



## WOMENPRENENURS: Problem dan Prospect in Digital Era

Siti Hanifa Sandri<sup>1\*)</sup>, Wan Laura Hardilawati<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Prodi Keuangan dan Perbankan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau, Indonesia

<sup>2</sup>Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Riau, Indonesia

\*) email: [sitihanifa@umri.ac.id](mailto:sitihanifa@umri.ac.id)

### Article Info

Article history:  
Received: April 2019  
Accepted: Juni 2019  
Published: Juni 2019

### Keywords:

*Entrepreneurship,*  
*Womenentrepreneur,*  
*digital marketing, women,*  
*online business*

### JELClassification:

### Abstract

*Entrepreneur* berperan penting dalam pembangunan ekonomi di Indonesia. Meningkatnya jumlah orang yang berwirausaha memiliki dampak yang positif bagi perekonomian. Wirausaha wanita didefinisikan sebagai seseorang atau sekelompok wanita yang menjalankan usaha baik dalam skala kecil maupun besar yang ikut memberikan kontribusi bagi masyarakat. Era digital memberikan peluang dan tantangan sekaligus kepada wirausaha wanita untuk dapat mengembangkan diri dan menjalankan usaha. Wanita di Indonesia juga menghadapi beberapa kendala, mereka diharapkan mampu menghadapi resiko, memiliki kemampuan administrasi dan kreatifitas serta manajemen yang baik untuk dapat bertahan. Dengan dimulainya revolusi industri 4.0 wanita memiliki peluang untuk dapat mengembangkan usaha dengan melakukan pemasaran dan penjualan produk secara digital. Penelitian ini menjelaskan prospek dan kendala yang dihadapi wirausaha wanita. Hasil penelitian ini berguna untuk mengurai masalah dan apa yang bisa dimanfaatkan bagi wirausaha wanita di era digital. Dengan adanya kemudahan di era digital ini, wanita wirausaha diyakini akan mampu berkembang dan menjadi salah satu kekuatan ekonomi di Indonesia.

### Abstrak,

Entrepreneurs play an important role in economic development in Indonesia. The increasing number of entrepreneurs who have a positive impact on the economy. Women entrepreneurs is defined as a person or group of women who run a business both on a small and large scale that contributes to society. The digital age provides opportunities and challenges as well as women entrepreneurs to be able to develop themselves and run businesses. Women in Indonesia also face several obstacles, they are expected to be able to face risks, have good administrative, creative and management skills to survive. With the start of the industrial revolution 4.0 women have the opportunity to be able to develop businesses by marketing and selling products digitally. This research explains the prospects and constraints faced by women entrepreneurs. The results of this study are useful for parsing problems and what can be used for women entrepreneurs in the digital era. With the ease of digital era, women entrepreneurs are believed to be able to develop and become one of the economic strengths in Indonesia.

## PENDAHULUAN

Di Era Globalisasi saat ini banyak mendorong perubahan dari berbagai bidang kehidupan dengan cepat. Sehingga mendorong terjadinya perubahan sosial di lingkungan masyarakat. Dampak perubahan besar juga terjadi pada kaum wanita. Kaum wanita saat ini mulai mandiri dan mulai menunjukkan kebutuhan mereka untuk mencapai keberhasilan dan berprestasi.

Merdeka.com (2018), mencatat pengusaha wanita cenderung mengalami perkembangan yang lebih baik di Negara-Negara maju. Indeks ini mengindikasikan bahwa baik pengusaha wanita pemula maupun yang telah berjalan di seluruh dunia terus berkembang. Indonesia menempati posisi ke 30 sebagai Negara yang memiliki peluang bagi wanita untuk berwirausaha. Sebanyak 62.4 persen wanita di Indonesia menjalankan usahanya karena terdorong oleh kebutuhan.

