

WomenPreneur dan Inklusivitas: Tantangan serta Peluang Kewirausahaan Perempuan di Ekosistem Digital Indonesia

Asriyani Amrullah^{1*}, Siti Nardiyah Muhrami²

^{1,2}Universitas Negeri Makassar, Makassar

E-mail: asriyani.amrullah@unm.ac.id^{1*}, sitinardiyah@unm.ac.id²

Received : 05 January 2026
Revised : 20 February 2026
Accepted : 28 February 2026

Published : 09 March 2026
DOI : <https://doi.org/10.59971/jumawa.v3i2.464>
Link Publish : <https://abadiinstitute.org/index.php/JUMAWA/article/view/464>

Abstrak

Pertumbuhan pesat ekonomi digital Indonesia telah menciptakan peluang baru bagi perempuan *entrepreneur* (*womenpreneur*) untuk berpartisipasi dalam aktivitas bisnis melalui platform digital, *social commerce*, dan teknologi finansial. Namun, di tengah meningkatnya inklusivitas digital, perempuan *entrepreneur* masih menghadapi berbagai tantangan struktural, sosial, dan teknologi dalam ekosistem kewirausahaan digital. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi pengalaman hidup (*lived experiences*) *womenpreneur* dalam menghadapi peluang dan hambatan pada ekonomi digital Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA). Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur terhadap perempuan *entrepreneur* yang aktif menjalankan bisnis berbasis digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa platform digital memberikan peluang ekonomi yang lebih fleksibel, memperluas akses pasar, dan meningkatkan pemberdayaan finansial perempuan. Namun demikian, *womenpreneur* masih menghadapi berbagai hambatan berbasis gender, seperti kesenjangan literasi digital, keterbatasan akses sumber daya, norma patriarki, dan beban ganda domestik serta bisnis. Penelitian ini juga menemukan bahwa komunitas digital, jaringan sosial, dan teknologi finansial memiliki peran penting dalam memperkuat kemampuan adaptasi dan keberlanjutan bisnis perempuan *entrepreneur*. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan literatur *digital entrepreneurship* dan *gender inclusivity* melalui perspektif fenomenologis mengenai pengalaman *womenpreneur* dalam ekonomi digital berkembang.

Kata Kunci: *Womenpreneur, Kewirausahaan Digital, Inklusivitas, Pemberdayaan Perempuan, Ekonomi Digital*

Abstract

The rapid growth of Indonesia's digital economy has created new opportunities for women entrepreneurs (*womenpreneurs*) to participate in business activities through digital platforms, *social commerce*, and financial technology. However, despite increasing digital inclusivity, women entrepreneurs continue to face structural, social, and technological challenges within the digital entrepreneurial ecosystem. This study aims to explore the lived experiences of *womenpreneurs* in navigating opportunities and barriers within Indonesia's digital economy. Using a qualitative approach with *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA), data were collected through in-depth semi-structured interviews with women entrepreneurs actively operating digital-based businesses. The findings reveal that digital platforms provide flexible economic opportunities, broader market access, and financial empowerment for women. Nevertheless, *womenpreneurs* continue to experience gender-based constraints, including digital literacy gaps, limited access to resources, patriarchal norms, and the double burden of domestic and entrepreneurial responsibilities. The study also highlights the important role of digital communities, social networks, and financial technology in strengthening women's adaptive capabilities and business sustainability. Theoretically, this research contributes to the literature on digital entrepreneurship and gender inclusivity by providing a phenomenological perspective on *womenpreneurs'* experiences in emerging digital economies. Practically, the study emphasizes the need for gender-responsive digital policies, inclusive digital literacy programs, and stronger institutional support for women entrepreneurs.

Keywords: *Womenpreneur, Digital Entrepreneurship, Inclusivity, Women Empowerment, Digital Economy*

PENDAHULUAN

Transformasi ekonomi digital telah mengubah lanskap kewirausahaan global, termasuk di Indonesia, dengan membuka peluang bisnis yang semakin inklusif melalui platform digital, media sosial, *financial technology*, dan ekosistem perdagangan elektronik. Perkembangan ini mendorong munculnya fenomena *womenpreneur*, yaitu perempuan yang memanfaatkan teknologi digital sebagai medium utama dalam membangun, mengelola, dan mengembangkan usaha. Dalam konteks negara berkembang, *womenpreneur* tidak hanya dipandang sebagai aktor ekonomi, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan keluarga, pengurangan kesenjangan gender, dan penguatan ekonomi komunitas lokal (Latif et al., 2026).

