.i.x-yx

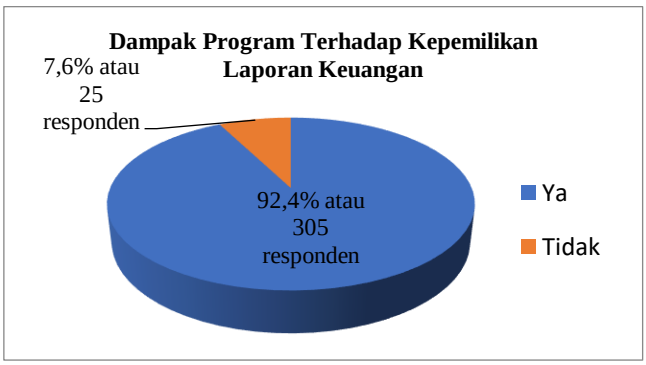


Gambar 4 Dampak Program Terhadap Kenaikan Pendapatan Keluarga

Berdasarkan data pada gambar 4 menunjukkan bahwa perubahan kenaikan pendapatan keluarga pada program KURMA 2022 menunjukkan perubahan yang positif, dimana 37,0% responden atau sejumlah 122 kelompok usaha mikro menyatakan terjadinya kenaikan pendapatan keluarga secara besar, dan 54,8% responden atau sejumlah 181 kelompok usaha mikro menyatakan terjadinya kenaikan pendapatan keluarga secara sedang, serta 8,2% responden atau sejumlah 27 kelompok usaha mikro menyatakan terjadinya kenaikan pendapatan keluarga secara kecil. Sehingga secara umum, program KURMA berdampak secara sedang terhadap kenaikan pendapatan keluarga.

5. Dampak Program Terhadap Kepemilikan Laporan Keuangan

Dampak Program KURMA terhadap indikator dalam kepemilikan laporan keuangan. Hal ini dapat mengetahui sejauh mana dampak program KURMA dalam peningkatan kepemilikan laporan keuangan di kelompok usaha mandiri perempuan. Lebih jelasnya dapat terlihat pada gambar 5, sebagai berikut:



Gambar 5 Dampak Program Terhadap Kepemilikan Laporan Keuangan

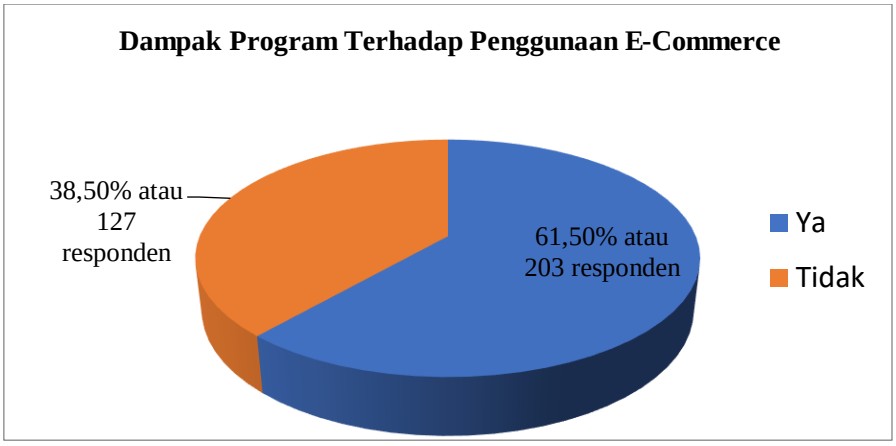
Berdasarkan data pada gambar 5 menunjukkan bahwa terdapat perubahan kepemilikan laporan keuangan pada program KURMA 2022 menunjukkan perubahan yang positif, dimana 92,4% responden atau sejumlah 305 kelompok usaha mikro menyatakan adanya kepemilikan laporan keuangan, dan 7,6% responden atau sejumlah 25 kelompok usaha mikro menyatakan

OECONOMICUS Journal of Economics
Vol. 10, No. 2, June 2026
pISSN: 2548-6004; eISSN: 2715-4882
DOI: https://doi.org/10.15642/oje.tahun.v.i.x-yx

tidak memiliki laporan keuangan. Sehingga secara umum, program KURMA berdampak terhadap kepemilikan laporan keuangan.

