

TRANSFORMASI PERAN PEREMPUAN DALAM BERBISNIS DI ERA DIGITAL**Jizenji Tyas Wirastomo**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa

Correspondence		
Email: jizenji@pelitabangsa.ac.id	No. Telp: -	
Submitted 13 Agustus 2024	Accepted 18 Agustus 2024	Published 19 Agustus 2024

Abstrak

Pada era digital, peran perempuan dalam bisnis mengalami transformasi signifikan seiring dengan kemajuan teknologi di era digital. Sama seperti perempuan memiliki akses yang sama terhadap peluang pendidikan, laki-laki juga memiliki akses yang sama di dunia ekonomi. Tujuan utama studi ini adalah untuk mempelajari bagaimana bisnis yang dipimpin perempuan memanfaatkan peluang yang dihadirkan oleh media digital. Studi ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yang mengandalkan sumber informasi sekunder, metode pengumpulan data melalui studi dokumen, dan metode analisis data melalui reduksi, penyajian, dan verifikasi/penggambaran temuan. Temuan studi ini menunjukkan bahwa pemilik bisnis perempuan telah menjadi pemain yang berpengaruh dalam ekonomi digital melalui kreativitas, jejaring sosial, dan kapasitas untuk meramalkan perubahan selera konsumen. Namun, mereka juga menghadapi tantangan dalam membangun representasi produk yang tepat dan mengikuti perkembangan teknologi. Untuk mengatasi tantangan ini, pemberdayaan perempuan dalam bisnis online dapat dilakukan dengan menelaah peluang, tantangan, serta strategi yang harus di hadapi yang menjadi fondasi penting dalam mengembangkan usaha di era digital. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan pentingnya adaptasi dan dukungan berkelanjutan bagi perempuan dalam mencapai kesuksesan bisnis di era digital.

Kata Kunci: Perempuan, Berbisnis, Era Digital**Abstract**

In the digital era, the role of women in business has undergone significant transformation along with technological advances in the digital era. Just as women have equal access to educational opportunities, men also have equal access in the economic world. The main objective of this study is to examine how women-led businesses take advantage of the opportunities presented by digital media. This study uses a qualitative research approach that relies on secondary sources of information, data collection methods through document studies, and data analysis methods through reduction, presentation, and verification/description of findings. The findings of this study indicate that women business owners have become influential players in the digital economy through their creativity, social networks, and capacity to predict changes in consumer tastes. However, they also face challenges in building the right product representation and keeping up with technological developments. To overcome these challenges, empowering women in online businesses can be done by examining the opportunities, challenges, and strategies that must be faced which are important foundations in developing businesses in the digital era. Thus, this study emphasizes the importance of adaptation and continuous support for women in achieving business success in the digital era.

Keywords: Women, Business, Digital Age**PENDAHULUAN**

Teknologi informasi telah berkembang dengan sangat pesat di era globalisasi ini. Teknologi informasi semakin banyak digunakan dalam berbagai aktivitas manusia sehari-hari (Werthi & Perwira, 2024). Komponen baru dalam evolusi pola pikir dan praktik konsumen adalah dampak dari kemajuan teknologi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Triadinda dan Hidayaty pada tahun 2023, perilaku perdagangan saat ini sudah mengarah ke digital, yang berarti konsepsi tradisional perlu secara bertahap digantikan dengan konsepsi yang lebih modern. Perluasan aktivitas ekonomi manusia difasilitasi oleh ranah digital. Banyak individu memanfaatkan digital sebagai media bisnis karena mudah untuk terlibat dan bertransaksi.

Dengan target pasar yang tidak peduli dengan jarak fisik, berbisnis secara daring menjadi semakin populer, dan kemungkinan yang diciptakannya sangat luas (Mu'awanah, 2022).

