



## **Peran Komunikasi Inovasi Koperasi Wanita dalam Penguatan Ekonomi Perempuan Madura: Studi Kasus Koperasi Nadhliyatun Nisa' Sumenep**

**Salzafira Al Madinah MF<sup>1</sup>, Sayyidil Akbar<sup>2</sup> & Farida Nurul Rahmawati<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Universitas Trunojoyo Madura, Bangkalan, Indonesia, 69162

E-mail: 220531100085@student.trunojoyo.ac.id

### **RIWAYAT ARTIKEL**

*Received : 2025-11-05*

*Revised : 2025-11-26*

*Accepted : 2025-11-27*

### **KEYWORDS**

*Innovation Communication*

*Women's Cooperatives*

*Women's Empowerment*

### **KATA KUNCI**

Komunikasi Inovasi

Koperasi Wanita

Pemberdayaan Wanita

### **ABSTRACT**

*Cooperatives are considered a strategic tool to achieve the Sustainable Development Goals (SDGs), particularly poverty alleviation and gender equality. Women's cooperatives in rural areas of Indonesia play an important role in strengthening women's micro, small, and medium enterprises (MSMEs) as well as improving family economies. However, women's cooperatives still face many challenges, especially those related to social, cultural, and economic factors, as well as limitations in utilizing innovative and communication technologies to develop businesses and marketing. Nadhliyatun Nisa' Cooperative in Kebon Agung Village, Sumenep Regency, Madura, is used to evaluate the role of innovation communication in strengthening women's cooperatives. The study was conducted using a qualitative approach, involving documentation, in-depth interviews, and observation. Research shows that cooperatives help members improve by providing skills training such as business management, marketing strategies, and financial literacy. Innovation communication is very important to support members' economic resilience, expand business networks, and enhance the competitiveness of local products. This cooperative has successfully increased members' income, entrepreneurial skills, and women's social standing in the community, despite facing various structural and cultural challenges.*

### **ABSTRAK**

Koperasi dianggap sebagai alat strategis untuk mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), terutama pengentasan kemiskinan dan kesetaraan gender. Koperasi wanita di wilayah pedesaan Indonesia memainkan peran penting dalam memperkuat usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) perempuan serta meningkatkan perekonomian keluarga. Namun, koperasi wanita masih menghadapi banyak masalah, terutama yang berkaitan dengan faktor sosial, budaya, dan ekonomi, serta keterbatasan dalam menggunakan inovasi dan komunikasi teknologi untuk mengembangkan usaha dan pemasaran. Koperasi Nadhliyatun Nisa' di Desa Kebon Agung, Kabupaten Sumenep, Madura, digunakan untuk mengevaluasi peran komunikasi inovasi dalam penguatan koperasi wanita. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif, yang melibatkan dokumentasi, wawancara mendalam, dan observasi. Penelitian menunjukkan bahwa koperasi membantu anggota menjadi lebih baik dengan memberikan pelatihan keterampilan seperti manajemen usaha, strategi pemasaran, dan literasi keuangan. Komunikasi inovasi sangat penting untuk mendukung ketahanan ekonomi anggota, memperluas jaringan usaha, dan meningkatkan daya saing produk lokal. Koperasi ini telah berhasil meningkatkan pendapatan anggota, keterampilan kewirausahaan, dan posisi sosial perempuan

dalam komunitas, meskipun menghadapi berbagai tantangan struktural dan kultural.

## 1. Pendahuluan

Koperasi adalah salah satu organisasi ekonomi yang memiliki potensi besar untuk bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama di kalangan perempuan. Di berbagai negara yang berkembang, termasuk Indonesia, koperasi ini sering menjadi alat efektif yang memberdayakan perempuan untuk bisa menghasilkan pendapatan. Perempuan dapat terlibat dalam usaha bersama yang memberikan keuntungan ekonomi dan sosial melalui koperasi (Cornelius, 2018). Koperasi adalah gerakan ekonomi rakyat yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dalam pembangunan ekonomi nasional untuk mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur. Koperasi Wanita sangat diandalkan dalam mendorong pemberdayaan perempuan di bidang ekonomi (Sudrajat & Khoiri, 2018).

Menurut Sukirno & Irfan (2019), Teori komunikasi inovasi dikembangkan oleh Everett M. Rogers melalui *Diffusion of Innovations Theory* (Teori Difusi Inovasi). Teori ini menjelaskan bagaimana komunikasi di dalam masyarakat mampu mempromosikan dan memunculkan inovasi atau gagasan yang baru, seperti yang sudah dijelaskan oleh Rogers, difusi inovasi adalah suatu proses di mana inovasi secara bertahap dikomunikasikan di antara anggota sistem sosial melalui saluran tertentu. Komunikasi inovasi adalah upaya manusia untuk mengumpulkan dan mengembangkan informasi (komunikasi) untuk menghasilkan, mengembangkan, menyebarkan, atau mengubah kehidupan (inovasi). (Sumardjo et al., 2022).

Perempuan memainkan peran penting dalam membangun negara dan keluarga. Pendekatan ini melibatkan sistem pemerintahan, hukum, sosial, dan budaya, serta situasi ekonomi dan keuangan (Gerlach, 2021). Untuk menjadi wirausaha yang sukses dan berdaya harus memiliki reputasi yang kuat sebagai orang yang teliti, mandiri, pantang menyerah, dan telaten. Perempuan terbukti memiliki semangat juang dan optimistis yang sangat tinggi, terutama dalam membangun keluarganya sebagai unit organisasi terkecil dalam masyarakat (Mira Veranita et al., 2023). Oleh karena itu, sangat penting untuk mendorong perempuan dalam UMKM, karena mereka dapat meningkatkan perekonomian keluarga dan negara. Perempuan yang terlibat dalam kegiatan ekonomi mampu membantu keluarga, membangun ketahanan ekonomi, mengentaskan

kemiskinan, dan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan (Juwairiyah et al., 2022).