6. Dampak Program Terhadap Penggunaan E-Commerce

Dampak Program KURMA terhadap indikator dalam penggunaan *E-Commerce*. Hal ini dapat mengetahui sejauh mana dampak program KURMA dalam peningkatan pengggunaan e-commerce di kelompok usaha mandiri perempuan. Lebih jelasnya dapat terlihat pada gambar 6, sebagai berikut:

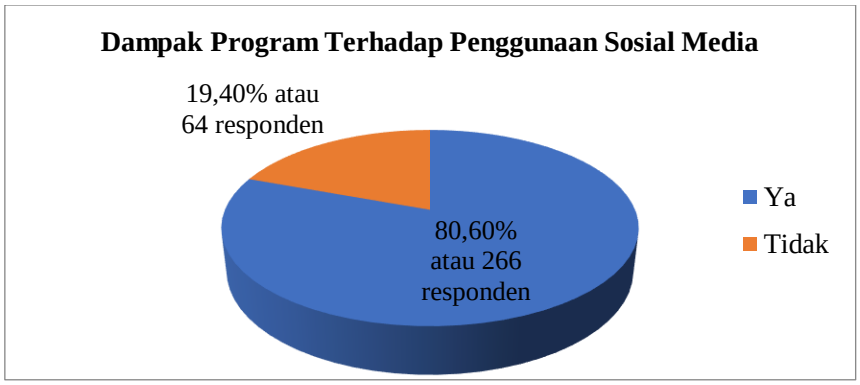


Gambar 6 Dampak Program Terhadap Penggunaan E-Commerce

Berdasarkan data pada gambar 6 menunjukkan bahwa terdapat perubahan terhadap pengggunaan e-commerce pada program KURMA 2022 menunjukkan perubahan yang positif, dimana 61,5% responden atau sejumlah 203 kelompok usaha mikro menyatakan adanya penggunaan e-commerce, dan 38,5% responden atau sejumlah 127 kelompok usaha mikro menyatakan tidak menggunakan e-commerce. Sehingga secara umum, program KURMA berdampak terhadap penggunaan e-commerce.

7. Dampak Program Terhadap Penggunaan Sosial Media

Dampak Program KURMA terhadap indikator dalam penggunaan Sosial Media. Hal ini dapat mengetahui sejauh mana dampak program KURMA dalam peningkatan pengggunaan Sosial Media di kelompok usaha mandiri perempuan. Lebih jelasnya dapat terlihat pada gambar 7, sebagai berikut:



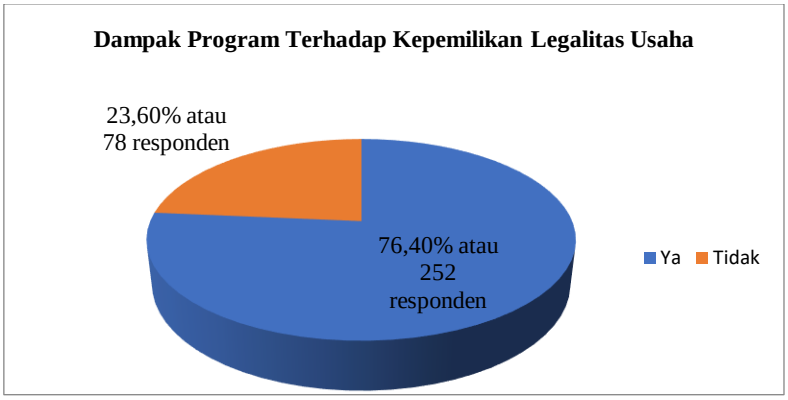
Gambar 1 Dampak Program Terhadap Penggunaan Sosial Media

OECONOMICUS Journal of Economics
Vol. 10, No. 2, June 2026
pISSN: 2548-6004; eISSN: 2715-4882
DOI: https://doi.org/10.15642/oje.tahun.v.i.x-yx

Berdasarkan data pada gambar 7 menunjukkan bahwa terdapat perubahan terhadap pengggunaan Sosial Media pada program KURMA 2022 menunjukkan perubahan yang positif, dimana 80,6% responden atau sejumlah 266 kelompok usaha mikro menyatakan adanya sosial media, dan 19,4% responden atau sejumlah 64 kelompok usaha mikro menyatakan tidak menggunakan sosial media. Sehingga secara umum, program KURMA berdampak terhadap penggunaan Sosial Media.