Inovasi dalam teknologi, khususnya dalam media komunikasi digital, baru-baru ini telah membuka pintu baru bagi para pengusaha. Saat ini, orang dapat mengiklankan barang dagangan mereka, melakukan percakapan virtual, dan melakukan bisnis tanpa harus menginjakkan kaki di toko fisik berkat platform media sosial seperti Facebook dan Instagram. Upaya kewirausahaan juga dapat diuntungkan dari penggunaan media digital sebagai media untuk ide, inovasi, dan kreativitas pengguna (Nurchayani & Isbah, 2020). Perkembangan paling mencolok dalam ekonomi global modern adalah menjamurnya pintu yang dapat digunakan perempuan untuk bergabung dengan sektor korporasi. Perempuan adalah pihak yang memanfaatkan setiap peluang pekerjaan dan bisnis. Hampir tidak ada industri yang malas untuk digeluti secara eksklusif. Tidak jarang perempuan menduduki posisi manajerial di industri transportasi, termasuk pembelian dan penjualan sepeda motor dan kendaraan (Mu'awanah, 2022).

Saat ini, perempuan tidak lagi diharapkan untuk tinggal di rumah dan hanya memenuhi peran domestik. Kebebasan yang sama bagi laki-laki dan perempuan telah diberikan. Agar keluarga dapat memenuhi kebutuhan, terutama di pasar yang tidak stabil seperti yang kita lihat sekarang, perempuan perlu bekerja lebih banyak hingga mereka dapat menghidupi diri sendiri secara finansial. Jika dibandingkan dengan laki-laki, perempuan memiliki akses yang sama terhadap kemungkinan pendidikan dan pekerjaan. Selain itu, kemungkinan perempuan untuk menjalankan beberapa peran dalam hidup mereka memerlukan pertimbangan yang matang dan matang. Tugas, tantangan, dan beban yang harus dipikul perempuan harus dipertimbangkan dengan saksama. Salah satu hal yang dapat dilakukan perempuan selain tinggal di rumah dan membesarkan anak adalah memulai usaha sendiri. Dengan penggunaan teknologi modern, perempuan dapat memulai usaha sendiri dari rumah yang nyaman, sehingga tidak perlu lagi ruang kantor tradisional (Bahri., & Hartati, 2023).

Di era informasi ini, perempuan memegang peranan penting. Perempuan tidak hanya membantu pekerjaan rumah, tetapi juga bekerja sendiri dan mendirikan usaha untuk memenuhi kebutuhan hidup. Banyak perempuan di industri kreatif yang menjalankan usaha kecil dan menengah (UKM). Di seluruh dunia, terjadi lonjakan jumlah wirausaha perempuan yang luar biasa. Perempuan yang terlibat aktif dalam membuat pilihan tentang pengoperasian usaha mereka sendiri disebut wirausahawan. Meskipun usaha mereka masih dalam skala kecil, perempuan ini tetap memegang peranan penting dalam mengentaskan kemiskinan dan berkontribusi pada kemakmuran ekonomi (Hapsari & Nurhajjah, 2020). Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji cara wirausahawan perempuan memanfaatkan media digital untuk memajukan usaha mereka.

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Thousani & Afgani (2023), mengatakan bahwa kewirausahaan telah menjadi pendorong pertumbuhan dan pembangunan ekonomi yang signifikan secara global. Peran perempuan dalam kewirausahaan semakin mendapat perhatian dalam beberapa tahun terakhir, karena mereka terus memberikan kontribusi besar terhadap inovasi, penciptaan lapangan kerja, dan kesejahteraan ekonomi secara keseluruhan.

Berdasarkan uraian yang telah di paparkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui transformasi peran perempuan dalam berbisnis di era digital, yang memuat beberapa poin bahasan diantaranya meliputi perempuan pengusaha sebagai agensi berdaya dalam ekonomi digital; cara memberdayakan perempuan dalam bisnis online di era digital; serta peluang, tantangan dan strategi perempuan dalam bisnis di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang tidak terlalu berfokus pada penarikan kesimpulan umum, tetapi lebih pada upaya mengungkap akar permasalahan suatu masalah tertentu (Rusandi & Rusli, 2021). Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk mengidentifikasi suatu fenomena dalam suatu kategori, menyelidiki fenomena tersebut menggunakan data yang dikumpulkan di lapangan, dan kemudian mengkategorikan gejala-gejala yang memiliki karakteristik serupa untuk menciptakan suatu teori (Sahir, 2021).

Penelitian ini memanfaatkan sumber data sekunder, yaitu sumber data yang tidak secara langsung memberikan data kepada pengumpul data, tetapi mengandalkan sumber lain, seperti orang lain atau bahan tertulis seperti buku dan jurnal (Abdussamad, 2021). Sedangkan teknik pengumpulan datanya melalui teknik dokumen (studi dokumen) yang mana dokumen adalah catatan kejadian-kejadian sebelumnya. Metode ini meneliti atau menelaah dokumen-dokumen yang dihasilkan subjek atau pihak lain tentang subjek guna mencari informasi tentang berbagai item atau variabel. Contoh bahan tersebut antara lain catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulensi rapat, catatan kaki, agenda, dan lain-lain (Abdussamad, 2021). Kemudian, dalam proses dokumentasi melibatkan pengumpulan informasi dan catatan yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian, kemudian menilai keakuratan dan pembuktian suatu peristiwa tertentu (Nasution, 2023).

Teknis analisis data meliputi : *Pertama*, reduksi data yaitu merangkum informasi menurut topik yang memerlukan diskusi atau kesimpulan. Reduksi adalah proses menyederhanakan data yang dikumpulkan dari lapangan. Data yang dikumpulkan di lapangan tentu saja sangat kompleks, dan lazim pula ditemukan data yang tidak berkaitan dengan permasalahan penelitian, namun tercampur dengan data penelitian. Pengambilan kesimpulan itulah yang dimaksudkan untuk disajikan dalam format data. *Kedua*, penyajian data yang mana dengan menyajikan informasi yang tersusun yang memungkinkan pengambilan kesimpulan. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa data tetap disederhanakan secara bermakna, bahkan jika sebagian besar data penelitian kualitatif bersifat naratif. Tujuan penyajian data adalah untuk memberikan gambaran menyeluruh. *Ketiga*, verifikasi dan penarikan kesimpulan yang mana tahap ini diselesaikan dengan menyajikan kumpulan data yang terurut. Terakhir, setelah mengumpulkan dan mengatur data penelitian kuantitatif, tahap terakhir adalah menarik kesimpulan atau mengonfirmasinya. Dengan membandingkan kesesuaian klaim objek penelitian dengan signifikansi konsep dasar penelitian, maka kesimpulan dapat diambil (Sahir, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perempuan Pengusaha sebagai Agensi Berdaya Dalam Ekonomi Digital

a. Perempuan Pengusaha Menangkap Peluang Kewirausahaan Baru

Meningkatnya teknologi digital telah mendorong para pengusaha perempuan untuk membawa perusahaan mereka ke tingkat berikutnya. Selain memanfaatkan berbagai kemungkinan komersial, berbagai penemuan yang dikembangkan oleh para pengusaha ini memperluas cakrawala mereka. Kemampuan untuk memanfaatkan berbagai kemungkinan yang muncul sebagai lawan dari tren—dan mungkin bahkan kebutuhan mereka sendiri—memungkinkan para pengusaha untuk memanfaatkan prospek ekonomi ini sebaik-baiknya. Ada banyak cara bagi para pemilik perusahaan perempuan untuk berinovasi dan tetap relevan dalam dunia kewirausahaan. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan berbagai kemungkinan baru yang muncul. Cara lain untuk mewujudkan kemajuan ini adalah dengan menjadi lebih imajinatif saat membuat sesuatu, saat menggambarkan materi, dan saat menggunakan taktik pemasaran internet. Para pemilik bisnis perempuan dapat mengasah

demografi target mereka dengan mempelajari tren media sosial dan sifat konten yang dibuat pengguna.

b. Inovasi dan Pemahaman atas Trend Pasar

Pengusaha perempuan memiliki kepekaan yang tinggi terhadap preferensi konsumen yang terus berubah, yang mereka gunakan untuk menginformasikan inovasi mereka. Selain itu, status budaya pengusaha perempuan sebagai perempuan membantu mengasah intuisi mereka untuk menganalisis dinamika pasar di banyak sektor bisnis tempat mereka beroperasi, termasuk industri kuliner dan mode. Beberapa contoh inovasi meliputi inisiatif untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan dan karyawan, promosi bisnis melalui media sosial, pemasaran yang didorong oleh konten yang menarik, dan dukungan produk melalui layanan influencer.

c. Tantangan Menggunakan Teknologi untuk Ekonomi Digital

Ketika mencoba mengembangkan usaha mereka dengan memanfaatkan teknologi, pengusaha perempuan menghadapi sejumlah kendala. Masalah terkait adalah perlunya mengoordinasikan kemampuan pengusaha dengan penggunaan media digital. Secara khusus, mereka mengkhawatirkan tiga area kesulitan berikut: menciptakan penggambaran produk yang sesuai; mengkarakterisasikan item layanan; dan mengikuti tren yang selalu berubah dalam produk kuliner. Akibatnya, bisnis milik perempuan berupaya keras untuk beradaptasi dengan tren yang terus berubah dalam media digital, khususnya media sosial, yang menghasilkan norma-norma sosial baru dengan kecepatan yang memusingkan. Bagi pengusaha perempuan, ini merupakan peluang sekaligus ancaman, terutama dalam hal mengelola ide dan teknologi demi keuntungan ekonomi. Dan pemilik bisnis perempuan masih harus menempuh jalan panjang sebelum mereka dapat sepenuhnya memanfaatkan preferensi konsumen dan dinamika pasar yang berubah (Nurcahyani & Isbah, 2020).

Cara Memberdayakan Perempuan Dalam Bisnis Online Di Era Digital

Muhammadiyah dkk. (2024) mendefinisikan pemberdayaan perempuan dalam bisnis daring sebagai inisiatif untuk membantu perempuan menjadi wirausahawan yang aktif dan sukses dengan memberikan mereka kesempatan, keahlian, dan dukungan. Berikut ini adalah beberapa strategi yang terbukti efektif dalam mendorong wirausahawan perempuan di era digital:

1. Pendidikan dan Pelatihan: Menyediakan kursus dan kurikulum yang dirancang khusus untuk mengajarkan orang-orang seluk-beluk mengelola toko web, mengelola keuangan, dan pemasaran digital—yang semuanya penting bagi setiap pemilik perusahaan daring. Sering kali, wanita menghadapi kendala saat mencoba memperoleh pengetahuan teknis; pelatihan ini dapat membantu.
2. Akses Terhadap Sumber Daya: Meningkatkan akses perempuan terhadap pendanaan ventura, infrastruktur teknologi, dan jaringan bisnis sehingga mereka dapat meluncurkan dan memperluas perusahaan internet mereka sendiri. Kolaborasi dengan pemerintah, lembaga keuangan, dan lembaga nirlaba yang membantu wirausahawan perempuan dapat mewujudkan hal ini.
3. Mentorship dan Bimbingan: Memfasilitasi akses ke mentor bisnis daring melalui program pendampingan dan bimbingan terstruktur. Kaum perempuan dapat memperoleh manfaat besar dari memiliki mentor yang dapat membantu mereka mengatasi hambatan dan membuat rencana bisnis yang unggul.
4. Pembentukan Jaringan dan Komunitas: Untuk memfasilitasi berbagi informasi, ide, dan sumber daya di antara pengusaha perempuan, disarankan agar perempuan menjadi anggota organisasi profesional atau komunitas bisnis daring. Orang-orang yang menjadi bagian dari kelompok ini sering kali menemukan ide-ide baru, dorongan, dan peluang untuk bekerja sama.

5. Penguatan Kepercayaan Diri: Keberhasilan usaha milik perempuan bergantung pada kemampuan mereka untuk mengambil inisiatif dan membangun rasa percaya diri. Program kepemimpinan, terapi, atau kelas pengembangan diri dapat membantu dalam hal ini.
6. Advokasi dan Kesetaraan: Dorong penerapan langkah-langkah yang akan membantu perempuan memperoleh kesempatan yang sama di pasar digital dan mendorong kesetaraan gender. Ini melibatkan perjuangan untuk hak-hak perempuan agar memiliki akses yang sama terhadap pendidikan, sumber daya, dan peluang ekonomi.

Dengan menggunakan strategi yang komprehensif dan terkoordinasi, pemberdayaan perempuan dalam bisnis daring dapat membantu menutup kesenjangan gender dalam kewirausahaan, meningkatkan kemandirian finansial perempuan, dan meningkatkan dampaknya terhadap pertumbuhan sosial dan ekonomi secara keseluruhan.

Peluang, Tantangan dan Strategi Perempuan Dalam Bisnis Di Era Digital

Perusahaan daring memiliki banyak potensi besar bagi perempuan, terutama karena kualitas dan keterampilan mereka yang unik. Secara khusus, Muhammadiyah et al. (2024) mencantumkan peluang berikut bagi perempuan:

1. **Fleksibilitas Waktu dan Lokasi:** Ketika perempuan memiliki usaha daring mereka sendiri, mereka dapat memilih jadwal mereka sendiri dan bekerja dari mana saja yang sesuai untuk mereka dan keluarga mereka. Keseimbangan kehidupan dan pekerjaan yang lebih baik dapat terwujud karena mereka bebas melakukan pekerjaan mereka dari mana saja yang paling nyaman bagi mereka.
2. **Keterampilan Komunikasi dan Jaringan:** Kemampuan untuk terhubung dengan orang lain dan mengutarakan pikiran dengan jelas merupakan sifat yang sering dikaitkan dengan wanita. Membangun jaringan konsumen, mitra bisnis, dan komunitas daring yang kuat dapat sangat difasilitasi oleh hal ini.
3. **Kreativitas dan Inovasi:** Industri kreatif, termasuk desain, seni lukis, dan kerajinan, sangat menarik bagi wanita. Jika mereka pandai membuat dan menjual barang digital atau fisik, mereka dapat menggunakan minat dan kemampuan mereka untuk memulai perusahaan daring.
4. **Keahlian Multitasking:** Kemampuan untuk melakukan beberapa aktivitas sekaligus merupakan sifat umum di kalangan wanita. Bila Anda menjalankan perusahaan daring yang mengandalkan pemasaran, dukungan pelanggan, dan manajemen inventaris, hal ini dapat sangat membantu.
5. **Pengetahuan tentang Pasar Niche:** Kesehatan dan kecantikan, pengasuhan anak, dan barang-barang gaya hidup hanyalah beberapa contoh bidang spesialisasi yang sering kali menjadi tempat para wanita memiliki pengetahuan dan pengalaman yang luas. Dengan informasi ini, mereka dapat merancang barang dan jasa yang secara khusus akan menarik minat pelanggan di pasar tertentu.
6. **Akses Terhadap Komunitas dan Dukungan:** Ketika perempuan meluncurkan dan mengembangkan usaha internet mereka, mereka sering kali mendapati bahwa mereka memperoleh lebih banyak dukungan dari jaringan dan komunitas perempuan lainnya. Pemilik perusahaan perempuan dapat memperoleh manfaat besar dari inspirasi, dukungan moral, dan peluang kerja sama yang diberikan oleh kelompok-kelompok ini.

Melalui pemanfaatan berbagai kemungkinan ini secara strategis dan inovatif, perempuan dapat membangun usaha daring yang menguntungkan dalam jangka panjang dan meningkatkan dampaknya terhadap ekonomi digital yang tengah berkembang. Muhammadiyah dkk. (2024) mencatat bahwa meskipun perempuan memiliki banyak potensi dalam bisnis internet, mereka juga mungkin menghadapi banyak masalah, seperti:

1. Keterbatasan Akses dan Keterampilan Teknis: Ketika menjalankan perusahaan daring, sejumlah wanita mungkin mengalami kesulitan karena kurangnya pengetahuan atau pengalaman dengan platform e-commerce, pemasaran digital, analisis data, dan aspek teknis lainnya.
2. Kurangnya Dukungan dan Mentoring: Mungkin sulit bagi wanita untuk membangun dan mengembangkan usaha internet mereka tanpa sumber daya dan bimbingan yang tepat. Mereka mungkin tidak dapat maju dalam usaha perusahaan mereka karena kurangnya koneksi dan sumber daya yang sesuai.
3. Persaingan yang Ketat: Perdagangan daring bisa jadi merupakan lingkungan yang sangat kompetitif, khususnya di area yang sangat kompetitif dan jenuh. Di pasar yang padat, wanita mungkin merasa sulit untuk bersaing dengan pesaing yang lebih besar dan mapan serta menarik pelanggan.
4. Keseimbangan Antara Pekerjaan dan Tanggung Jawab Keluarga: Sebagai istri, ibu, dan pengurus rumah tangga, banyak wanita juga harus menjalankan banyak peran sekaligus. Mungkin agak sulit untuk menjalankan perusahaan internet di samping pekerjaan tetap dan keluarga.
5. Tantangan Sosial dan Budaya: Ada ekspektasi sosial dan budaya bahwa perempuan harus memprioritaskan tanggung jawab rumah tangga dan keluarga daripada kewirausahaan, yang dapat menyebabkan stigma dan bentuk diskriminasi lainnya.
6. Ketidakpastian dan Risiko: Perusahaan daring, seperti jenis bisnis lainnya, penuh dengan bahaya dan ketidakpastian. Ketika harus mengambil risiko finansial dan mungkin gagal dalam berbisnis, wanita mungkin merasa kurang nyaman atau aman.

Diperlukan upaya gabungan dari berbagai sektor, termasuk sektor publik dan swasta, lembaga pendidikan, lembaga nirlaba, dan masyarakat umum, untuk mengatasi hambatan ini. Perempuan dapat mengatasi hambatan ini dan menciptakan perusahaan internet yang menguntungkan dan berjangka panjang dengan dukungan, pendidikan, dan perangkat yang tepat.

Selain itu, terdapat tiga pendekatan umum dalam berbisnis yang dapat dilakukan oleh perempuan, sebagaimana dikemukakan oleh Triadinda dan Hidayaty (2023):

1. Biaya rendah. Metode ini didasarkan pada gagasan bahwa menciptakan produk dan layanan relatif murah. Skala ekonomi, teknologi yang dipatenkan, dan akses bahan baku yang istimewa merupakan sumber keuntungan biaya.
2. Diferensiasi. Pendekatan ini didasarkan pada fakta bahwa produk dan layanan perusahaan tersebut luar biasa di bidangnya dan dalam hal lain yang dapat diperhatikan dan dihargai oleh pelanggan. Ada beberapa cara untuk membedakan suatu produk atau layanan. Beberapa contohnya meliputi: produk itu sendiri, metode distribusi, strategi pemasaran, peralatan konstruksi, dan persepsi publik.
3. Fokus. Jika suatu perusahaan tidak memiliki keunggulan kompetitif secara umum, perusahaan tersebut tetap dapat mengejar keunggulan di area pasar sasaran tertentu dengan mengadopsi strategi fokus. Salah satu penekanannya adalah pada biaya, dengan tujuan menyediakan layanan terbaik bagi segmen sasaran dengan harga serendah mungkin; yang lain adalah pada diferensiasi, dengan tujuan menyediakan layanan terbaik bagi segmen sasaran sekaligus menonjol dari pesaing.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai transformasi peran perempuan dalam berbisnis di era digital, dapat disimpulkan bahwa :

1. Perempuan pengusaha telah menjadi agen berdaya dalam ekonomi digital dengan memanfaatkan teknologi untuk memperluas bisnis mereka. Inovasi yang mereka lakukan sering kali didasarkan pada pemahaman mendalam mengenai selera dan tren pasar yang terus berubah. Melalui media sosial, mereka mampu melakukan promosi, menciptakan konten menarik, serta menggandeng influencer untuk memasarkan produk mereka secara efektif. Namun, pebisnis perempuan juga menghadapi tantangan teknologi, terutama dalam hal membangun representasi produk yang tepat dan mengikuti tren teknologi yang cepat berubah. Maka, kesiapan untuk terus beradaptasi dengan perkembangan ini menjadi kunci sukses mereka dalam era digital.
2. Cara pemberdayaan perempuan dalam bisnis online tidak hanya terjadi melalui penggunaan teknologi, tetapi juga melalui pendidikan dan pelatihan; akses terhadap sumber daya; mentorship dan bimbingan; pembentukan komunitas; penguatan kepercayaan diri; serta advokasi dan kesetaraan. Ini membantu mereka mengatasi hambatan yang mungkin dihadapi.
3. Peluang dalam bisnis juga sangat besar, dengan fleksibilitas waktu; keterampilan komunikasi; kreativitas; kemampuan multitasking; pengetahuan tentang pasar niche; serta akses terhadap komunitas yang dimiliki perempuan yang dapat berhasil membangun bisnis yang sukses dan berkelanjutan. Akan tetapi, terdapat juga tantangan yang dihadapi bagi pebisnis perempuan diantaranya meliputi keterbatasan akses; kurangnya dukungan; persaingan yang ketat; keseimbangan antara pekerjaan dan tanggung jawab keluarga; tantangan sosial dan budaya; serta ketidakpastian dan risiko. Maka, terdapat strategi bisnis yang efektif, seperti biaya rendah, diferensiasi, dan fokus pada segmen pasar tertentu, menjadi fondasi penting dalam mengembangkan usaha mereka di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. (2021). *Metode penelitian Kualitatif*. Makassar: CV Syakir Media Press, 142 & 149-150.
- Bahri, Salmi Yuniar., & Widya Hartati. (2023). Membangun Kiprah Wanita Wirausaha Dalam Mewujudkan Ekonomi Mandiri Era Digital Di Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 45.
- Hapsari, Nurul Retno., & Sitta Nurhajjah. (2020). Apakah Wirausaha Wanita Siap Dalam Menghadapi Era Digital?. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Industri (EBI)*, 2(2), 21-22.
- Mu'awanah, Siti. (2022). Peluang Bisnis Bagi Wanita Di Era Digital Dalam Perspektif Al-Quran: Studi Keberhasilan Khadijah Dalam Berbisnis. *Nida' Al-Qur'an*, 20(1), 41.
- Muhammadiyah, Mas'ud., Aulia Nurlaili Kusuma Wardani., Sapto Yuwono., Khairunnisa., & Jumriah. (2024). Pemberdayaan Perempuan Dalam Bisnis Online: Peluang Dan Tantangan Di Era Digital. *Community Development Journal*, 5(2), 3927-3930.
- Nasution, Abdul Fattah. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Harfa Creative, 64.
- Nurcahyani, Anisa., & M. Falikul Isbah. (2020). Perempuan Dan Ekonomi Digital: Peluang Kewirausahaan Baru dan Negosiasi Peran berbasis Gender. *Jurnal Studi Gender*, 13(1), 28-29 & 32-41.
- Rusandi, & Rusli, M. (2021). Merancang penelitian kualitatif dasar/deskriptif dan studi kasus. *Al-Ubudiyah Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, 2(1), 2.
- Sahir, Syafrida Hafni. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta- Bojonegoro: Penerbit KBM Indonesia, 41 & 48.

- Thousani, Hifzhan Frima., & Kurnia Fajar Afgani. (2023). Jaringan Dalam Mendorong Perempuan Untuk Memulai dan Mempertahankan Bisnis: Sistematis Literatur Review. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 9(2), 100.
- Triadinda, Dexi., & Hidayaty, Dwi Epty. (2023). Penerapan Strategi Bisnis di Era Digital yang Dikelola Ibu Rumah Tangga untuk Meningkatkan Pendapatan Keluarga (Studi Kasus Komunitas Womenpreneur Karawang). *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 6(3), 248-249.
- Werthi, Komang Tri., & Anak Agung Gde Agung Nanda Perwira. (2024). Penguatan Literasi Digital di Era Digital Ekonomi Sebagai Program Penguatan Peran Perempuan Sebagai Penopang Ekonomi Keluarga. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 606.