Pengusaha perempuan dianggap sebagai mesin terbaru untuk pembangunan industri yang inklusif dan berkelanjutan (Thaddeus et al., 2022). Sangat penting untuk mendorong perempuan menjadi pengusaha, karena mereka membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi, mengurangi kemiskinan, dan menciptakan lapangan kerja (Zeidan dan Bahrami, 2020). Kewirausahaan perempuan harus dibentuk dengan tepat berdasarkan karakteristik serta keahlian yang diperlukan untuk beradaptasi dengan pergeseran tren dan peluang bagi negara ke pasar global. Mereka juga harus memiliki tingkat profesional yang cukup tinggi untuk bisa mendukung kesuksesan di bidang kewirausahaan.

Oleh karena itu, sangat penting memeriksa elemen yang memberdayakan perempuan (Alsaad et al., 2023). Namun, meskipun banyak program dan sumber daya yang disediakan di negara-negara berkembang, perempuan masih memiliki dan mengelola lebih sedikit bisnis daripada laki-laki, mereka menghasilkan lebih sedikit uang dengan bisnis mereka yang berkembang lebih lambat, lebih mungkin gagal, dan lebih cenderung menjadi pengusaha yang lebih berkebutuhan, tidak ada alasan bagi pengusaha perempuan untuk menjadi pengecualian (Ayinaddis, 2023).

Koperasi wanita ini memiliki potensi besar untuk menjembatani kesenjangan ini. Dengan bergabung dalam koperasi, perempuan di pedesaan dapat memperkuat suatu posisi ekonomi mereka (Tjiptaningsih, 2017). Setiap keputusan diatur oleh laki-laki (suami), bersama perempuan, atau hanya perempuan. Perempuan yang memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan secara mandiri, atau mereka yang memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan bersama (Efendi et al., 2023).

Namun, menurut hasil penelitian (Mujiyanti, 2023), masalah koperasi menunjukkan beberapa masalah utama: persaingan, sumber daya manusia, modal, kesadaran anggota, dan persepsi masyarakat. Meningkatkan pelatihan anggota, manajemen modal, transparansi, dan mengatasi persepsi buruk adalah solusi yang diusulkan. Menurut Yang & Gan (2020), fleksibilitas dalam manajemen sumber daya manusia (SDM) membantu koperasi untuk bertahan dan berkembang dengan membantu dalam merencanakan dan menerapkan strategi dengan cara yang berbeda (Alsaad et al., 2023). Koperasi wanita di Indonesia juga menghadapi tantangan dalam

mengembangkan bisnis mereka, meskipun koperasi memiliki potensi yang besar untuk mengangkat ekonomi perempuan, namun dengan rendahnya partisipasi anggota terutama di daerah pedesaan, seperti Madura membuat itu menjadi salah satu tantangan yang paling utama (Rudy Haryanto, 2016).

Hal ini dapat disebabkan oleh banyak hal, seperti halnya faktor sosial, budaya, dan ekonomi. Selain itu, koperasi wanita seringkali menghadapi kesulitan dalam memanfaatkan teknologi komunikasi dan inovasi untuk memperluas jaringan pemasaran mereka (Marthalina, 2018). Nilai-nilai budaya sangatlah kuat dimiliki oleh masyarakat Madura, terutama yang berkaitan dengan peran gender dalam keluarga. (Hatneny, 2017). Selain itu, ada kekhawatiran bahwa keterlibatan perempuan dalam koperasi dapat mengganggu peran tradisional mereka dalam rumah tangga (wawancara Ibu Nur Laila selaku Ketua PKK desa kebon agung).

Warga di Desa Kebon Agung, khususnya perempuan yang mempunyai usaha UMKM melakukan pinjaman sebagai modal usaha, sehingga membutuhkan pengembangan dan modal. Perempuan di Desa Kebon Agung sangat kesusahan melakukan pinjaman dengan jasa yang kecil, sebelum adanya koperasi wanita, banyak yang memilih untuk melakukan pinjaman ke rentenir dengan bunga yang tinggi dan jangka waktu pengembalian yang sangat singkat, tapi dengan diadakannya koperasi wanita, perempuan di Desa Kebon Agung jadi lebih mudah untuk mengakses permodalan dengan jasa yang kecil, dan jangka waktu yang lama tanpa adanya persyaratan yang harus dilengkapi (Wawancara Ibu Astutik selaku Ketua Koperasi). Koperasi wanita Desa Kebon Agung seringkali menghadapi kesulitan dalam pemasaran produk. Selama ini, pemasaran hanya dilakukan dengan cara konvensional, seperti dari mulut ke mulut, atau melalui platform media sosial sederhana seperti WhatsApp.

Hal ini menyebabkan produk koperasi sulit dikenal di luar lingkup lokal karena jangkauan pemasaran yang terbatas. Padahal, pemanfaatan teknologi dan inovasi komunikasi, seperti e-commerce atau platform digital lainnya dapat membantu meningkatkan pendapatan koperasi dan memperluas peluang pasar. (wawancara Ibu Masiyatun selaku UMKM Keripik pentol Sumenep). Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berangkat dari permasalahan utama berupa keterbatasan pemanfaatan komunikasi inovasi dalam pengembangan koperasi wanita di Desa Kebon Agung, Kabupaten Sumenep, Madura, yang dipengaruhi oleh rendahnya tingkat pendidikan

anggota, kuatnya norma budaya yang membatasi partisipasi perempuan, serta akses pemasaran yang masih mengandalkan metode tradisional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran komunikasi inovasi dalam mendukung keberlanjutan dan penguatan koperasi wanita di Desa Kebon Agung. Secara akademik, penelitian ini berkontribusi dalam mengisi kekosongan kajian komunikasi pembangunan, khususnya terkait komunikasi inovasi berbasis koperasi wanita di wilayah dengan karakter budaya patriarkal. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pengelola koperasi dan pemangku kebijakan dalam merancang strategi komunikasi inovasi yang lebih kontekstual dan inklusif bagi pemberdayaan ekonomi perempuan pedesaan.