Di Indonesia, perkembangan *womenpreneur* mengalami peningkatan signifikan seiring pertumbuhan ekonomi digital nasional dan penetrasi internet yang semakin luas. Perempuan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memainkan peran strategis dalam menopang perekonomian nasional, khususnya pada sektor informal dan ekonomi kreatif. Studi terbaru menunjukkan bahwa perempuan mengelola sebagian besar UMKM di Indonesia dan memiliki kontribusi penting terhadap penyerapan tenaga kerja serta pertumbuhan ekonomi domestik (Pranitasari et al., 2026). Kehadiran platform digital seperti *marketplace*, *social commerce*, dan layanan pembayaran digital turut memperluas akses perempuan terhadap pasar, jaringan bisnis, dan sumber pembiayaan yang sebelumnya relatif terbatas. Kondisi ini memperlihatkan bahwa digitalisasi berpotensi menjadi instrumen penting dalam mendorong inklusivitas ekonomi berbasis gender.

Meskipun demikian, keterlibatan perempuan dalam ekosistem digital belum sepenuhnya berjalan secara setara. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa *womenpreneur* masih menghadapi hambatan struktural, sosial, dan kultural yang memengaruhi kemampuan mereka dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Kesenjangan literasi digital, keterbatasan akses terhadap modal usaha, rendahnya kepemilikan aset, stereotip gender, serta beban ganda domestik menjadi tantangan utama yang terus dihadapi perempuan *entrepreneur* di Indonesia (Pranitasari et al., 2026). Dalam banyak kasus, digitalisasi justru menciptakan "*digital double burden*", yaitu kondisi ketika perempuan harus menjalankan peran domestik sekaligus mempertahankan produktivitas bisnis digital secara bersamaan. Fenomena ini menunjukkan bahwa transformasi digital tidak secara otomatis menghasilkan pemberdayaan ekonomi apabila tidak diiringi dengan dukungan sosial dan institusional yang inklusif (Pranitasari et al., 2026; Trinkenreich et al., 2022).

Selain faktor struktural, aspek sosio-kultural juga memiliki pengaruh kuat terhadap pengalaman *womenpreneur* dalam menjalankan usaha digital. Norma patriarki dan konstruksi sosial mengenai peran perempuan masih membentuk batasan tertentu terhadap partisipasi perempuan dalam dunia bisnis dan teknologi. Dalam konteks masyarakat berkembang, perempuan *entrepreneur* sering kali harus melakukan negosiasi antara identitas domestik dan identitas profesional mereka sebagai pelaku usaha. Studi fenomenologis terbaru di Indonesia menunjukkan bahwa perempuan pemimpin bisnis digital harus terus membangun legitimasi sosial atas kepemimpinan dan aktivitas kewirausahaannya di tengah ekspektasi budaya yang masih bersifat *gendered* (Tamatur et al., 2026). Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa pengalaman *womenpreneur* tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi, tetapi juga berkaitan dengan dinamika identitas, relasi sosial, dan perjuangan memperoleh pengakuan dalam ekosistem digital.

Di sisi lain, ekosistem digital juga menghadirkan peluang baru bagi perempuan untuk menciptakan model bisnis yang lebih fleksibel, adaptif, dan berbasis komunitas. *Digital entrepreneurship* memungkinkan perempuan mengakses pasar tanpa batas geografis, membangun *personal branding* melalui

media sosial, serta memperluas jejaring sosial dan profesional secara lebih efisien. Penelitian sebelumnya menemukan bahwa keberadaan digital *entrepreneurial ecosystem* berkontribusi positif terhadap daya saing *womenpreneur* melalui dukungan teknologi, jaringan, dan akses informasi bisnis (Purbasari et al., 2025). Selain itu, perkembangan *fintech* dan *digital banking* juga meningkatkan peluang *financial inclusion* bagi perempuan pelaku UMKM, terutama dalam memperoleh akses pembiayaan dan transaksi bisnis yang lebih mudah (Alfarizi et al., 2023). Dengan demikian, ekosistem digital memiliki dua sisi yang saling beririsan, yaitu sebagai ruang pemberdayaan sekaligus ruang yang masih menyimpan berbagai bentuk ketimpangan gender.

Meskipun kajian mengenai *women entrepreneurship* dan *digital economy* telah berkembang cukup pesat, sebagian besar penelitian sebelumnya masih didominasi pendekatan kuantitatif yang berfokus pada hubungan antarvariabel seperti *digital literacy*, *business performance*, atau *financial inclusion* (Cahyaningsih et al., 2026; Purbasari et al., 2025). Penelitian yang mengeksplorasi pengalaman hidup (*lived experiences*) *womenpreneur* dalam menghadapi dinamika ekosistem digital Indonesia masih relatif terbatas, khususnya melalui pendekatan fenomenologi. Padahal, pemahaman mendalam mengenai pengalaman subjektif perempuan *entrepreneur* sangat penting untuk menjelaskan bagaimana mereka memaknai peluang, hambatan, dan strategi adaptasi dalam lingkungan bisnis digital yang terus berkembang. Pendekatan fenomenologis memungkinkan penelitian menangkap dimensi emosional, sosial, dan kultural yang sering kali tidak terungkap dalam studi berbasis survei.