Bukti semakin meningkatnya jumlah keterlibatan wanita dalam kegiatan ekonomi dibuktikan dengan meningkatnya jumlah wanita dalam pekerjaan diluar rumah tangga dan meningkatnya pekerjaan yang dapat dimasuki oleh wanita. Menurut penelitian Novianty (2012), salah satu jenis pekerjaan yang cukup berkembang dan banyak dilakukan oleh para wanita adalah membangun suatu usaha sendiri sesuai dengan minat yang dimiliki atau disebut berwirausaha.

*Womenpreneurs* umumnya merupakan pengusaha kecil dan banyak bergerak di sector perdagangan dan jasa di bandingkan sector manufactur. Peranan khas *Gender* juga menjauhkan kaum wanita dari penguasaan teknologi. Menurut [www.inews.id](http://www.inews.id) (2018), Penguasaan penggunaan teknologi dan penggunaan computer pengusaha wanita lebih rendah dari pria, namun penggunaan jaringan dan website lainnya untuk pemasaran umumnya setara.

Menurut penelitian (Hendratni, 2013), Perkembangan *womenpreneurs* sangat berpotensi sebagai motor utama proses pemberdayaan wanita dan transformasi sosial, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap tingkat perekonomian Negara.

Hasil kajian literature menjelaskan masih terdapatnya permasalahan yang di hadapi *womenpreneur* serta prospek untuk kaum wanita maka dari itu peneliti ingin mengetahui permasalahan dan prospek apa yang akan di hadapi *womenpreneur* di Era Digital ini.

Wirausaha (*entrepreneurship*) adalah seseorang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil resiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi peluang yang signifikan dan menggabungkan sumber-sumber daya yang diperlukan sehingga sumber-sumber daya itu bisa dikapitalisasikan. (Zimmerer & Norman, 2008)

*E-Marketing* merupakan perkembangan dari marketing tradisional dimana proses pemasaran hanya dilakukan secara *offline* seperti penyebaran brosur, spanduk, iklan pada Radio dan Televisi. Di Era digital ini internet menawarkan kemudahan untuk berbagai kalangan untuk memasarkan produknya. *E-Marketing (Electronic Marketing)* menurut (Tjiptono, 2016) adalah proses strategik, mengembangkan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang dan jasa kepada pasar sasaran melalui internet atau alatalat digital seperti *smartphone*. Pada saat ini *e-marketing* menjadi salah satu pilihan *made of entry* yang dinilai efektif dan efisien, terutama untuk produk digital, seperti perangkat lunak, video, musik dan sejenisnya.

*Womenpreneur* didefinisikan sebagai wanita atau sekelompok wanita yang memulai, mengatur dan mengoperasikan perusahaan Bisnis.

Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini diantaranya penelitian Fikri, Zahroul (2018) dengan judul Strategi Promosi Di Era Digital Untuk Mengenalkan Pelayanan Informasi Pada Masyarakat. Penelitian ini menganalisa tentang aktivitas dan tahapan promosi yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika di Era Digital dengan menggunakan aplikasi. Aplikasi ini terus dikembangkan mengikuti perkembangan agar maksimal dalam melayani kebutuhan informasi masyarakat.

Penelitian selanjutnya yang sejalan (Mohamad & Bakar, 2018) dengan judul *Malay Women Entrepreneurial success: challenges and barriers*. Bagian dari inisiatif pemerintah saat

ini adalah membesarkan perempuan untuk menjadi wirausaha karena kewirausahaan telah diakui sebagai katalis untuk pertumbuhan ekonomi dan pembangunan suatu negara. Banyak wanita memilih untuk menjadi wirausaha dengan penuh waktu atau paruh waktu sebagai sumber pendapatan. Pengusaha perempuan Melayu harus menghadapi banyak tantangan dan persaingan di sektor bisnis dan ekonomi karena bidang ini dimonopoli oleh etnis lain di Malaysia. Tantangan dan hambatan untuk keberhasilan pengusaha perempuan Melayu harus diidentifikasi karena fakta bahwa kelemahan perlu diatasi untuk memimpin pengusaha perempuan Melayu dalam mencapai diri mereka sendiri dan sukses.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif yakni penelitian yang menggunakan data-data yang bersifat bukan angka yang menggambarkan fakta-fakta atau keadaan maupun gejala yang muncul dengan menggunakan pendekatan deskriptif kepustakaan (*library research*) yang mengandalkan data dari Buku, Jurnal, Arsip, Dokumen dan tulisan lainnya. Namun demikian penelitian ini juga didukung kemajuan teknologi dan informasi yakni mencakup media seperti internet.