## 2. Teori dan Metodologi

### 2.1 Tinjauan Teoritis: Difusi Inovasi

Teori difusi inovasi yang dikembangkan oleh Everett M. Rogers adalah dasar penelitian ini. Teori ini menjelaskan bagaimana inovasi menyebar melalui saluran komunikasi dalam sistem sosial tertentu. Teori ini didefinisikan sebagai proses komunikasi yang terdiri dari empat komponen utama: inovasi, saluran komunikasi, dimensi waktu, dan sistem sosial. Teori ini digunakan dalam konteks koperasi wanita untuk melihat bagaimana program, praktik, dan teknologi baru dikomunikasikan kepada anggota; bagaimana anggota memahami dan mengadopsi inovasi; dan faktor sosial dan budaya yang memengaruhi proses adopsi. Konsep difusi inovasi digunakan sebagai alat analisis untuk melihat tahapan di mana anggota koperasi mengadopsi inovasi: pengetahuan (*knowledge*), persuasi (*persuasion*), keputusan (*decision*), implementasi (*implementation*), dan konfirmasi. Selain itu, teori ini membantu menjelaskan peran aktor penting, seperti pengurus koperasi, sebagai agen perubahan (*change agents*) dalam menyebarkan inovasi. Teori ini juga menjelaskan hambatan struktural dan kultural yang menghambat komunikasi inovasi di lingkungan pedesaan Madura. Subjek penelitian ini adalah anggota koperasi wanita di Desa Kebon Agung.

### 2.2 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus yang didasarkan pada perspektif subjek penelitian, yang meliputi pengalaman, persepsi, dan praktik komunikasi yang terjadi dalam koperasi wanita, pendekatan kualitatif dipilih untuk memahami fenomena sosial secara menyeluruh. Studi kasus

digunakan untuk mempelajari peran komunikasi inovasi dalam koperasi wanita di Desa Kebon Agung, Kabupaten Sumenep, Madura, yang memiliki karakteristik sosial dan budaya.

### 2.3 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Kebon Agung, yang terletak di Kabupaten Sumenep, Madura. Lokasi ini dipilih secara acak karena memiliki koperasi wanita yang aktif yang membantu pemberdayaan ekonomi wanita di tingkat desa. Selain itu, desa ini menarik sebagai lokasi penelitian untuk menyelidiki komunikasi inovasi dalam konteks budaya patriarkal karena kekuatan nilai budaya Madura yang memengaruhi partisipasi perempuan dalam aktivitas ekonomi.

### 2.4 Subjek dan Informan Penelitian

Anggota koperasi wanita Desa Kebon Agung adalah subjek penelitian ini. Metode purposive sampling digunakan untuk memilih informan berdasarkan tiga kriteria: (1) keterlibatan aktif dalam koperasi, (2) keterlibatan langsung dalam kegiatan usaha atau UMKM, dan (3) pengalaman mengikuti program atau inovasi yang ditawarkan oleh koperasi. Penelitian ini memiliki 12 informan, terdiri dari 3 pengurus koperasi (ketua, sekretaris, dan bendahara) dan 9 anggota koperasi yang bekerja sebagai usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Prinsip kecukupan data, atau data saturation, menentukan jumlah informan.

### 2.5 Teknik Pengumpulan Data

*Indepth Interview* (wawancara mendalam), partisipatif, diskusi kelompok terarah dan FGD (Focus Group Discussion), serta dokumentasi. Wawancara digunakan untuk mengetahui bagaimana informan memahami proses komunikasi inovasi dan bagaimana hal itu berdampak pada usaha mereka. Selain itu, observasi partisipatif digunakan untuk melihat bagaimana komunikasi berinteraksi dalam kegiatan koperasi. Dokumen juga digunakan untuk memperkuat data menjadi catatan koperasi.

### 2.6 Teknik Analisis Data

Analisis tematik adalah teknik yang digunakan untuk menganalisis data. Proses analisis terdiri dari empat tahap: (1) pengumpulan dan pengorganisasian data; (2) pengkodean data menggunakan gagasan difusi inovasi; (3) menemukan tema utama yang terkait dengan adopsi inovasi; dan (4) interpretasi data dengan mengaitkan temuan empiris dan kerangka teoretis. Untuk memahami dinamika komunikasi inovasi dalam koperasi wanita, teori difusi inovasi digunakan sebagai lensa analitis.

## 3. Hasil dan Diskusi

### a. Proses Komunikasi Inovasi dalam Koperasi Wanita Desa Kebon Agung

Komunikasi inovasi dalam koperasi sangat penting untuk meningkatkan kesadaran, minat, sikap, perilaku, dan partisipasi masyarakat terhadap inovasi dan meningkatkan kualitas, efektivitas, efisiensi, dan transparansi koperasi (Alamsyah et al., 2024). Komunikasi antara anggota masyarakat atau antara masyarakat satu dengan yang lainnya memungkinkan inovasi masuk ke dalam struktur sosial. Para anggota berfungsi sebagai sumber inovasi (karena umpan balik dan dorongan yang mereka berikan). (Brunner & Voigt, 2007). Oleh karena itu, komunikasi memainkan peran penting dalam proses perubahan sosial. Pengenalan, pemahaman, dan penilaian terjadi melalui jalur komunikasi, yang menyebabkan penerimaan atau penolakan inovasi.

Inovasi berbeda dengan difusi, inovasi dikomunikasikan kepada anggota sistem sosial dan proses keputusan inovasi terjadi dalam pikiran individu, sedangkan difusi terjadi antara unit sistem sosial (Pillai et al., 2013). Dampak komunikasi inovasi dalam kehidupan sistem sosial yang dinamis biasanya mencakup peningkatan pengetahuan atau wawasan, sikap, keterampilan, dan tindakan seseorang dalam memanfaatkan peluang untuk meningkatkan kesejahteraan diri, keluarga, dan masyarakat. Individu dalam sistem sosial semakin menyadari pentingnya komunikasi inovasi yang berkelanjutan (Sugiyono, 2022). Proses komunikasi inovasi dalam koperasi wanita di Desa Kebon Agung menunjukkan bahwa inovasi, baik dalam manajemen koperasi maupun dalam pengembangan usaha anggota, diterapkan melalui berbagai saluran komunikasi. Komunikasi sangat penting untuk pemberdayaan perempuan, terutama dalam upaya meningkatkan keterlibatan perempuan dalam kegiatan ekonomi.