Berdasarkan gap tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengalaman *lived experiences womenpreneur* dalam menghadapi tantangan dan peluang kewirausahaan pada ekosistem digital Indonesia. Secara khusus, penelitian ini berupaya memahami bagaimana perempuan *entrepreneur* memaknai inklusivitas digital, menghadapi hambatan struktural dan sosial, serta membangun strategi adaptasi dalam menjalankan bisnis berbasis digital. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan literatur mengenai *digital entrepreneurship* dan *gender inclusivity*, sekaligus memberikan implikasi praktis bagi penguatan kebijakan pemberdayaan *womenpreneur* di Indonesia.

KAJIAN PUSTAKA

Kewirausahaan Perempuan dan Inklusivitas Ekonomi

Entrepreneurship menempatkan kewirausahaan sebagai salah satu instrumen penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, inovasi, dan penciptaan lapangan kerja. Dalam perkembangannya, *women entrepreneurship* menjadi isu strategis karena meningkatnya partisipasi perempuan dalam aktivitas bisnis, khususnya pada sektor UMKM dan ekonomi digital. Perempuan *entrepreneur* tidak hanya dipandang sebagai pelaku ekonomi, tetapi juga sebagai agen transformasi sosial yang berkontribusi terhadap pengurangan kemiskinan, peningkatan kesejahteraan keluarga, dan penguatan pembangunan inklusif. Studi terbaru menunjukkan bahwa *womenpreneur* memiliki kontribusi signifikan terhadap keberlanjutan ekonomi lokal dan pengembangan ekonomi berbasis komunitas di negara berkembang (Awalia et al., 2025; Kharisma & Susilowati, 2025).

Dalam konteks Indonesia, peningkatan jumlah perempuan *entrepreneur* menunjukkan adanya pergeseran peran perempuan dari ranah domestik menuju partisipasi ekonomi yang lebih aktif. Pertumbuhan *womenpreneur* di Indonesia didorong oleh perkembangan teknologi digital, meningkatnya akses internet, serta munculnya platform ekonomi digital yang mempermudah perempuan menjalankan bisnis secara fleksibel. Penelitian terbaru menemukan bahwa perempuan memanfaatkan kewirausahaan

sebagai sarana memperoleh kemandirian ekonomi, aktualisasi diri, dan fleksibilitas dalam mengelola peran keluarga dan pekerjaan secara simultan (Kharisma & Susilowati, 2025; Putri & Shodiq, 2024).

Namun, literatur juga menunjukkan bahwa *womenpreneur* masih menghadapi berbagai tantangan multidimensional. Hambatan tersebut meliputi keterbatasan akses terhadap modal, rendahnya literasi digital, lemahnya jaringan bisnis, serta stereotip gender yang masih memengaruhi legitimasi perempuan dalam dunia *entrepreneurship*. Studi *systematic literature review* terbaru menegaskan bahwa keberhasilan *womenpreneur* sangat dipengaruhi oleh dukungan sosial, kebijakan inklusif, akses teknologi, dan penguatan kapasitas digital perempuan (Abdullah et al., 2025; Awalia et al., 2025).

Kewirausahaan Digital dan Ekonomi Platform

Digital economy berkembang pesat melalui integrasi teknologi digital dalam aktivitas bisnis, pemasaran, komunikasi, dan transaksi ekonomi. Konsep digital *entrepreneurship* merujuk pada aktivitas kewirausahaan yang memanfaatkan teknologi digital sebagai fondasi utama dalam penciptaan nilai bisnis dan inovasi pasar. Platform digital seperti *marketplace*, media sosial, *e-commerce*, dan *fintech* telah mengubah model bisnis tradisional menjadi lebih fleksibel, terhubung, dan berbasis jaringan digital. Transformasi ini menciptakan peluang baru bagi kelompok yang sebelumnya memiliki keterbatasan akses terhadap pasar, termasuk perempuan *entrepreneur* (Abdullah et al., 2025; Putri & Shodiq, 2024).