8. Dampak Program Terhadap Kepemilikan Legalitas Usaha

Dampak Program KURMA terhadap indikator dalam perubahan kepemilikan legalitas usaha. Hal ini dapat mengetahui sejauh mana dampak program KURMA dalam peningkatan dalam memiliki legalitas usaha di kelompok usaha mandiri perempuan. Lebih jelasnya dapat terlihat pada gambar 8, sebagai berikut:



Gambar 2 Dampak Program Terhadap Kepemilikan Legalitas Usaha

Berdasarkan data pada gambar 8 menunjukkan bahwa terdapat perubahan terhadap kepemilikan legalitas usaha pada program KURMA 2022 menunjukkan perubahan yang positif, dimana 76,4% responden atau sejumlah 252 kelompok usaha mikro menyatakan memiliki legalitas usaha, dan 23,6% responden atau sejumlah 78 kelompok usaha menyatakan tidak memiliki legalitas usaha. Sehingga secara umum, program KURMA berdampak terhadap peningkatan kepemilikan legalitas usaha.

.

Kesimpulan

1. Program KURMA terbukti memberikan dampak sedang namun berarti terhadap perubahan manajemen usaha kelompok penerima. Sebagian besar kelompok mulai menerapkan pembagian kerja, menyusun laporan keuangan, memperluas jaringan usaha, dan menambah tenaga kerja.
2. Program ini mendorong peningkatan volume produksi secara signifikan. Mayoritas kelompok mengalami kenaikan kapasitas produksi yang ditopang oleh tambahan modal, perbaikan proses produksi, inovasi produk, dan pemanfaatan teknologi sederhana.
3. KURMA berkontribusi pada perluasan pasar, baik melalui perluasan jangkauan geografis maupun peningkatan jumlah pelanggan. Program ini juga mendorong percepatan adopsi digital marketing, *e-commerce*, dan pemanfaatan media sosial sebagai kanal utama promosi dan penjualan.

OECONOMICUS Journal of Economics
Vol. 10, No. 2, June 2026
pISSN: 2548-6004; eISSN: 2715-4882
DOI: https://doi.org/10.15642/oje.tahun.v.i.x-yx

4. Dari sisi kesejahteraan rumah tangga, KURMA memberikan dampak sedang hingga besar terhadap peningkatan omzet dan laba usaha, yang berujung pada peningkatan pendapatan keluarga penerima manfaat. Hal ini memperkuat ketahanan ekonomi keluarga dan mengurangi ketergantungan pada penghasilan suami.
5. Program ini mendorong formalisasi usaha melalui peningkatan kepemilikan laporan keuangan dan legalitas usaha. Hal ini penting untuk meningkatkan akses UMKM terhadap layanan keuangan formal dan memperluas peluang integrasi ke dalam rantai nilai ekonomi yang lebih luas.

Secara keseluruhan, KURMA dapat dikategorikan sebagai program kebijakan publik yang efektif dalam memperkuat perekonomian kelompok usaha perempuan di Kabupaten Sidoarjo, meskipun dampaknya masih dominan pada kategori sedang. Ini membuka ruang perbaikan desain program agar dampak besar dapat menjangkau lebih banyak kelompok.

Adapun rekomendasi kebijakan sebagai berikut :