Komunikasi yang efektif dapat mendorong kolaborasi antara anggota koperasi, meningkatkan pemahaman bersama, dan meningkatkan motivasi (Andhini, 2017). Mengacu pada Teori Difusi Inovasi Everett Rogers, proses komunikasi inovasi ini dilakukan dengan cara pengenalan dan pengembangan Inovasi yang diterapkan di koperasi wanita meliputi sistem pengelolaan keuangan, pengadaan pelatihan keterampilan bagi anggota, serta akses ke pasar yang lebih luas.

Penyebaran informasi dan penerapan inovasi di tingkat komunitas dipercepat oleh interaksi antara anggota koperasi. Dalam hal ini, jaringan sosial

koperasi memungkinkan penyebaran informasi yang cepat dan luas (Melaku et al., 2024). Penyebaran informasi dan penerapan inovasi di tingkat komunitas dipercepat oleh interaksi antara anggota koperasi. Jaringan sosial koperasi dalam hal ini memungkinkan penyebaran informasi yang cepat dan luas.

#### **Temuan Lapangan:**

Koperasi wanita "Nadhliyatun Nisa" memberikan gambaran kepada warga akan pentingnya berkoperasi. Pengurus koperasi juga memperkenalkan komunikasi inovasi melalui pertemuan rutin untuk membahas perkembangan koperasi dan ide-ide inovasi, serta pelatihan yang dilakukan secara daring (online) untuk memperkenalkan teknologi dan strategi bisnis yang melibatkan seluruh anggota. Koperasi telah melatih anggota dalam mengelola bisnis melalui program pelatihan keterampilan seperti manajemen usaha, pemasaran, dan literasi keuangan. Ini sejalan dengan teori pemberdayaan ekonomi perempuan, yang menyatakan bahwa peningkatan keterampilan merupakan langkah penting menuju kemandirian. Saluran komunikasi interpersonal, seperti diskusi tatap muka, memainkan peran penting dalam tahap ini, serta penggunaan media sosial seperti Whatsapp dan Tiktok digunakan untuk menyebarkan informasi terkait program koperasi.

Interaksi antar anggota koperasi mempercepat penyebaran informasi dan penerapan inovasi di tingkat komunitas karena adanya keterbukaan diantara anggota dan pengurus menjadi faktor utama dalam keberhasilan, dengan cara memudahkan anggota mengakses informasi, mengajukan pinjaman, dan memberikan masukan, serta membuat keputusan koperasi dan pengelolaan keuangan menjadi lebih transparan. Koperasi juga berfungsi sebagai ruang sosial yang meningkatkan hubungan antarperempuan. Dalam koperasi, solidaritas sosial yang terbentuk menjadi fondasi bagi kerja sama yang lebih erat di antara anggota, ini menciptakan lingkungan yang mendukung untuk pertumbuhan ekonomi kolektif, yang mana keterbukaan itu dipertanggungjawabkan setiap satu tahun dalam rapat anggota tahunan. Jadi anggota itu berhak mengetahui arus kas yang keluar masuk, arus neraca yang ada di koperasi, dan perkembangan dari permodalan, sehingga tidak hanya pengurus yang mengetahui, namun anggota juga berhak mengetahui mengenai keuangan yang ada di koperasi, dan juga jumlah SHU (Sisa Hasil Usaha) yang didapat.

#### **b. Peran Koperasi Wanita dalam Pemberdayaan Ekonomi Perempuan**

Menurut Rogers (dalam Schultz, 1993) Perempuan memiliki peran dan tanggung jawab ganda di dunia kerja, baik di pekerjaan maupun di rumah, mereka harus mampu menyeimbangkan kehidupan pribadi dan pekerjaan mereka. Perempuan sekarang menyadari pentingnya bekerja untuk bisa membantu kehidupan ekonomi keluarga, juga meningkatkan kelangsungan hidup keluarga (Mira Veranita et al., 2023). Program pemberdayaan perempuan bertujuan untuk meningkatkan dan mendorong berbagai potensi perempuan, sehingga mereka dapat memanfaatkan sumber daya pembangunan dengan cara yang sama (Azizah, 2019).

Pemberdayaan ekonomi perempuan Indonesia sebagai peningkatan kemampuan perempuan untuk bisa berpartisipasi dan mengambil manfaat dari proses pertumbuhan dengan mengakui nilai kontribusi perempuan, menghormati martabat perempuan, dan memungkinkan perundingan distribusi manfaat pertumbuhan yang lebih adil (Nurul & Marfuah, 2023). Pemberdayaan perempuan diukur dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kesehatan pribadi dan keluarga (Hera et al., 2021).

Pemberdayaan perempuan berdampak besar dalam pendidikan, akses, perubahan layanan dan juga kesejahteraan keluarga (Am-Bler et al., 2021; Nwogwugwu, 2019). Pemberdayaan perempuan didefinisikan sebagai proses bagi perempuan untuk mendapatkan kemampuan untuk membuat pilihan hidup yang strategis dalam konteks apapun, karena kemampuan ini sebelumnya tidak diberikan kepada wo-men (Rumpiati et al., 2023). Koperasi adalah salah satu cara terbaik untuk mendorong pemberdayaan ekonomi perempuan. Koperasi dapat membantu dalam perekonomian sebagai bagian dari pemberdayaan ekonomi sektor dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat (Nurul & Marfuah, 2023).

#### **Temuan Lapangan:**

Koperasi wanita "Nadhliyatun Nisa" didirikan dengan tujuan mendorong ekonomi masyarakatnya, terutama kaum perempuan, dengan mendapatkan pinjaman modal dengan jasa seminimal mungkin, dan bisa diangsur selama 10 bulan, selain itu, di koperasi juga mendapatkan SHU (Sisa Hasil Usaha) yang dibagikan setiap tahun sekali dan setiap RAT (Rapat Pertanggungjawaban Pengurus), selain itu koperasi wanita juga tidak lupa menginformasikan kepada warga mengenai manfaat dari koperasi, seperti pinjaman bisa dilakukan kapan saja, dan tidak

ada anggaran, hanya saja menggunakan sistem tanggung renteng, yaitu apabila dalam satu kelompok ada anggota yang menunggak, maka dalam kelompok itu, semuanya harus ikut bertanggungjawab (Wawancara Ibu Astutik selaku Ketua Koperasi).

Dampak Komunikasi Inovasi terhadap penguatan ekonomi sangatlah berdampak besar, dengan adanya komunikasi inovasi yang diterapkan kepada masyarakat di Desa Kebon Agung, banyak masyarakat yang menjadi anggota koperasi wanita, selain itu mereka juga dengan mudah mendapatkan tambahan modal usaha untuk memajukan UMKM mereka tanpa jaminan, dengan angsuran dan jasa yang begitu ringan. Masyarakat di Desa Kebon Agung sangat terbantu dengan adanya koperasi wanita, karena bisa mendapatkan pinjaman modal dengan bunga yang rendah melalui simpan pinjam di koperasi, dan dapat membantu mereka untuk mengembangkan usaha kecil seperti kerajinan, perdagangan, atau pengolahan makanan. Hal ini membuat perempuan menjadi seseorang yang lebih independen secara finansial, dengan mengurangi ketergantungan mereka pada laki-laki (suami) atau anggota keluarga lainnya dalam ekonomi. Perempuan di Desa Kebon Agung, sangat mempunyai andil yang besar sekali dalam membesarkan koperasi ini, mereka dengan sadarnya menyadari kewajiban mereka mengenai tanggungan mereka, jadi secara tidak langsung hal itu sangat memengaruhi perkembangan koperasi. Ini dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi, terutama bagi usaha kecil dan menengah (UMKM).

Keberhasilan koperasi bergantung pada sikap dan keinginan saling membantu para anggota. Koperasi simpan pinjam sekarang memiliki sistem pengelolaan yang berjenjang dan juga berkelanjutan yang bisa memungkinkan mereka menjadi lembaga keuangan nonbank yang dapat membantu sektor usaha mikro dengan masalah pendanaan dalam jangka panjang. Hal Ini memiliki potensi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, khususnya bagi usaha kecil dan menengah (UMKM). Untuk mendorong bisnis yang dikelola menjadi lebih efisien dan kompetitif, diperlukan fasilitas perkreditan yang dekat dengan masyarakat dan persyaratan yang tidak memberatkan. Ekonomi kerakyatan harus diprioritaskan sebagai sistem ekonomi yang memberikan pilihan kepada pelaku ekonomi lemah, karena berhubungan langsung dengan inti kehidupan rakyat kecil dan harus diberdayakan untuk meningkatkan pendapatan pelaku usaha mikro.

### c. Tantangan dan Hambatan dalam Komunikasi Inovasi dan Pemberdayaan Perempuan

Saat ini, pemerintah sangat memperhatikan pertumbuhan dalam usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk bisa mendorong pertumbuhan ekonomi sosial. Ekonomi di Indonesia saat ini sedang menghadapi ancaman resesi, sehingga menjadikan tantangan bagi pemerintah untuk memberikan kontribusi yang signifikan untuk pertumbuhan ekonomi dengan menyediakan beberapa lapangan pekerjaan, memberdayakan masyarakat, dan mengurangi ketimpangan sosial dan ekonomi (Rumpiati et al., 2023). Meskipun koperasi wanita di Desa Kebon Agung telah membantu perempuan dalam memperkuat ekonomi mereka, namun masih ada juga beberapa tantangan dan beberapa hambatan dalam proses komunikasi inovasi yang perlu diperhatikan. Kemampuan untuk berempati, atau menempatkan diri pada posisi orang yang diajak berkomunikasi, adalah hambatan terbesar yang sering kita temui dalam berkomunikasi.

Salah satu tantangan dalam komunikasi inovasi di koperasi yang terjadi adalah keterbatasan akses ke informasi, karena tidak semua anggota koperasi memiliki akses yang sama terhadap informasi mengenai inovasi yang sedang dilakukan, karena munculnya internet, banyak sektor telah mengalami perubahan yang signifikan, dan dinamika teknologi keuangan (*fintech*) yang memengaruhi perkembangan bisnis di Indonesia, sehingga sangat penting bagi anggota koperasi untuk mengetahui akses ke informasi untuk bisa mendapatkan inovasi (Romadhon & Fitri, 2020).

Dengan bantuan platform *e-commerce* dan teknologi digital, UMKM dapat menjangkau pelanggan yang berada di luar wilayah geografis tanpa memerlukan investasi fisik yang signifikan. Selain itu, digital juga bisa mendorong masyarakat lokal dan menawarkan peluang kerja, terutama bagi perempuan dan pemuda. UMKM dapat mengembangkan produk, layanan, dan model bisnis mereka dengan memanfaatkan teknologi untuk menyesuaikan diri dengan kebutuhan pasar yang dinamis. Inovasi digital juga membantu mengurangi ketimpangan finansial antara daerah perkotaan dan terpencil, meningkatkan akses pasar, dan mendukung perdagangan.

#### Temuan Lapangan:

Beberapa anggota seringkali terlambat mendapatkan informasi, terutama mereka yang tinggal di daerah yang lebih terpencil atau memiliki keterbatasan teknologi. Koperasi wanita "Nadhliyatun Nisa'" juga menerapkan komunikasi

inovasi dengan menyediakan beberapa program pelatihan yang sederhana dan intensif untuk seluruh anggota, tanpa memandang tingkat pendidikan mereka, dan juga memperkenalkan media sosial untuk bisa mempromosikan koperasi wanita, dan memperkenalkan *e-commerce* untuk penjualan usaha yang ada di koperasi. Meskipun koperasi wanita telah memberdayakan perempuan secara ekonomi, namun dengan nilai-nilai budaya yang sangat kuat dimiliki oleh masyarakat Madura masih menjadi masalah besar.