Dalam ekonomi platform, media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi telah berkembang menjadi medium utama dalam strategi pemasaran, *branding*, dan interaksi pelanggan. Platform seperti Instagram, TikTok, dan Facebook memungkinkan *womenpreneur* membangun identitas bisnis secara mandiri dengan biaya relatif rendah. Selain itu, *marketplace* digital memberikan peluang ekspansi pasar tanpa memerlukan investasi fisik yang besar. Kondisi ini menyebabkan digital *entrepreneurship* menjadi salah satu model bisnis yang paling adaptif bagi perempuan, khususnya pada sektor UMKM dan *creative economy* (Ghaly et al., 2025; Putri & Shodiq, 2024).

Konsep *digital entrepreneurial ecosystem* menjelaskan bahwa keberhasilan *entrepreneurship* digital dipengaruhi oleh keterhubungan antara teknologi, regulasi, komunitas bisnis, akses pembiayaan, serta dukungan institusional. Ekosistem digital yang inklusif memungkinkan perempuan memperoleh akses lebih luas terhadap pasar, pelatihan bisnis, jejaring profesional, dan layanan keuangan digital. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *womenpreneur* yang memiliki akses terhadap ekosistem digital cenderung memiliki kemampuan inovasi dan adaptasi bisnis yang lebih baik dibandingkan *entrepreneur* yang tidak terhubung secara digital (Abdullah et al., 2025; Awalia et al., 2025).

Hambatan Gender dan Tantangan Sosio-Budaya dalam Kewirausahaan Perempuan

Gender studies menekankan bahwa aktivitas ekonomi perempuan dipengaruhi oleh struktur sosial dan relasi gender yang berkembang dalam masyarakat. Dalam konteks *entrepreneurship*, perempuan sering menghadapi hambatan struktural yang berbeda dibandingkan laki-laki, termasuk diskriminasi akses modal, keterbatasan kepemilikan aset, serta rendahnya representasi perempuan dalam jaringan bisnis dan pengambilan keputusan ekonomi. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa norma patriarki dan ekspektasi sosial mengenai peran perempuan masih menjadi faktor utama yang membatasi perkembangan *womenpreneur* di banyak negara berkembang, termasuk Indonesia (Ginting-Szczesny et al., 2025).

Salah satu tantangan utama *womenpreneur* adalah fenomena *double burden*, yaitu kondisi ketika perempuan harus menjalankan peran domestik sekaligus mempertahankan produktivitas bisnis. Beban ganda ini menyebabkan perempuan mengalami keterbatasan waktu, energi, dan mobilitas dalam mengembangkan usaha. Studi fenomenologis terbaru menemukan bahwa perempuan *entrepreneur* sering

kali harus melakukan negosiasi identitas antara peran keluarga dan identitas profesional mereka sebagai pelaku usaha (Ginting-Szczesny et al., 2025; Kharisma & Susilowati, 2025).

Selain hambatan sosial, *womenpreneur* juga menghadapi tantangan dalam pemanfaatan teknologi digital. Kesenjangan literasi digital, keterbatasan akses internet, dan rendahnya kemampuan teknologi menjadi penghambat utama dalam optimalisasi bisnis digital perempuan. Laporan terbaru menunjukkan bahwa biaya akses internet, keamanan digital, dan *online harassment* menjadi hambatan signifikan bagi perempuan *entrepreneur* dalam mengembangkan bisnis berbasis platform digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital tidak secara otomatis menciptakan inklusivitas apabila tidak disertai perlindungan sosial dan dukungan kebijakan yang responsif gender.

Inklusi Digital dan Pemberdayaan Perempuan

Inclusive development memandang inklusivitas digital sebagai kemampuan individu dan kelompok untuk memperoleh akses setara terhadap teknologi, informasi, dan sumber daya ekonomi berbasis digital. Dalam konteks *womenpreneurship*, *digital inclusion* mencakup akses terhadap internet, platform bisnis digital, layanan fintech, pelatihan teknologi, dan peluang pasar digital. Inklusivitas digital menjadi penting karena teknologi digital memiliki potensi besar dalam mengurangi hambatan geografis, sosial, dan ekonomi yang selama ini membatasi partisipasi perempuan dalam aktivitas bisnis (Abdullah et al., 2025; Awalia et al., 2025).

Perkembangan *financial technology* (*fintech*) juga memperluas peluang *financial inclusion* bagi *womenpreneur* melalui layanan pembayaran digital, *mobile banking*, dan *peer-to-peer lending*. Teknologi finansial memungkinkan perempuan memperoleh akses transaksi dan pembiayaan yang sebelumnya sulit dijangkau melalui sistem perbankan tradisional. Studi terbaru menunjukkan bahwa *digital finance* berkontribusi terhadap peningkatan *bargaining power* perempuan, pengurangan kesenjangan ekonomi gender, serta peningkatan keberlanjutan bisnis perempuan *entrepreneur* (Guo et al., 2024).

Selain aspek ekonomi, *digital inclusion* berkontribusi terhadap *empowerment* perempuan melalui peningkatan *agency*, kemandirian ekonomi, dan akses terhadap jaringan sosial. Platform digital memungkinkan perempuan membangun komunitas bisnis, memperluas relasi profesional, dan memperoleh dukungan sosial secara lebih luas. Dengan demikian, inklusivitas digital tidak hanya berkaitan dengan akses teknologi, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan perempuan dalam memanfaatkan teknologi untuk memperkuat posisi sosial dan ekonomi mereka (Abdullah et al., 2025; Ghaly et al., 2025).

Perspektif Fenomenologis tentang Pengalaman Hidup Perempuan Wirausahawan

Pendekatan fenomenologi berfokus pada eksplorasi pengalaman hidup (*lived experiences*) individu dalam memahami realitas sosial yang mereka alami secara subjektif. Dalam penelitian *entrepreneurship*, fenomenologi digunakan untuk memahami bagaimana *entrepreneur* memaknai perjalanan bisnis, tantangan sosial, identitas profesional, dan dinamika lingkungan usaha yang mereka hadapi. Pendekatan ini penting karena pengalaman *entrepreneurship* tidak hanya bersifat ekonomis, tetapi juga berkaitan dengan emosi, relasi sosial, budaya, dan konstruksi identitas individu (Oliveira et al., 2024).

Dalam konteks *womenpreneurship*, fenomenologi memungkinkan peneliti mengeksplorasi bagaimana perempuan memaknai pengalaman mereka dalam menghadapi ketimpangan gender, membangun legitimasi bisnis, dan beradaptasi terhadap transformasi digital. Studi terbaru menunjukkan bahwa pendekatan fenomenologi mampu mengungkap dimensi pengalaman perempuan *entrepreneur* yang sering kali tidak terlihat dalam penelitian kuantitatif, seperti pengalaman marginalisasi, negosiasi identitas, dan proses adaptasi sosial dalam ekosistem bisnis digital (Oliveira et al., 2024).

Pendekatan fenomenologi interpretatif juga menekankan bahwa pengalaman individu selalu dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya tempat mereka berada. Dalam kasus *womenpreneur* di Indonesia, pengalaman *entrepreneurship* perempuan tidak dapat dipisahkan dari nilai budaya, relasi gender, dan ekspektasi sosial yang berkembang dalam masyarakat. Oleh karena itu, pendekatan fenomenologis dinilai relevan untuk memahami secara mendalam bagaimana *womenpreneur* memaknai peluang dan tantangan dalam ekosistem digital Indonesia yang terus berkembang (Ginting-Szczesny et al., 2025; Oliveira et al., 2024).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain Interpretative Phenomenological Analysis (IPA) untuk memahami pengalaman hidup *womenpreneur* dalam ekosistem digital Indonesia. Pendekatan fenomenologi dipilih karena mampu mengeksplorasi makna subjektif, dinamika sosial, dan pengalaman perempuan dalam menjalankan bisnis berbasis digital (Cope, 2005). Partisipan dipilih menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria: perempuan yang menjalankan usaha berbasis digital, aktif menggunakan platform digital seperti media sosial atau *marketplace*, dan telah menjalankan bisnis minimal dua tahun. Penelitian melibatkan 10–15 *womenpreneur* dari berbagai sektor usaha seperti *fashion*, kuliner, *beauty*, dan kerajinan kreatif untuk memperoleh variasi pengalaman *entrepreneurship digital* (Van Burg et al., 2022).

Data dikumpulkan melalui *in-depth semi-structured interviews* yang dilakukan secara langsung maupun daring. Wawancara berfokus pada pengalaman penggunaan platform digital, tantangan bisnis, hambatan gender, strategi adaptasi, dan persepsi mengenai inklusivitas digital. Setiap wawancara berlangsung sekitar 45–90 menit dan direkam dengan persetujuan partisipan. Penelitian juga menggunakan observasi digital terbatas terhadap aktivitas bisnis partisipan di media sosial dan *marketplace* untuk memperkuat interpretasi data. Analisis data dilakukan menggunakan teknik IPA melalui proses transkripsi, pembacaan berulang, identifikasi tema emergen, dan interpretasi makna pengalaman partisipan. Penelitian menerapkan triangulasi sumber dan *member checking* untuk meningkatkan kredibilitas data. Seluruh identitas partisipan disamarkan guna menjaga kerahasiaan dan etika penelitian (Oliveira et al., 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Platform Digital sebagai Titik Masuk untuk Partisipasi Ekonomi Perempuan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa platform digital menjadi pintu masuk utama bagi perempuan untuk terlibat dalam aktivitas *entrepreneurship* secara lebih fleksibel dan inklusif. Sebagian besar partisipan menyatakan bahwa media sosial, *marketplace*, dan aplikasi digital memungkinkan mereka memulai bisnis dengan modal yang relatif kecil dibandingkan model usaha konvensional. Platform seperti Instagram, TikTok Shop, Shopee, dan WhatsApp Business dipandang sebagai sarana yang mempermudah pemasaran produk, komunikasi pelanggan, serta pengelolaan transaksi bisnis secara mandiri.

Partisipan memaknai digitalisasi sebagai peluang untuk memperoleh kemandirian ekonomi tanpa harus meninggalkan tanggung jawab domestik sepenuhnya. Fleksibilitas waktu dan lokasi kerja menjadi alasan utama perempuan memilih bisnis berbasis digital. Temuan ini memperlihatkan bahwa ekosistem digital memberikan ruang ekonomi baru bagi perempuan, khususnya bagi mereka yang sebelumnya memiliki keterbatasan mobilitas sosial dan ekonomi akibat peran domestik yang melekat secara budaya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan studi terbaru yang menyatakan bahwa *digital entrepreneurship* meningkatkan partisipasi ekonomi perempuan melalui akses pasar yang lebih luas, biaya operasional yang

lebih rendah, dan fleksibilitas kerja berbasis teknologi (Tonsi et al., 2025). Selain itu, *platform economy* memungkinkan perempuan membangun bisnis berbasis rumah tangga yang semakin berkembang pada era pascapandemi (Latif et al., 2026).

Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa akses terhadap platform digital belum sepenuhnya mencerminkan inklusivitas yang setara. Sebagian partisipan menyatakan bahwa kemampuan memanfaatkan fitur digital masih dipengaruhi tingkat pendidikan, pengalaman teknologi, dan akses pelatihan digital yang mereka miliki. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa inklusivitas digital tidak hanya berkaitan dengan akses internet, tetapi juga berkaitan dengan kemampuan penggunaan teknologi secara produktif.

Beban Ganda dan Pengalaman Kewirausahaan Berbasis Gender

Tema kedua menunjukkan bahwa *womenpreneur* mengalami *double burden* dalam menjalankan bisnis digital. Hampir seluruh partisipan mengungkapkan bahwa mereka harus menjalankan dua peran sekaligus, yaitu sebagai pengelola usaha dan penanggung jawab utama aktivitas domestik keluarga. Beban ini menyebabkan perempuan mengalami tekanan emosional, kelelahan kerja, dan keterbatasan waktu dalam mengembangkan usaha secara optimal. Beberapa partisipan menjelaskan bahwa aktivitas bisnis digital justru memperpanjang jam kerja karena bisnis online menuntut respons cepat terhadap pelanggan dan aktivitas pemasaran yang berlangsung hampir tanpa batas waktu. Situasi ini menciptakan bentuk baru dari *digital labor burden*, ketika perempuan harus tetap aktif secara digital sambil menjalankan tanggung jawab rumah tangga secara simultan. Temuan ini memperlihatkan bahwa transformasi digital belum sepenuhnya menghapus ketimpangan gender dalam aktivitas *entrepreneurship*. Meskipun teknologi menciptakan fleksibilitas kerja, perempuan tetap menghadapi ekspektasi budaya sebagai pihak utama yang bertanggung jawab terhadap pekerjaan domestik. Penelitian terbaru juga menunjukkan bahwa *womenpreneur* dalam ekonomi digital sering mengalami konflik antara identitas profesional dan ekspektasi sosial berbasis gender. Dalam perspektif fenomenologis, pengalaman tersebut menunjukkan bahwa *womenpreneur* tidak hanya menghadapi tantangan bisnis, tetapi juga proses negosiasi identitas sosial sebagai perempuan, ibu, dan *entrepreneur* secara bersamaan. Kondisi ini memperkuat argumentasi bahwa *entrepreneurship* perempuan harus dipahami sebagai pengalaman sosial dan kultural yang kompleks, bukan sekadar aktivitas ekonomi semata.

Literasi Digital sebagai Kemampuan Adaptif

Penelitian ini menemukan bahwa literasi digital menjadi faktor penting dalam menentukan kemampuan *womenpreneur* beradaptasi terhadap perubahan pasar digital. Partisipan yang memiliki kemampuan lebih baik dalam penggunaan media sosial, *content marketing*, *live commerce*, dan *branding digital* cenderung memiliki pertumbuhan bisnis yang lebih stabil dibandingkan mereka yang memiliki keterbatasan literasi teknologi. Sebagian besar partisipan menyatakan bahwa proses pembelajaran digital dilakukan secara mandiri melalui media sosial, tutorial online, komunitas bisnis digital, dan pengalaman langsung menjalankan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa *womenpreneur* membangun strategi adaptasi berbasis *self-learning* untuk menghadapi perubahan algoritma platform dan perilaku konsumen digital yang terus berubah. Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa *digital capability* merupakan elemen utama dalam keberhasilan *entrepreneurship* berbasis platform. Literasi digital tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis bisnis, tetapi juga memperkuat daya saing dan ketahanan usaha perempuan dalam lingkungan ekonomi digital yang kompetitif (Purbasari et al., 2025). Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa komunitas digital memiliki peran penting dalam proses pembelajaran *womenpreneur*. Grup online, komunitas seller, dan jaringan perempuan *entrepreneur*

menjadi ruang berbagi pengalaman, strategi bisnis, dan dukungan emosional. Dalam konteks ini, komunitas digital berfungsi sebagai *social support system* yang memperkuat kemampuan adaptasi perempuan dalam menjalankan bisnis digital.

Inklusi Keuangan dan Pemberdayaan Ekonomi

Tema berikutnya menunjukkan bahwa *digital financial services* memberikan kontribusi signifikan terhadap *empowerment* ekonomi perempuan. Sebagian partisipan menyatakan bahwa penggunaan e-wallet, mobile banking, QRIS, dan fintech mempermudah transaksi bisnis dan pengelolaan keuangan usaha secara lebih efisien. Akses terhadap layanan keuangan digital juga membantu perempuan yang sebelumnya mengalami keterbatasan akses terhadap sistem perbankan formal. Partisipan memandang *financial technology* sebagai instrumen yang meningkatkan rasa percaya diri dan kemandirian ekonomi mereka. Beberapa *womenpreneur* menyatakan bahwa pendapatan dari bisnis digital membantu mereka memperoleh posisi tawar yang lebih kuat dalam pengambilan keputusan rumah tangga maupun aktivitas sosial ekonomi lainnya. Temuan ini sejalan dengan penelitian terbaru yang menunjukkan bahwa *financial inclusion* berbasis digital berkontribusi terhadap peningkatan *agency* perempuan dan keberlanjutan UMKM perempuan (Alfarizi et al., 2023). Selain itu, *fintech* dinilai mampu memperluas akses pembiayaan dan mengurangi hambatan administratif yang selama ini sering dihadapi perempuan *entrepreneur* dalam sistem keuangan tradisional (Guo et al., 2024). Namun, beberapa partisipan juga mengungkapkan kekhawatiran terkait keamanan transaksi digital, penipuan online, dan ketergantungan terhadap platform teknologi tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa inklusivitas finansial digital tetap memerlukan perlindungan regulasi dan edukasi keamanan digital yang memadai bagi *womenpreneur*.

Kewirausahaan Perempuan sebagai Bentuk Pemberdayaan Sosial dan Pribadi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *womenpreneurship* tidak hanya dimaknai sebagai aktivitas mencari keuntungan ekonomi, tetapi juga sebagai bentuk *empowerment* sosial dan personal. Sebagian besar partisipan menyatakan bahwa menjalankan bisnis digital meningkatkan rasa percaya diri, kemandirian, dan kemampuan mereka dalam membangun identitas profesional secara mandiri. *Womenpreneur* memaknai bisnis digital sebagai ruang untuk memperoleh pengakuan sosial dan aktualisasi diri di tengah keterbatasan peran gender tradisional. Pengalaman memperoleh pelanggan, membangun *brand* sendiri, dan memiliki penghasilan independen menciptakan rasa pencapaian personal yang signifikan bagi partisipan. Dalam perspektif fenomenologi, pengalaman ini mencerminkan proses pembentukan makna terhadap *entrepreneurship* sebagai simbol kebebasan, keberdayaan, dan transformasi sosial perempuan.

