Titip Kue Pagi sebagai Strategi Pemberdayaan Ekonomi Ibu Rumah Tangga: Jaringan Warung Kopi dan Ketangguhan Ekonomi di Kota Banda Aceh

Hikmat Maswara[1]
[1]Program Studi Doktor Pendidikan IPS, Universitas Syiah Kuala, Indonesia
Email korespondensi: hikmat25@mhs.usk.ac.id

Abstrak

Praktik "titip kue pagi", yaitu penitipan dan penjualan kue produksi rumahan melalui warung kopi, merupakan aktivitas ekonomi lokal di Kota Banda Aceh. Kajian mengenai konsinyasi kue melalui warung kopi sebelumnya lebih banyak menyoroti aspek hubungan hukum, sementara fungsi jaringan tersebut sebagai mekanisme pemberdayaan ekonomi ibu rumah tangga masih terbatas dibahas. Penelitian ini bertujuan menganalisis titip kue pagi sebagai strategi pemberdayaan ekonomi ibu rumah tangga serta mengidentifikasi peran jaringan warung kopi dalam memperkuat ketangguhan ekonomi rumah tangga. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara dan observasi terhadap 16 informan yang terdiri atas 10 produsen kue rumahan dan 6 pengelola warung kopi atau kedai sarapan yang terlibat dalam praktik titip jual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik titip kue memperluas akses pasar dengan mengurangi kebutuhan produsen untuk memiliki tempat usaha sendiri. Hubungan produsen dan pengelola warung kopi dibangun melalui kepercayaan, komunikasi langsung, dan kesepakatan lisan yang membentuk jaringan pemasaran lokal. Praktik tersebut juga membuka peluang diversifikasi pendapatan rumah tangga, meskipun menghadapi kendala berupa keterlambatan pembayaran, keterlambatan pengiriman kue, dan kerusakan produk. Kendala tersebut umumnya diselesaikan melalui komunikasi dan musyawarah. Temuan menunjukkan bahwa praktik titip kue melalui jaringan warung kopi memperluas akses perempuan terhadap aktivitas ekonomi dan berpotensi memperkuat ketangguhan ekonomi rumah tangga.

Kata kunci: Titip Kue Pagi; Pemberdayaan Ekonomi; Ibu Rumah Tangga; Warung Kopi; Ketangguhan Ekonomi

I. PENDAHULUAN

Usaha berbasis rumah tangga merupakan salah satu bentuk aktivitas ekonomi yang memungkinkan perempuan terlibat dalam kegiatan produktif tanpa sepenuhnya meninggalkan tanggung jawab domestik. Fleksibilitas tempat dan waktu menjadi salah satu karakteristik yang memungkinkan kegiatan ekonomi dijalankan dari lingkungan rumah. Namun, fleksibilitas tersebut tidak dengan sendirinya menjamin keberlanjutan usaha. Perempuan yang menjalankan usaha rumahan tetap membutuhkan akses terhadap konsumen, sumber daya produksi, serta saluran pemasaran yang memungkinkan produk mereka menjangkau pasar. Oleh karena itu, usaha berbasis rumah perlu dipahami tidak hanya dari sisi aktivitas produksinya, tetapi juga dari hubungan ekonomi yang menghubungkan rumah tangga dengan lingkungan pasar. Penelitian mengenai perempuan yang menjalankan usaha dari rumah menunjukkan bahwa model tersebut dapat memberikan fleksibilitas dalam mengelola pekerjaan ekonomi dan tanggung jawab nonpasar yang melekat pada kehidupan rumah tangga (Ratih Indriyani, 2025). Dalam konteks negara berkembang, usaha berbasis rumah juga memiliki hubungan dengan posisi ekonomi keluarga dan kesejahteraan rumah tangga (Nur Hafiz Wijaya, 2026).

Meskipun demikian, kemampuan memproduksi barang dari rumah tidak secara otomatis menjamin keberlanjutan usaha. Persoalan penting yang dihadapi usaha rumahan mencakup

keterbatasan akses pasar, sumber daya, pengelolaan usaha, dan hambatan dalam mengembangkan kegiatan ekonomi. Rieneke Ryke Kalalo et al (2026) misalnya, menunjukkan bahwa usaha berbasis rumah yang dimiliki perempuan menghadapi hambatan pada tingkat individu, bisnis, maupun lingkungan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pemberdayaan ekonomi perempuan tidak cukup dipahami sebagai kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga perlu dianalisis melalui akses terhadap jaringan pemasaran dan sumber daya ekonomi.

Dalam perspektif pemberdayaan perempuan, akses terhadap sumber daya ekonomi perlu dibedakan dari kemampuan perempuan dalam mengendalikan dan memanfaatkan sumber daya tersebut. Kabeer (1999) menjelaskan pemberdayaan melalui keterkaitan antara sumber daya (*resources*), agensi (*agency*), dan capaian (*achievements*). Perspektif ini relevan untuk memahami praktik usaha rumahan karena keberadaan saluran pemasaran tidak hanya berkaitan dengan peluang memperoleh pendapatan, tetapi juga dengan kesempatan perempuan dalam mengelola kegiatan usaha, mengambil keputusan ekonomi, dan mempertahankan akses terhadap sumber daya produktif.

Salah satu bentuk jaringan pemasaran yang berkembang dalam kehidupan ekonomi masyarakat Kota Banda Aceh adalah praktik titip kue pagi. Dalam praktik ini, produsen kue rumahan menitipkan produk kepada warung kopi atau kedai sarapan untuk dijual kepada konsumen. Produsen tidak harus memiliki toko sendiri, sedangkan warung kopi memperoleh tambahan variasi makanan tanpa harus memproduksi sendiri seluruh produk yang ditawarkan. Dengan demikian, praktik tersebut membentuk pembagian fungsi ekonomi antara produsen dan pengelola warung kopi.

Konteks tersebut menjadi semakin relevan karena warung kopi memiliki posisi penting dalam kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat Banda Aceh. Penelitian Azura et al. (2024) menunjukkan adanya perubahan fungsi ruang coffee shop di Banda Aceh, termasuk semakin terbukanya ruang tersebut bagi perempuan. Sementara itu, Maulana et al. (2024) menunjukkan bahwa perkembangan coffee shop di Banda Aceh tidak hanya berkaitan dengan aktivitas konsumsi, tetapi juga dengan aktivitas sosial dan ekonomi lokal. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa warung kopi dapat dipahami bukan hanya sebagai tempat konsumsi minuman, tetapi sebagai ruang yang memungkinkan berlangsungnya berbagai hubungan sosial dan ekonomi.

Keterhubungan antara usaha rumahan dan warung kopi tersebut memperlihatkan bahwa ruang ekonomi lokal dapat menyediakan peluang pemasaran bagi pelaku usaha yang memiliki keterbatasan dalam menyediakan tempat penjualan sendiri. Dalam konteks ini, warung kopi tidak hanya berfungsi sebagai lokasi transaksi, tetapi juga sebagai penghubung antara kapasitas produksi rumah tangga dan kebutuhan konsumen. Hubungan tersebut menjadi penting untuk dikaji karena memperlihatkan bagaimana ruang usaha yang telah berkembang dalam kehidupan masyarakat dapat dimanfaatkan sebagai saluran pemasaran bagi produk yang dihasilkan perempuan dari rumah.

Dalam literatur kewirausahaan perempuan, jaringan sosial juga memiliki arti penting karena dapat menjadi sumber akses terhadap sumber daya. Sari dan Azzahra (2025) menunjukkan bahwa jaringan sosial merupakan salah satu aset yang dapat digunakan pengusaha untuk memperoleh akses terhadap sumber daya, meskipun manfaat jaringan dapat berbeda berdasarkan konteks dan karakteristik pelaku usaha. Dalam praktik titip kue, jaringan tersebut tidak harus berbentuk organisasi formal. Hubungan yang terbentuk dapat berlangsung melalui komunikasi langsung, kepercayaan, pengalaman transaksi sebelumnya, dan kesepakatan yang bersifat informal.

Secara sosiologis, hubungan ekonomi informal dapat dipahami melalui konsep *embeddedness* yang dikembangkan Granovetter (1985). Konsep ini menjelaskan bahwa tindakan ekonomi tidak berlangsung secara terpisah dari struktur hubungan sosial, melainkan tertanam dalam jaringan interaksi antarindividu. Dalam praktik titip kue, kepercayaan,

reputasi, komunikasi, dan pengalaman transaksi berulang menjadi unsur yang memungkinkan pertukaran ekonomi berlangsung tanpa harus selalu bergantung pada kontrak formal.

Di sisi lain, ekonomi informal tidak selalu identik dengan ketiadaan aturan. Haman (2025) menunjukkan bahwa perempuan dapat menghadapi hambatan ekonomi dan sosial yang saling berkaitan sehingga membatasi akses terhadap berbagai peluang. Perspektif tersebut memperlihatkan bahwa akses ekonomi perempuan perlu dilihat dalam kaitannya dengan kondisi sosial dan struktural yang melingkupinya. Dalam konteks titip kue, kesepakatan mengenai jumlah produk, waktu pengiriman, pembayaran, produk yang tidak terjual, dan kualitas makanan dapat menjadi mekanisme yang memungkinkan hubungan ekonomi berlangsung secara berulang. Dengan demikian, meskipun praktik titip kue berlangsung dalam jaringan ekonomi informal, keberlangsungannya tetap ditopang oleh aturan sosial, kesepakatan praktis, dan pemahaman bersama di antara para pelaku.

Persoalan yang kemudian muncul adalah bagaimana jaringan sederhana tersebut dapat berfungsi sebagai mekanisme pemberdayaan ekonomi. Titip kue memang memberikan akses pasar, tetapi produsen juga menanggung risiko apabila produk tidak terjual, mengalami kerusakan, atau pembayaran terlambat. Oleh karena itu, pemberdayaan tidak dapat hanya dilihat dari bertambahnya saluran penjualan, tetapi juga dari kemampuan pelaku mengelola hubungan ekonomi, mempertahankan pasar, melakukan diversifikasi, dan menghadapi gangguan dalam proses distribusi.

Meskipun literatur telah membahas fleksibilitas usaha rumahan, jaringan sosial perempuan, dan fungsi ekonomi ruang publik, keterhubungan ketiga aspek tersebut dalam praktik titip kue melalui warung kopi masih perlu dijelaskan lebih lanjut. Secara khusus, masih diperlukan pemahaman mengenai bagaimana jaringan pemasaran informal menyediakan akses pasar bagi produsen rumahan, bagaimana hubungan produsen dan pengelola warung dipertahankan, serta bagaimana risiko distribusi dan penjualan dikelola oleh para pelaku. Penelitian ini menempatkan praktik titip kue pagi sebagai konteks untuk memahami keterhubungan antara pemberdayaan ekonomi perempuan, jaringan ekonomi lokal, dan ketangguhan ekonomi rumah tangga.

Berdasarkan celah tersebut, penelitian ini memandang praktik titip kue pagi sebagai sebuah jaringan ekonomi lokal yang mempertemukan tiga unsur utama: produksi rumah tangga, ruang penjualan warung kopi, dan konsumen. Fokus penelitian bukan sekadar mendeskripsikan aktivitas konsinyasi, melainkan menganalisis mekanisme yang membuat jaringan tersebut dapat membuka akses ekonomi bagi ibu rumah tangga sekaligus mendukung ketangguhan ekonomi rumah tangga.

Penelitian ini bertujuan menganalisis titip kue pagi sebagai strategi pemberdayaan ekonomi ibu rumah tangga serta mengidentifikasi peran jaringan warung kopi dalam memperkuat ketangguhan ekonomi rumah tangga. Secara khusus, penelitian berfokus pada tiga pertanyaan: (1) bagaimana praktik titip kue memperluas akses pasar produsen rumahan; (2) bagaimana hubungan antara produsen dan pengelola warung kopi dibangun dan dipertahankan; dan (3) bagaimana pelaku menghadapi risiko serta memanfaatkan jaringan tersebut untuk mempertahankan dan mengembangkan kegiatan ekonominya.

Dengan fokus tersebut, penelitian ini menempatkan praktik titip kue pagi tidak hanya sebagai aktivitas pemasaran produk rumahan, tetapi sebagai relasi ekonomi lokal yang mempertemukan akses pasar, jaringan sosial, dan pengelolaan risiko. Dalam konteks tersebut, jaringan warung kopi dipahami sebagai infrastruktur ekonomi informal yang menghubungkan ruang domestik sebagai tempat produksi dengan ruang publik sebagai tempat konsumsi. Perspektif ini memungkinkan pemberdayaan ekonomi perempuan dipahami tidak hanya dari perluasan akses terhadap pasar, tetapi juga dari kemampuan pelaku membangun hubungan ekonomi, beradaptasi terhadap risiko, dan mempertahankan keberlanjutan kegiatan usaha.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan tersebut digunakan karena penelitian berfokus pada pemahaman terhadap praktik ekonomi lokal sebagaimana berlangsung dalam kehidupan sehari-hari, khususnya pengalaman produsen kue rumahan dan pengelola warung kopi yang terlibat dalam praktik titip jual. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti mengidentifikasi pola hubungan, pengalaman, mekanisme koordinasi, serta bentuk penyelesaian persoalan yang muncul dalam interaksi antara kedua kelompok pelaku.

Penelitian dilaksanakan pada September 2026 di Kota Banda Aceh dan wilayah sekitarnya yang memiliki keterkaitan dengan jaringan pemasaran produk kue melalui warung kopi dan kedai sarapan. Informan dipilih secara purposive berdasarkan keterlibatan langsung dalam praktik titip kue, baik sebagai produsen yang menitipkan produk maupun sebagai pengelola tempat penjualan yang menerima produk titipan. Informan penelitian terdiri atas 10 produsen kue rumahan dan 6 pengelola warung kopi atau kedai sarapan. Kriteria produsen meliputi keterlibatan dalam kegiatan produksi kue rumahan dan praktik penitipan produk untuk dijual melalui warung atau kedai, sedangkan kriteria pengelola meliputi keterlibatan langsung dalam menerima dan menjual produk titipan. Untuk menjaga kerahasiaan identitas, produsen diberi kode P1–P10, sedangkan pengelola warung atau kedai diberi kode W1–W6.

Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi selama penelitian lapangan pada September 2026. Wawancara dilakukan satu kali secara tatap muka kepada 10 produsen kue rumahan (P1–P10) dan 6 pengelola warung kopi atau kedai sarapan (W1–W6) untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman menjalankan usaha, proses penitipan produk, pola pembayaran, hubungan dengan mitra warung, kendala distribusi, serta strategi menghadapi produk yang tidak terjual. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan menggunakan pedoman pertanyaan yang disesuaikan dengan pengalaman masing-masing informan. Observasi dilakukan pada saat kunjungan lapangan kepada informan untuk mengamati aktivitas yang berkaitan dengan praktik titip kue, meliputi proses produksi, pengemasan, pengiriman, penerimaan produk, penataan makanan, serta interaksi antara produsen dan pengelola warung. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung terhadap informasi yang diperoleh melalui wawancara dan observasi, sedangkan hasil pengamatan dan informasi kontekstual dicatat dalam catatan lapangan.

Analisis data dilakukan melalui tahapan pengorganisasian data, pengodean informasi yang relevan, pengelompokan kode ke dalam tema, perbandingan informasi antarinforman, interpretasi hubungan antartema, dan penarikan kesimpulan. Informasi hasil wawancara terlebih dahulu dikelompokkan berdasarkan isu yang berkaitan dengan akses pasar, pembagian fungsi produksi dan pemasaran, kepercayaan, komunikasi, pengelolaan risiko, diversifikasi usaha, dan ketangguhan ekonomi rumah tangga. Selanjutnya, informasi dari produsen dibandingkan dengan keterangan pengelola warung untuk mengidentifikasi pola pengalaman, kesesuaian informasi, dan perbedaan perspektif. Proses analisis tematik mengacu pada Braun dan Clarke (2006), dengan memperhatikan keterkaitan antara data empiris, pembentukan tema, dan interpretasi peneliti. Proses tersebut dilakukan secara iteratif dengan meninjau kembali kode dan tema terhadap data wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan bahwa tema yang terbentuk memiliki dukungan empiris yang memadai. Heriyanto (2018) digunakan sebagai rujukan tambahan mengenai penerapan analisis tematik dalam penelitian kualitatif.

Analisis diarahkan pada tema akses pasar, pembagian fungsi produksi dan pemasaran, kepercayaan dan komunikasi, pengelolaan risiko, diversifikasi usaha, serta ketangguhan ekonomi rumah tangga. Keabsahan data diperkuat melalui triangulasi sumber dan teknik dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari produsen dan pengelola warung serta memeriksanya melalui hasil observasi dan dokumentasi. Perbandingan tersebut dilakukan untuk mengidentifikasi kesesuaian maupun perbedaan informasi sehingga interpretasi

penelitian tidak hanya bertumpu pada satu perspektif. Seluruh informan diberi kode P1–P10 dan W1–W6 untuk menjaga kerahasiaan identitas.

III. HASIL DAN DISKUSI

A. Hasil

Titip Kue sebagai Akses Pasar Tanpa Kepemilikan Tempat Usaha

Temuan penelitian menunjukkan bahwa fungsi paling langsung dari praktik titip kue adalah membuka akses produsen rumahan terhadap konsumen tanpa mengharuskan mereka memiliki tempat penjualan sendiri. Produsen dapat memusatkan kegiatan pada produksi, pengemasan, dan distribusi, sementara fungsi penjualan dilakukan oleh warung kopi atau kedai sarapan.

P1, misalnya, memproduksi donat dan berbagai kue basah dan memasarkannya melalui sekitar 20 warung kopi. Skala jaringan tersebut menunjukkan bahwa seorang produsen rumahan dapat menjangkau konsumen dalam jumlah dan lokasi yang lebih luas melalui hubungan dengan beberapa titik penjualan. Kondisi tersebut berbeda dengan model penjualan yang sepenuhnya mengandalkan rumah sebagai lokasi transaksi. P1 menjelaskan, "Kalau cuma jual dari rumah, pembelinya terbatas. Jadi saya titip ke warung-warung. Sekarang ada sekitar 20 warung yang saya antar, jadi tidak perlu buka toko sendiri." (P1, wawancara, September 2026).

Produsen lain memiliki pola jaringan yang lebih terbatas tetapi tetap menunjukkan mekanisme serupa. P2 memproduksi kue basah dan menitipkannya kepada sejumlah warung, sementara P3 menggabungkan sistem titip jual dengan pesanan dari lingkungan sekitar. P4 memanfaatkan jaringan warung untuk memasarkan kue tradisional seperti kue bhoi, termasuk dengan menggunakan kemasan yang lebih sesuai untuk pasar oleh-oleh.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa warung kopi berfungsi sebagai infrastruktur pasar informal bagi produsen rumahan. Infrastruktur tersebut tidak berbentuk bangunan atau fasilitas yang dimiliki produsen, melainkan berupa akses terhadap lokasi penjualan yang sudah memiliki konsumen.

Dengan demikian, manfaat titip kue bukan semata-mata bertambahnya tempat untuk meletakkan produk. Yang lebih penting adalah berpindahnya fungsi pemasaran dari produsen kepada jaringan warung. Produsen tidak perlu menanggung seluruh kebutuhan untuk menyediakan lokasi usaha, melayani konsumen secara langsung, dan menjaga operasional tempat penjualan.

Pembagian Fungsi Produksi dan Pemasaran

Praktik titip kue membentuk pembagian kerja yang relatif jelas. Produsen bertanggung jawab terhadap produksi, kualitas, pengemasan, dan pengiriman, sedangkan pengelola warung bertanggung jawab menyediakan ruang penjualan dan menawarkan produk kepada konsumen.

W1 menjelaskan bahwa produk titipan membantu melengkapi pilihan makanan yang tersedia di warung tanpa harus memproduksi sendiri seluruh makanan. W1 menjelaskan, "Kami tidak mungkin membuat semua makanan sendiri. Kalau ada yang titip kue, pilihan untuk pelanggan jadi lebih banyak. Kami tinggal menyediakan tempat dan menjualnya." (W1, wawancara, September 2026). W2 memiliki beberapa pemasok rutin yang mengirimkan makanan pada pagi hari. W2 mengatakan, "Ada beberapa orang yang memang sudah rutin antar pagi. Biasanya sebelum warung ramai barang sudah ada. Jadi kami sudah tahu masing-masing bawa apa." (W2, wawancara, September 2026). W3 juga menganggap keberadaan kue pagi penting untuk melengkapi produk yang ditawarkan kepada pelanggan.

Pembagian fungsi tersebut menciptakan hubungan yang saling membutuhkan. Produsen membutuhkan akses terhadap konsumen, sedangkan warung membutuhkan variasi produk

untuk melayani pelanggan. Hubungan ini menjadi dasar terbentuknya jaringan pemasaran lokal.

Namun, pembagian fungsi tersebut tidak berarti risiko terbagi secara sama. Produk yang tidak terjual pada umumnya kembali kepada produsen. Artinya, akses pasar memang diperluas melalui warung kopi, tetapi risiko permintaan tetap cukup besar berada pada pihak produsen.

Temuan ini memperlihatkan bahwa pembagian fungsi ekonomi tidak selalu diikuti oleh pembagian risiko yang seimbang. Warung kopi menyediakan ruang penjualan dan memperoleh variasi produk tanpa harus menanggung seluruh proses produksi. Sebaliknya, produsen tetap menanggung biaya bahan baku, tenaga kerja, dan kemungkinan produk tidak terjual. Dengan demikian, perluasan akses pasar melalui jaringan warung perlu dibaca bersama dengan posisi produsen dalam menanggung risiko usaha.

Kondisi tersebut penting karena menunjukkan bahwa pemberdayaan ekonomi melalui jaringan informal tidak identik dengan hilangnya risiko usaha. Sebaliknya, pemberdayaan berlangsung melalui kemampuan memperoleh akses pasar sambil mengembangkan mekanisme untuk mengelola risiko tersebut.

Waktu sebagai Infrastruktur Tidak Terlihat

Penelitian menemukan bahwa waktu pengiriman merupakan unsur penting dalam keberhasilan titip kue pagi. Produk harus tersedia sebelum periode sarapan ketika konsumen mulai datang ke warung.

Salah satu produsen memulai kegiatan produksi sekitar tengah malam. Proses produksi dilakukan hingga dini hari sebelum produk dikemas dan dikirim ke sejumlah warung. Produsen lain mulai mempersiapkan produk sekitar pukul 03.30 dan mengirimkannya sekitar pukul 05.00. Salah satu pengelola warung mengharapkan produk telah tersedia sebelum sekitar pukul 06.30.

Temuan ini memperlihatkan bahwa keberhasilan jaringan titip kue tidak hanya ditentukan oleh kualitas makanan, tetapi juga oleh kemampuan mengoordinasikan waktu produksi, pengemasan, perjalanan, dan penjualan.

Dengan kata lain, waktu merupakan infrastruktur tidak terlihat dalam jaringan titip kue pagi. Ketika pengiriman terlambat, produk kehilangan sebagian periode penjualan yang paling penting. Sebaliknya, ketepatan waktu meningkatkan kemungkinan produk tersedia ketika konsumen membutuhkannya.

Hal tersebut juga memperlihatkan adanya beban kerja yang tidak selalu terlihat dalam produk akhir. Produksi makanan yang tersedia di warung pada pagi hari sesungguhnya merupakan hasil dari rangkaian pekerjaan yang dimulai beberapa jam sebelumnya.

Kepercayaan dan Komunikasi sebagai Mekanisme Jaringan

Hubungan antara produsen dan pengelola warung tidak seluruhnya didasarkan pada kontrak tertulis. Kesepakatan mengenai jumlah produk, waktu pengiriman, pembayaran, dan produk yang tidak terjual umumnya dibangun melalui komunikasi langsung dan kesepakatan lisan.

W6 menunjukkan bahwa hubungan jangka panjang dibangun melalui kejujuran dan kepercayaan. W6 mengatakan, "Kalau sudah lama bekerja sama, kita sudah percaya. Yang penting orangnya jujur, barangnya bagus, dan kalau ada masalah mau komunikasi. Kalau seperti itu biasanya hubungan bisa lama." (W6, wawancara, September 2026). W3 menekankan pentingnya komunikasi ketika terdapat persoalan kualitas. W3 menjelaskan, "Kalau ada kue yang kualitasnya kurang bagus, kami sampaikan langsung ke yang punya. Tidak langsung diputus. Biasanya dibicarakan supaya besok tidak terjadi lagi." (W3, wawancara, September 2026). Sementara itu, W4 menyoroti ketepatan waktu pengiriman dan kebersihan kemasan sebagai bagian dari hubungan dengan pemasok. W4 mengatakan, "Kalau

terlalu terlambat, pelanggan sarapan sudah banyak yang datang. Jadi kue harus sudah ada dari pagi. Kemasan juga harus bersih karena pelanggan melihat itu." (W4, wawancara, September 2026).

Kepercayaan dalam konteks ini bukan kondisi yang muncul secara otomatis. Kepercayaan dibentuk melalui pengulangan interaksi. Produsen yang konsisten mengirim produk tepat waktu dan mempertahankan kualitas memperoleh reputasi yang mendukung keberlanjutan hubungan. Sebaliknya, keterlambatan berulang, kualitas yang menurun, atau ketidakteraturan pembayaran dapat mengganggu hubungan tersebut.

Komunikasi juga berfungsi sebagai mekanisme koreksi. Ketika terdapat produk yang rusak, keterlambatan, atau perubahan jumlah permintaan, persoalan tidak selalu berujung pada penghentian hubungan. Pelaku cenderung menyelesaikannya melalui pembicaraan langsung dan musyawarah. Dengan demikian, jaringan titip kue dapat dipahami sebagai jaringan berbasis kepercayaan yang dipelihara melalui komunikasi berulang.

Penyesuaian Jumlah Produk dan Risiko Produk Tidak Terjual

Jumlah produk yang dititipkan tidak selalu sama setiap hari. Pengelola warung dapat memberikan informasi mengenai kondisi penjualan sebelumnya sehingga produsen menyesuaikan jumlah produk.

W1, misalnya, menyesuaikan jumlah produk dengan tingkat kunjungan pelanggan. Kondisi cuaca juga dapat memengaruhi permintaan. Ketika hujan atau kondisi tertentu menyebabkan jumlah pelanggan menurun, risiko produk tidak terjual menjadi lebih besar.

Risiko tersebut umumnya berada pada produsen karena produk yang tidak terjual dikembalikan. Oleh karena itu, keputusan mengenai jumlah produksi menjadi penting. Produksi terlalu banyak meningkatkan risiko sisa, sedangkan produksi terlalu sedikit dapat menyebabkan kehilangan kesempatan penjualan.

Temuan ini menunjukkan bahwa hubungan antara produsen dan warung tidak hanya merupakan hubungan distribusi, tetapi juga merupakan mekanisme pertukaran informasi mengenai permintaan. Informasi dari warung membantu produsen mengambil keputusan produksi untuk hari berikutnya.

Diversifikasi sebagai Bentuk Ketangguhan Ekonomi

Beberapa produsen tidak mengandalkan satu saluran pemasaran. Selain warung kopi, produk juga dipasarkan melalui pesanan tetangga, kafe, kantin instansi pemerintah dan swasta, serta pasar oleh-oleh.

P3 memanfaatkan titip jual sekaligus pesanan lingkungan sekitar. P3 menjelaskan, "Saya tidak hanya mengandalkan titipan di warung. Ada juga yang pesan langsung, biasanya tetangga atau kenalan. Jadi kalau di warung sedang sepi, masih ada pesanan yang lain." (P3, wawancara, September 2026). P4 mengembangkan produk tradisional dengan kemasan yang dapat diarahkan ke pasar oleh-oleh. P4 menjelaskan, "Kue tradisional seperti bhoi sebenarnya masih ada peminatnya. Cuma kemasannya harus kita sesuaikan. Kalau untuk oleh-oleh, orang lebih lihat kemasan dan daya tahannya." (P4, wawancara, September 2026). P9 memasarkan risol dan makanan ringan modern melalui warung, kafe, serta kantin. Pola tersebut menunjukkan bahwa jaringan pemasaran dapat berkembang melampaui hubungan satu produsen dengan satu warung.

Diversifikasi tersebut penting bagi ketangguhan ekonomi karena mengurangi ketergantungan pada satu saluran pemasaran. Apabila penjualan pada satu titik menurun, produsen masih memiliki kemungkinan memperoleh permintaan melalui saluran lain.

Namun, temuan ini tidak berarti bahwa semua produsen memiliki tingkat diversifikasi yang sama. Kemampuan membangun beberapa saluran pemasaran dipengaruhi oleh kapasitas produksi, jenis produk, jaringan sosial, dan kemampuan memenuhi permintaan.

Kualitas Produk dan Keberlanjutan Hubungan

Kualitas menjadi salah satu unsur penting dalam mempertahankan hubungan antara produsen dan warung. Konsistensi rasa, kebersihan, pemilihan bahan, serta kondisi kemasan menjadi bagian dari pertimbangan pengelola warung.

P2 menekankan konsistensi produk dan kebersihan. P2 mengatakan, "Yang paling saya jaga itu rasa sama kebersihan. Kalau sekali saja kue berubah atau kemasannya kurang bagus, biasanya warung langsung kasih tahu. Jadi kita harus konsisten." (P2, wawancara, September 2026). P7 memilih bahan tertentu untuk mempertahankan kualitas timphan, sedangkan P10 memiliki produk yang dikenal melalui karakteristik aroma dan rasanya. P10 menjelaskan, "Produk itu lama-lama dikenal dari rasanya. Ada pelanggan yang bilang, 'Ini yang biasanya dari tempat ibu itu, kan?' Jadi kalau sudah cocok, mereka cari lagi." (P10, wawancara, September 2026). P7 mengatakan, "Kalau timphan, bahan sama cara membuatnya harus diperhatikan. Pelanggan biasanya sudah tahu rasanya. Kalau berubah sedikit saja, mereka bisa komplain." (P7, wawancara, September 2026). P4 menggabungkan resep tradisional dengan kemasan yang lebih modern.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kualitas berfungsi sebagai modal reputasi. Produk yang konsisten memudahkan pengelola warung mempertahankan kepercayaan terhadap pemasok. Dalam hubungan jangka panjang, reputasi produsen menjadi bagian dari nilai jaringan itu sendiri.

Hambatan dan Mekanisme Penyelesaian

Meskipun memberikan akses pasar, praktik titip kue menghadapi beberapa kendala. Kendala yang ditemukan meliputi keterlambatan pembayaran, keterlambatan pengiriman, produk rusak atau mengalami penurunan kualitas, produk tidak terjual, serta perubahan harga bahan baku.

Kendala tersebut umumnya tidak diselesaikan melalui mekanisme formal. Komunikasi langsung menjadi cara utama untuk membicarakan persoalan. Apabila terdapat keterlambatan pembayaran, produsen dan pengelola warung melakukan komunikasi untuk menentukan penyelesaian. Apabila terdapat masalah kualitas, pengelola menyampaikan persoalan tersebut kepada produsen agar dapat diperbaiki.

Dalam beberapa hubungan, pencatatan jumlah produk terjual dan tidak terjual juga digunakan untuk meningkatkan transparansi. W5, misalnya, menerapkan pencatatan terhadap produk yang tersisa. Praktik sederhana tersebut mengurangi potensi kesalahpahaman mengenai jumlah produk dan pembayaran.

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa ketangguhan jaringan tidak berarti tidak adanya gangguan. Ketangguhan justru tampak pada kemampuan pelaku merespons gangguan tanpa segera memutuskan hubungan ekonomi.

B. Diskusi

Titip Kue sebagai Mekanisme Pemberdayaan, Bukan Sekadar Saluran Penjualan

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa praktik titip kue memiliki makna yang lebih luas daripada sekadar sistem penitipan makanan. Titip kue menciptakan mekanisme yang menghubungkan kapasitas produksi rumah tangga dengan pasar yang sudah memiliki konsumen.

Bagi ibu rumah tangga, kemampuan memproduksi kue dari rumah belum cukup apabila produk tidak memiliki akses terhadap pembeli. Dalam konteks ini, warung kopi mengisi kesenjangan antara produksi dan pasar. Produsen dapat memusatkan sumber daya pada produksi, sementara fungsi penjualan dilakukan melalui jaringan warung.

Temuan ini menunjukkan bahwa pemberdayaan ekonomi melalui titip kue berlangsung melalui perluasan akses terhadap sumber daya pasar, bukan semata-mata melalui peningkatan kapasitas produksi. Produsen memperoleh kesempatan memanfaatkan lokasi penjualan yang

telah memiliki konsumen, sementara kegiatan produksi tetap dapat dijalankan dari rumah. Meskipun demikian, akses tersebut belum berarti bahwa produsen terbebas dari ketergantungan terhadap jaringan pemasaran, karena keberlanjutan kegiatan usaha tetap dipengaruhi oleh hubungan dengan pengelola warung dan kemampuan mengelola risiko penjualan.

Hal tersebut sejalan dengan Amelia (2025) yang menunjukkan bahwa kewirausahaan perempuan dapat berperan dalam memperkuat kontribusi ekonomi perempuan terhadap keluarga dan ekonomi lokal. Penelitian ini menambahkan dimensi bahwa kontribusi tersebut tidak hanya bergantung pada fleksibilitas produksi rumah tangga, tetapi juga pada keberadaan jaringan pemasaran yang menghubungkan produksi dengan pasar. Dalam konteks titip kue, jaringan warung kopi menjadi penghubung antara ruang domestik tempat produksi berlangsung dan ruang publik tempat produk dipasarkan. Dengan demikian, pemberdayaan ekonomi perempuan tidak hanya berlangsung melalui aktivitas produksi di rumah, tetapi juga melalui hubungan ekonomi eksternal yang membuka akses terhadap pasar dan memungkinkan keberlanjutan kegiatan usaha.

Jaringan Warung Kopi sebagai Infrastruktur Ekonomi Lokal

Warung kopi dalam penelitian ini berfungsi sebagai lebih dari sekadar tempat konsumsi. Ia menjadi titik temu antara produsen, konsumen, dan jaringan pemasaran.

Temuan ini memperluas pemahaman mengenai fungsi ekonomi warung kopi di Banda Aceh. Penelitian Maulana et al. (2024) menunjukkan bahwa *coffee shop* dapat berkembang sebagai ruang aktivitas sosial dan ekonomi. Azura (2024) juga menunjukkan perubahan akses perempuan terhadap ruang *coffee shop* di Banda Aceh.

Dalam praktik titip kue, dimensi tersebut memperoleh bentuk yang lebih spesifik. Warung kopi menjadi infrastruktur ekonomi lokal yang memungkinkan produk rumahan memasuki ruang konsumsi publik. Infrastruktur tersebut tidak dibangun khusus untuk pemberdayaan perempuan, tetapi dapat menghasilkan fungsi pemberdayaan ketika akses terhadap ruang tersebut digunakan untuk memperluas pasar produk perempuan.

Fungsi tersebut memperlihatkan bahwa infrastruktur ekonomi tidak selalu hadir dalam bentuk fasilitas yang secara khusus dibangun untuk kegiatan pemberdayaan. Dalam penelitian ini, warung kopi menjalankan fungsi ekonomi melalui fasilitas dan basis konsumen yang telah dimilikinya. Ketika fasilitas tersebut diakses oleh produsen rumahan, terbentuk hubungan yang menghubungkan ruang domestik sebagai tempat produksi dengan ruang publik sebagai tempat pemasaran. Dengan demikian, kontribusi jaringan warung kopi terletak pada kemampuannya menjembatani keterbatasan akses pasar produsen rumahan.

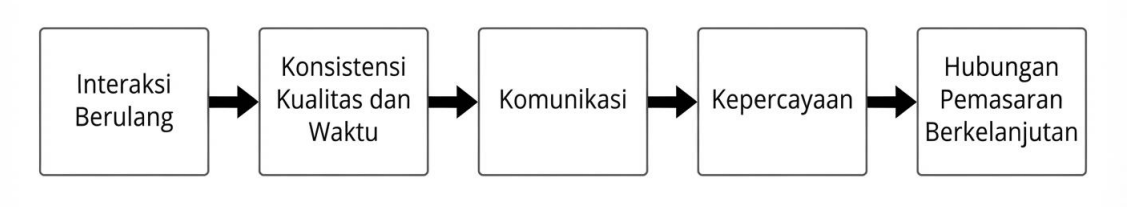
Kepercayaan sebagai Modal Pengorganisasian Jaringan

Temuan mengenai kepercayaan memperlihatkan bahwa hubungan informal tetap membutuhkan mekanisme pengaturan. Kesepakatan lisan dapat berjalan ketika terdapat reputasi, komunikasi, dan pengalaman interaksi yang berulang.

Temuan ini sesuai dengan pandangan bahwa jaringan sosial dapat menjadi sumber akses terhadap sumber daya bagi pengusaha (Sari & Azzahra, 2025). Dalam kasus titip kue, sumber daya yang diperoleh bukan hanya uang atau modal finansial, tetapi juga akses lokasi penjualan, informasi mengenai permintaan, informasi mengenai produk yang diminati, dan reputasi.

Kepercayaan juga berfungsi mengurangi kebutuhan terhadap mekanisme kontraktual yang kompleks. Akan tetapi, kepercayaan bukan berarti tidak adanya aturan. Justru aturan informal mengenai waktu, jumlah produk, kualitas, pembayaran, dan pengembalian produk menjadi penting agar kepercayaan dapat dipertahankan.

Berdasarkan temuan tersebut, mekanisme jaringan pemasaran dalam praktik titip kue dapat dirumuskan melalui hubungan antara interaksi berulang, konsistensi kualitas dan ketepatan waktu, komunikasi, kepercayaan, dan keberlanjutan hubungan pemasaran. Mekanisme tersebut dapat divisualisasikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Mekanisme Jaringan Pemasaran dalam Praktik Titip Kue Pagi

Rangkaian tersebut memperlihatkan bahwa keberlanjutan jaringan tidak hanya ditentukan oleh keberadaan hubungan personal, tetapi juga oleh praktik ekonomi yang dapat diamati dan dievaluasi oleh kedua pihak. Ketepatan pengiriman, konsistensi kualitas, keterbukaan informasi, dan penyelesaian persoalan menjadi dasar bagi terbentuknya reputasi. Dengan demikian, kepercayaan dapat dipahami sebagai hasil dari praktik koordinasi yang berlangsung secara berulang, bukan sekadar kedekatan sosial antara produsen dan pengelola warung.

Ketangguhan Ekonomi Dibangun melalui Fleksibilitas dan Diversifikasi

Ketangguhan ekonomi rumah tangga dalam penelitian ini tidak diukur melalui peningkatan pendapatan secara kuantitatif. Ketangguhan dipahami secara kualitatif melalui kemampuan mempertahankan kegiatan ekonomi, menyesuaikan produksi, mengembangkan saluran pemasaran, dan merespons gangguan.

Dalam batas data penelitian ini, ketangguhan ekonomi lebih tepat dipahami sebagai kapasitas adaptif pelaku usaha dalam mempertahankan aktivitas ekonomi ketika menghadapi perubahan permintaan dan hambatan distribusi. Indikator kualitatif yang tampak dalam temuan meliputi penyesuaian jumlah produksi, penggunaan lebih dari satu saluran pemasaran, pemeliharaan hubungan dengan mitra penjualan, dan kemampuan merespons produk yang tidak terjual. Indikator tersebut tidak dapat disamakan dengan bukti peningkatan pendapatan atau kesejahteraan rumah tangga secara kuantitatif.

Temuan mengenai diversifikasi pemasaran menunjukkan bahwa beberapa produsen tidak hanya bergantung pada satu warung. Mereka mengombinasikan titip jual dengan pesanan langsung, kafe, kantin, dan pasar oleh-oleh. Strategi tersebut memberikan fleksibilitas ketika salah satu saluran menghadapi penurunan permintaan.

Dalam konteks usaha berbasis rumah, diversifikasi menjadi penting karena kapasitas sumber daya biasanya terbatas. Penelitian mengenai perempuan pemilik usaha rumahan juga menunjukkan bahwa keterbatasan sumber daya dan hambatan pertumbuhan merupakan persoalan yang perlu diperhatikan (Nazam et al., 2026).

Dengan demikian, ketangguhan dalam konteks penelitian ini bukan berarti rumah tangga terbebas dari risiko ekonomi. Ketangguhan lebih tepat dipahami sebagai kemampuan mempertahankan dan menyesuaikan aktivitas ekonomi ketika menghadapi perubahan permintaan, keterlambatan, kerusakan produk, maupun hambatan distribusi.

Pemberdayaan Tidak Menghapus Risiko

Salah satu temuan penting penelitian adalah adanya ketegangan antara akses pasar dan distribusi risiko. Titip kue memperluas akses pasar tanpa memerlukan kepemilikan toko, tetapi produk yang tidak terjual umumnya tetap menjadi risiko produsen.

Ketimpangan tersebut menunjukkan bahwa manfaat dan risiko dalam jaringan pemasaran informal tidak selalu terdistribusi secara proporsional. Warung memperoleh tambahan variasi produk dan akses terhadap pemasok, sedangkan produsen tetap bertanggung jawab atas proses produksi serta kemungkinan kerugian akibat produk yang tidak terjual. Oleh karena itu, pemberdayaan melalui jaringan informal perlu dinilai tidak hanya berdasarkan terbukanya akses pasar, tetapi juga berdasarkan posisi tawar produsen dan mekanisme pengelolaan risiko dalam hubungan ekonomi tersebut.

Perspektif tersebut penting agar pemberdayaan ekonomi tidak dipahami secara terlalu normatif. Jaringan informal dapat memberikan peluang, tetapi juga memiliki keterbatasan. Muhammad Umar Maya et al. (2025) menunjukkan bahwa ekonomi informal berkaitan dengan berbagai kendala institusional dan pilihan yang dihadapi perempuan pelaku usaha.

Oleh karena itu, penguatan jaringan titip kue sebaiknya tidak hanya diarahkan pada peningkatan jumlah titik penjualan. Perhatian juga perlu diberikan pada transparansi pencatatan, kepastian pembayaran, mekanisme pengembalian produk, standar kualitas, dan pembagian risiko yang lebih jelas.

Implikasi bagi Penguatan Ekonomi Lokal

Berdasarkan temuan penelitian, terdapat beberapa langkah yang dapat memperkuat praktik titip kue tanpa menghilangkan karakter fleksibel dan informalnya. Pertama, produsen dan pengelola warung dapat menyepakati secara sederhana jumlah produk, waktu pengiriman, harga, komisi apabila ada, mekanisme pembayaran, serta penanganan produk yang tidak terjual.

Kedua, pencatatan sederhana mengenai jumlah produk yang dititipkan, terjual, dan dikembalikan dapat meningkatkan transparansi. Pencatatan tidak harus menggunakan sistem administrasi yang rumit.

Ketiga, produsen dapat meningkatkan kemampuan pengemasan, kebersihan, pengelolaan biaya, dan pencatatan usaha. Peningkatan tersebut penting karena kualitas produk dan konsistensi pasokan merupakan bagian dari reputasi produsen.

Keempat, diversifikasi saluran pemasaran perlu dipertahankan. Warung kopi dapat menjadi salah satu saluran utama, tetapi produsen tetap perlu mengembangkan pesanan langsung, kafe, kantin, dan saluran lainnya sesuai kapasitas.

Dengan demikian, strategi penguatan tidak perlu mengubah titip kue menjadi sistem formal yang kaku. Yang lebih penting adalah memperkuat mekanisme dasar yang sudah membuat jaringan berjalan: kepercayaan, komunikasi, transparansi, kualitas, ketepatan waktu, dan kemampuan beradaptasi.

IV. KESIMPULAN

Praktik titip kue pagi di Kota Banda Aceh menunjukkan bahwa jaringan warung kopi dapat berpotensi menjadi mekanisme pemberdayaan ekonomi ibu rumah tangga melalui perluasan akses pasar tanpa mengharuskan produsen memiliki tempat usaha sendiri. Mekanisme tersebut berlangsung melalui pembagian fungsi produksi dan pemasaran, hubungan berbasis kepercayaan dan komunikasi, serta koordinasi mengenai kualitas, ketepatan waktu, pembayaran, dan penanganan produk yang tidak terjual. Selain membuka peluang diversifikasi saluran pemasaran, jaringan ini berpotensi memperkuat ketangguhan ekonomi rumah tangga melalui kemampuan produsen mempertahankan dan menyesuaikan kegiatan usaha ketika menghadapi perubahan permintaan maupun hambatan distribusi. Namun, praktik titip kue tidak sepenuhnya menghilangkan risiko ekonomi karena produsen masih menghadapi kemungkinan produk tidak terjual, keterlambatan pembayaran atau pengiriman, kerusakan produk, dan kenaikan harga bahan baku. Oleh karena itu, keberlanjutan jaringan titip kue memerlukan komunikasi yang efektif, transparansi pencatatan, konsistensi kualitas, dan kesepakatan yang jelas antara produsen dan pengelola

warung. Penelitian ini terbatas pada pendekatan kualitatif dan belum mengukur kontribusi titip kue terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga secara kuantitatif. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji kontribusi ekonomi praktik tersebut, pola pembagian risiko, serta keberlanjutan jaringan pemasaran perempuan pada wilayah yang lebih luas.

ACKNOWLEDGEMENT

Penulis menyampaikan terima kasih kepada para produsen kue rumahan serta pengelola warung kopi dan kedai sarapan di Kota Banda Aceh yang telah memberikan informasi dan kesempatan kepada penulis untuk mengamati praktik titip kue pagi. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada seluruh pihak yang telah mendukung proses pengumpulan data dan penyelesaian penelitian ini.

REFERENCES

Amelia, R. N. (2025). Peran wirausaha perempuan dalam mendukung Sustainable Development Goals (SDGs) melalui UMKM halal di Indonesia. *Lentera: Jurnal Kajian Keislaman dan Pendidikan, 5(2)*. https://doi.org/10.26740/lentera.v5i2.46749

Azura, N. M., Abdul; Ikhwan, Ikhwan. (2024). Akses Perempuan terhadap Ruang Publik (Studi Kasus Coffee Shop di Banda Aceh). *Jurnal Adabiya, (Vol 26, No 2 (2024): JURNAL ADABIYA)*, 225–233. https://doi.org/10.22373/adabiya.v26i2.25522

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology, 3(2)*, 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481–510. https://doi.org/10.1086/228311

Haman, O. B. (2025). Women and intersectional barriers in social exclusion. *Women's Studies International Forum, 112*, 103142. https://doi.org/10.1016/j.wsif.2025.103142

Heriyanto, H. (2018). Thematic Analysis sebagai Metode Menganalisa Data untuk Penelitian Kualitatif. Anuva, 2(3), 317. https://doi.org/10.14710/anuva.2.3.317-324

Kabeer, N. (1999). Resources, Agency, Achievements: Reflections on the Measurement of Women's Empowerment. *Development and Change, 30(3),* 435–464. https://doi.org/10.1111/1467-7660.00125

Maulana, M. A., Yusuf, B., Khairulyadi, K., & Barakah, F. (2024). Transformasi Social Entrepreneurship dalam Perkembangan Coffee Shop di Kota Banda Aceh. *Jurnal Sosiologi USK (Media Pemikiran & Aplikasi), 18(2*), 214–225. https://doi.org/10.24815/jsu.v18i2.42963

Muhammad Umar Maya, P., Soemitra, A., & Abd. Majid, M. S. (2025). Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Melalui Kewirausahaan: Tinjauan Sistematis atas Hambatan Struktural, Kendala Partisipatif, dan Dukungan Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi Medan, 7(2)*, 424–435. https://doi.org/10.47709/jumansi.v7i2.6292

Nazam, M., Ahmed, T., Mohammadparast Tabas, A., Akhtar, M. W., & Rasool, Y. (2026). Uncovering the barriers faced by women entrepreneurs in small and medium enterprises. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy, 20(3)*, 645–676. https://doi.org/10.1108/JEC-01-2025-0003

Nur Hafiz Wijaya. (2026). Transformasi Peran Ekonomi Istri Pekerja WFH Dan Implikasinya Terhadap Kesejahteraan Keluarga: Analisis Hukum Keluarga Islam Di Kota Bogor. *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam, 8(2), 285–306*. https://doi.org/10.20885/tullab.vol8.iss2.art3

Ratih Indriyani (2025). Membentuk well-being wirausaha perempuan di Indonesia: Peran flexible working arrangement dan work-life balance. *Manajemen Dewantara, 9(1)*, 87–101. https://doi.org/10.30738/md.v9i1.19641

Rieneke Ryke Kalalo, Faradilla Herlin, Grace Kelly Hadiputri, Novegya Ratih Primandari, & Asman. (2026). Penguatan UMKM Perempuan Melalui Digitalisasi Usaha Untuk Meningkatkan Kemandirian Ekonomi Keluarga. *Mejuajua: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat, 5(3)*, 752–760. https://doi.org/10.52622/mejuajuajabdimas.v5i3.380

Sari, S. G. P., & Azzahra, S. N. (2025). Teori jaringan sosial dan perannya dalam pemberdayaan komunitas. *Maliki Interdisciplinary Journal, 3(7)*, 486–496. https://urj.uin-malang.ac.id/index.php/mij/article/view/17066