Perempuan seringkali tidak mendapatkan partisipasi secara aktif dalam koperasi karena peran tradisional mereka dalam keluarga untuk menghadapi tekanan di keluarga yang hanya mengutamakan tanggung jawab rumah tangga, yang membatasi keterlibatan mereka dalam kegiatan ekonomi yang lebih produktif. Sebagian besar tantangan berbasis gender dikaitkan dengan norma dan praktik gender yang kuat. Setiap orang memiliki hak untuk diperlakukan sama. Namun, ketidaksetaraan gender yang meluas terus melanggar hak asasi manusia yang mendasar ini. Menyadari perlunya perubahan, upaya untuk mengatasi ketidaksetaraan gender sekarang melintasi undang-undang dan kebijakan.

Perempuan juga dianggap tidak mampu mendapatkan uang dan dipandang sebagai ibu rumah tangga dan sebagai pengasuh, daripada pengusaha yang sukses (Asian Development Bank, 2016). Perempuan dilarang membuat keputusan sendiri di beberapa budaya dan diberbagai agensi. Selain itu, perempuan miskin di pedesaan seringkali masih buta huruf, sehingga menghambat mereka untuk bisa berpartisipasi dalam bisnis, sehingga hanya laki-laki yang diberikan kesempatan untuk bisa meningkatkan kapasitas yang ada di bidang perekonomian Indonesia (Baltenweck et al., 2022). Koperasi "Nadhliyatun Nisa" juga membantu perempuan Madura secara langsung dalam meningkatkan keterlibatan perempuan dan mengatasi tantangan yang berhubungan dengan kesetaraan gender dan ekonomi.

Selain memberikan pinjaman modal, koperasi juga menawarkan pendampingan intensif untuk memastikan bahwa dana yang dipinjam digunakan secara produktif untuk pengembangan usaha UMKM, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga, dan berperan sebagai wadah bagi perempuan untuk terlibat dalam kegiatan sosial yang mendukung pengembangan diri dan koperasi. Kegiatan ini mencakup program-program yang mampu

mendorong partisipasi perempuan dalam pengambilan keputusan, baik di tingkat keluarga maupun masyarakat, sehingga dapat memperkuat posisi perempuan dalam struktur sosial yang patriarkal.

Pada tahun 2018, koperasi Nadhliyatun Nisa mendapatkan penghargaan dari bapak Bupati sebagai koperasi terbaik yang ada di Kabupaten Sumenep, selain itu koperasi juga ditunjuk oleh Dinas untuk mengelola Mall UMKM yang di Sumenep, dan ini merupakan peran penting bagi semua anggota koperasi. Hal ini mampu membuktikan bahwa komunikasi inovasi yang dilakukan oleh pengurus koperasi kepada anggotanya berhasil, perempuan pelaku usaha sekaligus anggota koperasi memiliki andil yang besar dalam kemajuan koperasi dan mampu dalam menjalankan bisnis.

#### **d. Dampak Ekonomi dan Sosial Koperasi Wanita**

Dampak langsung yang terjadi dalam komunikasi inovasi adalah peningkatan kualitas perilaku individu atau personel (organisasi) yang lebih produktif karena mereka lebih mampu menyesuaikan diri dengan kondisi lingkungan saat ini, meningkatkan martabat diri, keluarga, dan masyarakat. Kualitas perilaku sebagai hasil langsung komunikasi inovasi adalah kemampuan untuk membuat kehidupan lebih bermartabat, adil, dan sejahtera. Dampak komunikasi inovasi dalam kehidupan sistem sosial biasanya mencakup beberapa hal, peningkatan, pengetahuan atau wawasan, sikap, keterampilan, dan tindakan seseorang untuk memanfaatkan peluang dalam meningkatkan kesejahteraan diri, keluarga, dan masyarakat.

Perkembangan kemudahan berkomunikasi telah menyebabkan perubahan sosial, baik di dalam masyarakat maupun di luar masyarakat, bahkan di luar Negara untuk meningkatkan kualitas hidup individu dan masyarakat adalah bagian dari melakukan perubahan. Perubahan dalam nilai-nilai sosial, norma, dan berbagai pola dalam kehidupan masyarakat dikenal sebagai perubahan sosial.

Inovasi dapat secara bertahap atau cepat menyebar ke anggota masyarakat atau sistem sosial lainnya di lingkungan tertentu. Koperasi mendorong inklusi finansial yang terjadi dan memungkinkan seseorang untuk berpartisipasi dalam bisnis yang menghasilkan pendapatan. Secara keseluruhan, berfungsi sebagai alat penting untuk meningkatkan pembangunan sosial ekonomi,

memberdayakan masyarakat, dan mengurangi tingkat kemiskinan. Pembangunan sosial dan ekonomi bergantung pada pemberdayaan perempuan untuk meningkatkan kesetaraan gender, meningkatkan agensi yang dimiliki perempuan, dan menciptakan masyarakat yang inklusif (Piyumali & Balasooriya, 2023).

Koperasi mengembangkan modal sosial dalam bentuk jejaring sosial antarorganisasi dan interpersonal, baik internal maupun eksternal yang berfungsi sebagai cara untuk mengirimkan volume dan keragaman informasi yang besar (Perez et al., 2023). Perempuan sekarang dipandang tidak hanya sebagai pelengkap tetapi juga sebagai orang yang memiliki kemampuan untuk berkontribusi aktif pada kemajuan ekonomi keluarga dan masyarakat.