1. Penyusunan modul *Manajemen Ekonomi Keluarga dan UMKM Perempuan*, bimbingan kelompok rutin, dan konsultasi keuangan mikro berbasis komunitas. Upaya ini tidak hanya memperkuat kapasitas ekonomi perempuan, tetapi juga memastikan bahwa proses pemberdayaan ekonomi selaras dengan nilai etika keagamaan dan moderasi beragama.
2. Pendirian Klinik Legalitas Usaha Perempuan melalui kolaborasi antara Dinas Koperasi, KUA, dan Satgas Halal Kemenag. Klinik ini akan menyediakan pendampingan komprehensif mulai dari pengurusan NIB, pendaftaran PIRT, hingga fasilitasi Sertifikasi Halal Gratis (Program SEHATI). Langkah ini tidak hanya meningkatkan daya saing produk perempuan, tetapi juga mendukung amanat Kemenag dalam memperluas sertifikasi halal sebagai standar mutu dan keamanan pangan nasional.
3. Sinergi antara Kemenag, Pemkab, dan perguruan tinggi dapat menghasilkan pendampingan digital marketing yang berkelanjutan. Langkah ini sejalan dengan agenda transformasi digital Kemenag, sekaligus memperkuat pemasaran produk UMKM perempuan di era ekonomi digital.
4. Direkomendasikan agar kelompok penerima KURMA diintegrasikan sebagai komunitas binaan keluarga sakinah melalui KUA Kecamatan. Integrasi ini dapat dilakukan melalui penyuluhan rutin mengenai ekonomi keluarga, etika bisnis Islam, dan manajemen pendapatan rumah tangga. Dengan demikian, pemberdayaan ekonomi tidak hanya menghasilkan dampak finansial, tetapi juga memperkuat keharmonisan, kemandirian, dan kesejahteraan keluarga.
5. Sertifikasi Kompetensi Pendamping UMKM Perempuan untuk meningkatkan kualitas dan standar pendampingan. Modul pelatihan perlu mencakup aspek teknis (produksi dan digital marketing) serta aspek non-teknis seperti etika bisnis, literasi keagamaan, dan kepekaan sosial. Penyuluh agama dapat dilibatkan sebagai *co-facilitator* untuk memberikan dimensi pemberdayaan berbasis akhlak dan nilai keagamaan.
6. Pengembangan Dashboard Data Kemandirian Perempuan yang mengintegrasikan data dari Pemkab Sidoarjo, Dinas Koperasi, dan Kemenag. Dashboard ini digunakan sebagai dasar perencanaan program, pemetaan kebutuhan pelatihan, serta evaluasi keberlanjutan usaha. Sistem digitalisasi data ini mendukung agenda transformasi digital Kemenag, sekaligus mempercepat proses pengambilan kebijakan berbasis data (*evidence-based policy*).

OECONOMICUS Journal of Economics
Vol. 10, No. 2, June 2026
pISSN: 2548-6004; eISSN: 2715-4882
DOI: https://doi.org/10.15642/oje.tahun.v.i.x-yx

Daftar Pustaka

Alhassan, E. A., Hoedoafia, M. A., & Braimah, I. (2022). *The Effects of Microcredit on Profitability and the Challenges on Women Owned SMEs*. Journal of Entrepreneurship and Business Innovation.

Dwi, A., et al. (2024). *Efektivitas Implementasi Program Bantuan Modal Usaha di Kabupaten Sidoarjo*. Jurnal Media Akademik.

Ekasari, A., Meutia, M., Uzliawati, L., & Mulyasari, W. (2024). *The effect of financial literacy on Indonesian women micro entrepreneurs through financial intermediation*. JIPD.

Fatimah, A. F., Luthfiah, U., Alifah, N., Widya, & Mustofa, A. (2025). *Microcredit and Women's Empowerment: Assessing the Long-Term Effects of Small Business Loans in Rural Economies*. Journal of Microeconomic Analysis.

Haryati, T., Putri, S. Y., & Wilasittha, A. A. (2022). *Strategi Menggali Potensi dan Peluang Usaha untuk Memperoleh Pendanaan KURMA*. SENSASI: Jurnal Pengabdian Masyarakat.

Irawan, M. (2023). *Efektivitas Bantuan Modal Usaha terhadap Upaya Peningkatan Pendapatan Pelaku Usaha Kuliner*. Jurnal Muamalat Indonesia.

Pakkana, M., & Arsyad, L. (2022). *Microfinance Institutions and Empowerment of Women in Rural Area: A Case in Tangerang*. Signifikan: Jurnal Ilmu Ekonomi.

Tanuwijaya, H., Suhandiah, S., Wibowo, J., & Oktaviani. (2024). *Pengembangan Bisnis UMKM Penerima Kartu Usaha Perempuan Mandiri Desa Buncitan Kabupaten Sidoarjo*. Society: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat.