

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui upaya yang dilakukan oleh Reisa Garage untuk meningkatkan kapasitas dalam berwirausaha kepada *reseller*-nya yang sebagian besar merupakan perempuan. Selama ini telah banyak wanita yang mulai memilih menjadi wirausaha. Meskipun dalam praktiknya perempuan memiliki banyak hambatan. Namun, hambatan tersebut tidak menjadi penghalang bagi perempuan untuk sukses dalam berwirausaha. Hal ini dibuktikan dengan terus meningkatnya jumlah wirausaha wanita di Indonesia. Ilmu pengetahuan dan teknologi yang terus berkembang menuntut perempuan untuk turut mengikuti zaman. Reisa Nurma adalah salah satu dari sekian banyak perempuan muda di Yogyakarta yang sukses menjadi wirausaha. Kini Reisa telah dapat memfasilitasi hampir 1000 wanita Indonesia yang memiliki keinginan untuk berwirausaha. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana upaya yang dilakukan oleh Reisa Garage untuk meningkatkan kapasitas berwirausaha para *reseller* perempuannya melalui bisnis *online*, sejauh mana pengaruh upaya tersebut dan apa manfaatnya bagi *reseller*.

Untuk dapat mengetahui upaya peningkatan kapasitas dalam berwirausaha yang dilakukan oleh Reisa Garage terhadap *reseller*-nya, penelitian ini mengacu pada penjelasan *United Nations Development Program* (UNDP) mengenai peningkatan kapasitas pada level individu. Kemudian untuk mendukungnya, penelitian ini juga mengacu pada tiga dimensi peningkatan kapasitas yaitu, dimensi sumberdaya manusia, modal, dan teknologi yang dijelaskan oleh UNDP.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Unit analisis penelitian ini adalah komunitas bisnis *online* Reisa Garage. Reisa Garage adalah sebuah *online shop* yang menjual pakaian-pakaian wanita. Informan yang menjadi sumber data informasi pada penelitian ini antara lain adalah pemilik Reisa Garage yaitu Reisa Nurma, dan 11 *reseller* Reisa Garage yang merupakan perempuan dan dipilih melalui teknik *sampling* yaitu *purposif sampling*. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selanjutnya teknik pengujian keabsahan data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik Triangulasi sumber data.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Reisa Garage telah melakukan lima bentuk upaya peningkatan kapasitas dalam berwirausaha pada level individu kepada *reseller*-nya yang sebagian besar merupakan perempuan. lima bentuk upaya tersebut, dikategorikan menjadi tiga dimensi peningkatan kapasitas yaitu, dimensi tenaga kerja, dimensi modal, dan dimensi teknologi. Upaya peningkatan pengetahuan mengenai produk, pengetahuan pemasaran produk, dan pengetahuan perilaku konsumen termasuk dalam dimensi tenaga kerja. Upaya pemberian modal kepada para *reseller*-nya termasuk dalam dimensi modal. Reisa Garage memberikan modal berupa pengetahuan, ilmu, dan produk yang bisa dijual tanpa harus membelinya terlebih dahulu. Upaya mendorong penggunaan sosial media termasuk dalam dimensi teknologi. Sosial media digunakan Reisa Garage untuk memberikan pengetahuan, modal, berkomunikasi, serta evaluasi dan pemantauan perkembangan bisnis *reseller*-nya. Seluruh upaya yang dilakukan oleh Reisa Garage tersebut memiliki pengaruh yang berbeda terhadap peningkatan kapasitas para *reseller*-nya. Manfaat yang didapatkan pun juga berbeda-beda dapat dilihat dari omzet yang diperoleh setiap bulannya. Hal itu tergantung pada lamanya bergabung, jenis pekerjaan, dan kemauan *reseller* untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah dijelaskan.

Kata Kunci : Peningkatan Kapasitas

## ABSTRACT

*This study aims to determine the efforts made by Reisa Garage to increase the capacity in entrepreneurship to its resellers who are mostly women. During this time there have been many women who began to choose to become entrepreneurs. Although in practice women have many obstacles. However, these obstacles do not become obstacles for women to succeed in entrepreneurship. This is evidenced by the continuing increase in the number of women entrepreneurs in Indonesia. Science and technology that continues to evolve requires women to participate to follow the times. Reisa Nurma is one of the many young women in Yogyakarta who have successfully become entrepreneurs. Now Reisa has been able to facilitate almost 1000 Indonesian women who have the desire to become entrepreneurs. This research was conducted to find out how the efforts made by Reisa Garage to increase the entrepreneurial capacity of its female resellers through online businesses, the extent of the influence of these efforts and what are the benefits for resellers.*

*To be able to know the capacity building efforts in entrepreneurship carried out by Reisa Garage for its resellers, this research refers to the United Nations Development Program (UNDP) explanation regarding capacity building at the individual level. Then to support it, this study also refers to three dimensions of capacity building namely, the dimensions of human resources, capital and technology explained by UNDP.*

*The method used in this study is a qualitative method with a descriptive approach. The unit of analysis of this research is Reisa Garage's online business community. Reisa Garage is an online shop that sells women's clothing. Informants who are the source of information data in this study include the owner of Reisa Garage, Reisa Nurma, and 11 resellers of Reisa Garage who are women and selected through a sampling technique, namely purposive sampling. The data collection techniques used in this study were by interview, observation, and documentation. Furthermore, the data validity testing technique used in this study is the data source triangulation technique.*

*The results of this study stated that Reisa Garage has made five forms of efforts to increase the capacity in entrepreneurship at the individual level to its resellers who are mostly women. These five forms of effort are categorized into three dimensions of capacity improvement, namely, the labor dimension, the capital dimension, and the technology dimension. Efforts to increase knowledge about the product, product marketing knowledge, and knowledge of consumer behavior are included in the workforce dimension. Efforts to provide capital to resellers are included in the capital dimension. Reisa Garage provides capital in the form of knowledge, knowledge, and products that can be sold without having to buy it first. Efforts to encourage the use of social media are included in the technological dimension. Social media is used by Reisa Garage to provide knowledge, capital, communicate, and evaluate and monitor the development of its reseller business. All efforts made by Reisa Garage have different effects on increasing the reseller capacity. The benefits obtained are also different can be seen from the turnover obtained each month. It depends on the length of joining, the type of work, and the reseller's willingness to apply the knowledge that has been explained.*

**Keywords:** *Capacity Building*