### **1. Sumber data**

Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data yang dikumpulkan, diolah dan disajikan oleh pihak lain, tidak langsung didapat oleh peneliti dan subjek peneliti. Data sekunder dalam penelitian ini berupa buku-buku, hasil penelitian yang sudah berupa laporan mengenai *womenpreneur*.

### **2. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik dalam pengumpulan data ini menggunakan teknik analisis komparatif untuk mendapatkan kesimpulan melalui perbandingan-perbandingan dengan tema yang relevan dari *womenpreneur*.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Era digital ini wanita dihadapi beberapa permasalahan baik wanita yang bekerja maupun ibu rumah tangga. Permasalahan kesenjangan keterampilan digital antara wanita dan pria merupakan permasalahan yang dihadapi. Wanita dipandang oleh kaum pria hanya sebagai konsumen di era ini dikarenakan wanita hanya sebagai pengguna atas jasa yang ada. Permasalahan selanjutnya yang dihadapi wanita dalam lapangan ekonomi digital ini mengenai kreatifitas dan kesiapan akan perubahan digital.

Wanita paling siap dan adaptif terhadap kesiapan perubahan era digital ini. Perempuan memiliki perasaan yang halus, kemampuan negosiasi yang baik dan memiliki kemampuan berkompetisi tidak kalah dibandingkan pria. Hal ini tentu saja menjadi modal bagi para wanita untuk menjadi seorang entrepreneur handal di era digital karena menjadi seorang entrepreneur harus memiliki kemampuan manajemen yang baik dan ketekunan untuk mampu bersaing dengan yang lain.

Digital gap bagi wanita saat ini merupakan salah satu tantangan lainnya yang harus segera diatasi. Masyarakat Dunia mengakui untuk urusan kreatifitas, perempuan diakui memiliki kemampuan yang lebih baik. Hal ini terbukti saat banyak Negara yang mengalami krisis ekonomi wanitalah yang paling berhasil bertahan akan tetapi pengembangan kreatifitas dalam era ekonomi digital khususnya di Indonesia, masih belum optimal.

Berdasarkan laporan International Telecommunication Union (ITU) dalam Media Indonesia (2017), Lin Taylor mengatakan bahwa secara global pengguna internet wanita lebih rendah 12% daripada pengguna pria. Pada sisi yang lain dunia digital juga menggerus

setidaknya 12.5% jenis pekerjaan yang pernah ada. Wanita kini harus berani keluar dari pola dan mindset lama, yakni wanita harus berani memulai usaha bisnis tanpa modal dari jaringan kerabat maupun keluarga. Wanita harus berani mengambil resiko yang terukur dari lembaga finansial. Dengan keberanian langkah ini prospek kedepannya wanita dapat melawan stereotip gender yang dihadapi pada era digital ini.

Industry era digital, *science, technology, engineering* dan *mathematics* (STEM) masih memiliki prospek yang terus menjanjikan kedepannya. Maka dari itu wanita harus lebih banyak dilibatkan. Partisipasi wanita dalam pendidikan berbasis STEM perlu ditingkatkan guna penguasaan digital makin tinggi dan digital gap antara wanita dan pria bisa menyempit bahkan harapannya bisa mengungguli gender pria.

Keberhasilan wanita dalam menjadi seorang entrepreneur di era digital mampu mengatasi banyak problem ekonomi. Dalam penelitian (S, 2018) ada 11 faktor yang mempengaruhi wanita berwirausaha, namun faktor yang paling tinggi yang mempengaruhi adalah faktor dukungan keluarga, motivasi dan minat. Wanita bekerja atau memiliki usaha pada zaman sekarang bukan lagi menjadi sesuatu yang tabu karena rata-rata wanita memiliki pendidikan yang layak dan berorientasi ke masa depan. Meskipun banyak wanita yang sudah memiliki keluarga memilih untuk tidak bekerja, mereka cenderung mencari pekerjaan yang dapat dijalani tanpa mengurangi waktu untuk keluarga, salah satu pilihan terbaik adalah menjadi seorang *entrepreneur*. Dengan adanya dukungan keluarga dan dengan tingginya minat serta motivasi wanita untuk menjadi *entrepreneur*, era digital sangat membantu wanita untuk dapat mengembangkan potensinya. Era digital membuka peluang besar bagi wanita yang memiliki waktu terbatas namun tetap ingin menjadi produktif dengan menjadi seorang *entrepreneur* yang melakukan pemasaran dan penjualan produk dengan memanfaatkan *e-commerce*. Peluang ini tentunya menjadi prospek bagus untuk para wanita yang memiliki waktu terbatas untuk dapat mengembangkan diri dan mendapatkan penghasilan tambahan.

Jika wanita dan pria dalam segi pekerjaan diperlakukan setara mampu keluar dari lingkup tersebut dan memilih berusaha mandiri maka kontribusi akan diterima oleh negara dari keberhasilan wanita tersebut. Diskriminasi gender terhadap berbagai bidang mampu teratasi jika jalan pikir wanita mampu berubah.

Perusahaan besar seperti Bukalapak mempercayai digitalisasi mampu membuka banyak peluang bagi pemberdayaan wanita dan partisipasi wanita dalam industri bisnis yang lebih setara. Ditambah dengan adanya Perusahaan Unicorn yang berada di Indonesia kini telah memberikan kemudahan bagi wanita untuk menjalankan dua hal sekaligus yakni menjaga keluarga dan berusaha dalam waktu yang bersamaan.

Menkeu Sri Mulyani, (2019) mengatakan salah satu efek positif perubahan teknologi adalah meningkatnya inklusi keuangan bagi wanita. Menurut kementerian PPN/Bappenas (2018), Perempuan memiliki peranan penting dalam perekonomian. Untuk itu, peningkatan kualitas hidup dan peran perempuan merupakan salah satu kunci keberhasilan pembangunan bangsa. Hal ini senada dengan data yang dirilis oleh McKinsey Global Institute dalam SWA (2018) yang mengatakan bahwa Indonesia akan menjadi negara dengan tingkat ekonomi terbesar ke-7 pada 2030, dan salah satu syaratnya adalah dengan meningkatkan pemberdayaan perempuan di sector ekonomi.

Dewi Motik Pramono (2018) selaku Duta Koperasi dan Ketua Umum IWAPI turut mengatakan era revolusi 4.0 ini seharusnya dapat dimanfaatkan dan dikelola dengan baik oleh kaum perempuan karena memiliki prospek yang menjanjikan bagi posisi perempuan. Perempuan di era revolusi 4.0 ini harus dapat mengambil peluang yang ada untuk dapat mengembangkan diri salah satunya dengan menjadi seorang entrepreneur.

## SIMPULAN

Digital gap bagi wanita saat ini merupakan salah satu tantangan lainnya yang harus segera diatasi. Maka dari itu wanita harus lebih banyak dilibatkan. Partisipasi wanita dalam pendidikan berbasis STEM perlu ditingkatkan guna penguasaan digital makin tinggi dan digital gap antara wanita dan pria bisa menyempit bahkan harapannya bisa mengungguli gender pria.

Keberhasilan wanita dalam menjadi seorang *entrepreneur* di era digital mampu mengatasi masalah ekonomi dan dapat membantu meningkatkan kesejahteraan keluarga. Adanya dukungan keluarga merupakan salah satu support bagi wanita berwirausaha untuk dapat mengembangkan potensinya. Untuk menghadapi hal tersebut, edukasi tentang cara berwirausaha di era digital dan pelatihan penggunaan *e-commerce* serta peningkatan minat dan semangat berwirausaha juga diperlukan untuk dapat semakin memantapkan para wanita untuk dapat konsisten dalam mengembangkan usaha yang dimiliki.

## SARAN

*Womenpreneur* memerlukan bimbingan dalam bentuk akses ke jalur permodalan seperti lembaga finansial, *networking* yang kuat dan peluang untuk terlibat dalam usaha yang ditekuni oleh pria. Sehingga dapat merubah peluang industry bagi usaha perempuan yang terampil. Wanita juga diharapkan dapat berpikir secara inovatif dalam melahirkan ide ide kreatif dan peluang yang akan dihadapi di era kompetitif digital ini. Meningkatkan fokus pengenalan program kewirausahaan wanita yang masih terbatas. Penyediaan berbagai program kewirausahaan alternatif yang sesuai dengan latar belakang wirausaha wanita. Serta peranan asosiasi bisnis yang relevan bersama dengan wirausahawan wanita, harus dilibatkan lebih awal dalam identifikasi dan desain program.

Rekomendasi riset kedepan adalah melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang melatarbelakangi wanita melakukan wirausaha. Perlu adanya riset yang menganalisis tentang faktor wanita bekerja dan ibu rumah tangga memilih untuk menjadi seorang wirausaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fikri, Zahroul. (2018) Strategi Promosi Di Era Digital Untuk Mengenalkan Pelayanan Informasi Pada Masyarakat (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Aplikasi “Jogja Istimewa” Oleh Bidang Pengembangan Layanan Teknologi Informatika Dinas Komunikasi Dan Informatika Daerah Istimewa Yogyakarta). *Skripsi thesis*, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Hendratni, T. . (2013). *Womenpreneur* , peranan dan kendalanya dalam kegiatan dunia usaha, 2(2), 170–178.
- Mohamad, M., & Bakar, M. S. (2018). MALAY WOMEN ENTREPRENEURIAL SUCCESS ; (April).
- Novianti, Diah (2012). *Analisis Faktor Motivasi Wirausaha Wanita dan Hubungannya Dengan Pertumbuhan Usaha (Studi Kasus Pada UMKM Batik Di Solo)*. Universitas Indonesia.
- S, A. I. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wanita Rumah Tangga Berwirausaha di Kota Medan ( Studi pada Kecamatan Medan Baru ).
- Thomas W Zimmerer, Norman M Scarborough, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Salemba empat, 2008
- Tjiptono. (2016). *Pemasaran Jasa*. penerbit bayumedia publishing, malang (Vol. Yogya).  
www.inews.id di download pada tanggal 17 Juni 2019.  
[www.merdeka.com](http://www.merdeka.com) di download pada tanggal 17 Juni 2019.  
<https://www.merdeka.com/uang/survei-624-persen-wanita-di-indonesia-memulai-bisnis-karena-kebutuhan.html> diakses pada tanggal 18 Juni 2019.

<https://www.inews.id/finance/makro/bi-pengusaha-perempuan-lebih-banyak-bekerja-di-sektor-informal/187961> diakses pada tanggal 18 Juni 2019.

<https://mediaindonesia.com/read/detail/180094-menyiapkan-perempuan-dalam-era-digital> diakses pada tanggal 18 Juni 2019

<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4325915/sri-mulyani-bicara-perempuan-melek-keuangan-di-argentina> diakses pada tanggal 18 Juni 2019

<https://swa.co.id/swa/trends/komitmen-bukalapak-berdayakan-ekonomi-perempuan> diakses pada tanggal 19 Juni 2019

<https://www.skanaa.com/id/news/detail/kembangkan-kapabilitas-perempuan-indonesia-bukalapak-gelar-festival-srikandi-nusantara/wartaekonomi> diakses pada tanggal 19 Juni 2019