Perempuan tidak hanya menjadi anggota penerima dalam keluarga, tetapi mereka juga ikut serta dalam kesejahteraan ekonomi keluarga dan pengambilan keputusan. Kualitas hidup perempuan ditingkatkan melalui program koperasi wanita, yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan masyarakat, mengurangi pengangguran, dan mengurangi kemiskinan (Timur & Dwiputri, 2021). Anggota koperasi wanita, dengan peningkatan pendapatan dan keterampilan mereka, dapat memenuhi kebutuhan keluarga yang lebih baik, seperti pendidikan dan kesehatan, yang meningkatkan kualitas hidup secara keseluruhan (Afifah, 2022).

#### **Temuan Lapangan:**

Kehadiran koperasi wanita "Nadhliyatun Nisa" berdampak sangat besar dalam pemberdayaan perempuan, koperasi ini telah meningkatkan kekuatan ekonomi dan transformasi sosial perempuan, dengan mendapatkan pelatihan menggunakan internet oleh pengurus koperasi, pelaku UMKM sekaligus anggota koperasi dapat mempromosikan dan juga memasarkan produk UMKM melalui internet. Sebagian besar anggota, mengatakan bahwa mereka memperoleh pendapatan setelah bergabung dalam koperasi, dengan adanya tambahan modal usaha dan pelatihan yang membantu mengembangkan bisnis UMKM mereka, yang berdampak positif pada kesejahteraan keluarga. Inovasi pemasaran yang diadopsi oleh pengurus koperasi ini telah memungkinkan anggota koperasi yang sebelumnya tidak dapat mempromosikan dan memasarkan produk berdasarkan kebiasaan perilakunya, menjadi mampu mempromosikan dan memasarkan produk sesuai dengan kebutuhan pasar. Perubahan sosial dalam praktik bisnis

terjadi setelah perbaikan kesejahteraan anggota koperasi. Dengan kehadiran teknologi komunikasi yang inovatif yang berbasis internet, perubahan ini menjadi lebih cepat. Koperasi ini juga memberikan perempuan posisi sosial yang lebih baik di masyarakat yang sebelumnya hanya didominasi oleh laki-laki. Perubahan persepsi terhadap peran perempuan memberikan keberhasilan ekonomi anggota koperasi yang dapat mengubah perspektif masyarakat terhadap peran perempuan dalam ekonomi.

#### **4. Kesimpulan**

Penelitian ini menunjukkan menunjukkan bahwa komunikasi inovasi sangat penting untuk membantu koperasi wanita di Desa Kebon Agung berhasil dalam memberdayakan ekonomi perempuan. Komunikasi inovasi berbasis kelompok dan interpersonal dapat meningkatkan partisipasi anggota dan memperluas jejaring usaha meskipun koperasi menghadapi banyak tantangan, seperti tingkat pendidikan yang rendah, kurangnya dukungan keluarga, akses informasi yang tidak merata, dan keterbatasan literasi keuangan. Koperasi dapat meningkatkan pendapatan, keterampilan kewirausahaan, dan posisi sosial perempuan dalam keluarga dan masyarakat melalui pelatihan keterampilan, pendampingan usaha, dan pemanfaatan teknologi digital sederhana.

Secara teoretis, penelitian ini membantu mengembangkan penelitian komunikasi pembangunan dengan menunjukkan bahwa difusi inovasi dalam koperasi wanita di wilayah dengan budaya patriarkal tidak selalu lambat atau ditolak, seperti yang ditemukan dalam penelitian sebelumnya. Hasilnya menunjukkan bahwa komunikasi inovasi yang kontekstual, inklusif, dan berbasis kepercayaan sosial dapat mendorong adopsi inovasi. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan update empiris tentang keberhasilan difusi inovasi dalam koperasi wanita Madura.

Secara praktis, temuan penelitian ini menunjukkan betapa pentingnya membangun strategi komunikasi yang inovatif dan menggunakan teknologi digital yang mudah digunakan dalam manajemen koperasi wanita. Untuk meningkatkan kemandirian ekonomi perempuan, pengurus koperasi dan pemangku kebijakan harus mendukung pelatihan berkelanjutan, pendampingan usaha, dan transparansi pengelolaan koperasi. Metode ini tidak hanya meningkatkan kelangsungan koperasi tetapi juga mengubah peran sosial perempuan dan mengembangkan ekonomi berbasis komunitas di daerah pedesaan.

## 5. Persembahan

Kami mengucapkan banyak terimakasih kepada Universitas Trunojoyo Madura selaku kampus tercinta, serta tim riset yang sudah membantu dalam penelitian dan pengerjaan artikel. Dan juga tidak lupa kepada Program Studi Ilmu Komunikasi, LPPM yang telah mendukung kegiatan pengabdian masyarakat dan penelitian ini dengan memberikan wawasan dan keahlian yang sangat membantu dalam kegiatan.

## 6. Referensi

- Afifah, A. N. (2022). *Peran koperasi wanita Mayangsari dalam upaya pemberdayaan perempuan di Desa Banjarrejo Lampung Timur*.
- Alamsyah, Pranawukir, I., Sukma, A. H., & Suandy, F. (2024). Komunikasi inovasi dalam pelayanan publik Kecamatan Beji Kota Depok. *Jurnal Lugas*, 8(1), 96–105.
- Alsaad, R. I., Hamdan, A., Binsaddig, R., & Kanan, M. A. (2023). Empowerment sustainability perspectives for Bahraini women as entrepreneurs. *International Journal of Innovation Studies*, 7(4), 245–262. <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2023.04.003>
- Andhini, W. T. (2017). Komunikasi pemberdayaan kelompok pedagang Pantai Pesona Rupa Utara oleh Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Bengkalis. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. <https://www.neliti.com/id/publications/127625/komunikasi-pemberdayaan-kelompok-pedagang-pantai-pesona-kp3-rupa-utara-oleh-din>
- Anggito, A., & Setiawan, J. S. P. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak. <https://books.google.co.id/books?id=59V8DwAAQBAJ>
- Ayinaddis, S. G. (2023). Socio-economic factors affecting women's entrepreneurial performance in MSEs in Bahir Dar City, Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00289-w>
- Azizah, S. N. (2019). Wanita dan peranannya dalam memajukan UMKM batik di Kebumen. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 13(1), 15–19. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i1.98>
- Baltenweck, I., Ouma, E. A., & Nagujja, J. (2022). Gender-inclusive business models in livestock value chains in low- and middle-income countries: What can we learn from the literature? *Frontiers*.
- Brunner, D., & Voigt, T. (2007). Innovation processes in cooperative organizations: Results from a case study. *Paper presented at the EMNet Conference* (pp. 1–17).
- Cornelius, V. (2018). Kerangka kerja untuk pengelolaan sumber daya pertanian, kemitraan, peningkatan kesejahteraan dan fasilitasi perluasan lapangan kerja bagi perempuan. *Jurnal Good Governance*, 13(1), 30–43. <https://doi.org/10.32834/gg.v13i1.28>
- Efendi, F., Sebayang, S. K., Astutik, E., Reisenhofer, S., & McKenna, L. (2023). Women's empowerment and contraceptive use: Recent evidence from ASEAN countries. *PLOS ONE*, 1–15. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0287442>
- Gerlach, M. (2021). *Female social entrepreneurship: Challenging boundaries and reframing gender and economic structures*. <https://doi.org/10.3224/84742530>
- Hatneny, A. I. (2017). Koperasi wanita dan pemberdayaan perempuan dalam menumbuhkan ekonomi kerakyatan di Kota Malang. *JU-Ke (Jurnal Ketahanan Pangan)*, 1(2), 66–77.
- Hidayat, I., Qurotulaini, D. L., Safitri, N. A., & Novitasari, R. (2024). Transformasi digital pada UMKM di Indonesia dalam menghadapi tantangan dan peluang pada akses pembiayaan. *JiIC: Jurnal Intelek Insan Cendekia*, 1(10), 7414–7423.
- Juwairiyah, I., Andrianto, M., & Syafitri, R. (2022). Peran perempuan dalam membangun UMKM di Kota Tanjungpinang. *Jurnal Humaya: Jurnal Hukum, Humaniora, Masyarakat, dan Budaya*, 2(2), 150–160. <https://doi.org/10.33830/humayafhisip.v2i2.3838>
- Marthalina. (2018). Pemberdayaan perempuan dalam mendukung usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia. *Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintah*, 3(1), 59–76.
- Melaku, B. S., Sefereh, E. Y., Emunu, M. H., & Wassie, D. Y. (2024). Application of communication strategies in the diffusion of agricultural innovations and technologies: The case of Amhara Regional Agricultural Research Institute, Ethiopia. *Cogent Social Sciences*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2306704>
- Veranita, M., Gunardi, Yusuf, R., & Hidayat, Y. R. (2023). Pemberdayaan pelaku UMKM perempuan dalam upaya peningkatan ketahanan ekonomi melalui pelatihan digital marketing. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada*

- Masyarakat), 4(3), 388–401.  
<https://doi.org/10.37339/jurpikat.v4i3.1461>
- Nurul, V., & Marfiah, L. A. (2023). Peran koperasi wanita “Binangkit” dalam memberdayakan ekonomi wanita. *Tamkin: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 5(2), 231–250.  
<https://doi.org/10.15575/tamkin.v5i2.23860>
- Perez, G., Cervantes, R., Davila, G., & Estevez, Y. (2023). Social capital in cooperatives: A typology. *Economics and Sociology*, 16(4), 155–177.  
<https://doi.org/10.14254/2071-789X.2023/16-4/7>
- Pillai, N., Vijayamohan, & Asalatha, B. (2013). *Women empowerment: An epistemic quest*. MPRA Paper No. 43859.
- Piyumali, K. D., & Balasooriya, V. (2023). The impact of cooperatives on the economic and social empowerment of women in rural areas of Sri Lanka. *Sri Lanka Journal of Social Development*, 1(9), 16–21.
- Romadhon, F., & Fitri, A. (2020). Analisis peluang dan tantangan penggunaan financial technology sebagai upaya optimalisasi potensi UMKM (Studi kasus UMKM di Gresik). *Jurnal Technobiz*, 3(1), 30–44.
- Haryanto, R. (2016). Peningkatan ekonomi kerakyatan melalui penguatan manajerial koperasi wanita di Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan. *Nuansa: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Keagamaan Islam*, 13(2), 449–482.
- Rumpiati, Murti, B., Peristiwati, Y., & Katmini. (2023). Women empowerment in health: A systematic review. *Indonesian Journal of Medicine*, 8, 194–202.
- Sudrajat, M. A., & Khoiri, M. T. (2018). Analisis tingkat kesehatan koperasi wanita di Kota Madiun. *Jurnal Akuntansi*, 1(2), 116–133.
- Sukirno, Z. L., & Irfan, E. (2019). Teknologi komunikasi informasi dan dekonstruksi tren pariwisata. *Journal of Tourism and Creativity*, 3(2), 179.  
<https://doi.org/10.19184/jtc.v3i2.14023>
- Timur, C. J., & Dwiputri, I. N. (2021). Eksistensi koperasi wanita dalam pencegahan feminisasi kemiskinan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Pendidikan*, 1(1), 78–84.  
<https://doi.org/10.17977/um066v1i12021p78-84>
- Tjiptaningsih, W. (2017). Pemberdayaan perempuan dalam upaya peningkatan ekonomi keluarga (Studi kasus pada kelompok usaha perempuan di Desa Sindangkempeng Kecamatan Gregeg Kabupaten Cirebon). *Jurnal Ilmiah Administrasi*, 2, 28–35.

Wardyaningrum, D. (2023). Komunikasi ibu anggota kelompok pengusaha kecil dalam menghadapi situasi pandemi. *I*, 1–19.  
<https://eprints.uai.ac.id/2093/>

#### Buku

- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif*.
- Sumardjo, Rusli, Y., & Vitayala, A. (2022). *Komunikasi inovasi* (4th ed.). Universitas Terbuka.



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution Share Alike (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).