Temuan ini mendukung studi sebelumnya yang menyatakan bahwa *entrepreneurship* perempuan memiliki dimensi *empowerment* yang melampaui aspek ekonomi semata (Latif et al., 2026). *Digital entrepreneurship* memungkinkan perempuan memperoleh akses lebih luas terhadap jejaring sosial, peluang bisnis, dan ruang partisipasi publik yang sebelumnya relatif terbatas. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ekosistem digital di Indonesia menghadirkan dua realitas yang berjalan secara simultan bagi *womenpreneur*. Di satu sisi, digitalisasi membuka peluang inklusivitas ekonomi, fleksibilitas kerja, dan *empowerment* perempuan. Namun di sisi lain, perempuan masih menghadapi hambatan struktural berupa kesenjangan literasi digital, norma patriarki, dan beban domestik yang memengaruhi pengalaman *entrepreneurship* mereka. Oleh karena itu, penguatan *womenpreneurship* di Indonesia memerlukan pendekatan yang tidak hanya berorientasi pada pengembangan teknologi dan bisnis, tetapi juga pada penciptaan ekosistem digital yang lebih inklusif, responsif gender, dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengeksplorasi pengalaman hidup (lived experiences) womenpreneur dalam menghadapi tantangan dan peluang kewirausahaan pada ekosistem digital Indonesia melalui pendekatan fenomenologi interpretatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi digital telah membuka ruang ekonomi baru yang lebih fleksibel dan inklusif bagi perempuan melalui pemanfaatan media sosial, marketplace, fintech, dan berbagai platform digital lainnya. Digital entrepreneurship memungkinkan perempuan memperoleh akses pasar yang lebih luas, meningkatkan kemandirian ekonomi, serta memperkuat partisipasi mereka dalam aktivitas ekonomi berbasis teknologi. Penelitian ini juga menemukan bahwa womenpreneur masih menghadapi berbagai hambatan struktural dan sosial yang memengaruhi pengalaman entrepreneurship mereka. Kesenjangan literasi digital, keterbatasan akses teknologi, norma patriarki, serta fenomena double burden menjadi tantangan utama yang membentuk dinamika bisnis perempuan dalam ekonomi digital. Meskipun teknologi menawarkan fleksibilitas kerja, perempuan tetap menghadapi tekanan sosial untuk menjalankan tanggung jawab domestik secara simultan dengan aktivitas bisnis digital mereka.

Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa literasi digital dan komunitas bisnis digital memiliki peran penting dalam memperkuat kemampuan adaptasi womenpreneur terhadap perubahan pasar digital yang dinamis. Digital financial services juga berkontribusi terhadap peningkatan financial inclusion dan empowerment ekonomi perempuan melalui akses transaksi dan pembiayaan yang lebih mudah. Dalam konteks ini, womenpreneurship tidak hanya dimaknai sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai bentuk pemberdayaan sosial dan personal yang memperkuat identitas, kepercayaan diri, dan posisi tawar perempuan dalam masyarakat.

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur mengenai digital entrepreneurship, gender inclusivity, dan women empowerment dengan menghadirkan perspektif fenomenologis mengenai pengalaman subjektif womenpreneur dalam ekosistem digital Indonesia. Penelitian ini memperluas pemahaman bahwa keberhasilan entrepreneurship perempuan tidak hanya ditentukan oleh faktor ekonomi dan teknologi, tetapi juga oleh dinamika sosial, budaya, dan relasi gender yang memengaruhi pengalaman mereka sehari-hari. Secara praktis, penelitian ini menekankan pentingnya penguatan ekosistem digital yang lebih inklusif dan responsif gender melalui peningkatan literasi digital perempuan, perluasan akses pelatihan teknologi, penguatan komunitas womenpreneur, serta kebijakan financial inclusion yang lebih adaptif terhadap kebutuhan perempuan entrepreneur. Dukungan institusional dari pemerintah, platform digital, dan lembaga keuangan diperlukan untuk menciptakan lingkungan entrepreneurship yang lebih adil dan berkelanjutan bagi perempuan di Indonesia.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah partisipan yang relatif terbatas dan fokus penelitian yang masih terkonsentrasi pada womenpreneur berbasis digital tertentu. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi pengalaman womenpreneur di wilayah rural, sektor industri yang berbeda, maupun konteks lintas budaya guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai transformasi entrepreneurship perempuan dalam ekonomi digital global.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, N., Jaaffar, N. T., Mokhtar, N., Zainol Abidin, N., & Nadhratul Ain Ibrahim. (2025). Breaking Barriers: Women's Ventures In The Digital Realm A Systematic Literature Review. *Journal of Entrepreneurship and Business*, 13(1), 85–104. <https://doi.org/10.17687/jeb.v13i1.1444>
- Alfarizi, M., Kamila Hanum, R., Andriana Firmansyah, A., & Wusqo, U. (2023). Digital Banking dalam Akselerasi Pemberdayaan Ekonomi Womenpreneur Indonesia : Eksplorasi Sosial-Ekonomi dan Peran LPS Berbasis PLS-SEM. *Jurnal Magister Ekonomi Syariah*, 2(2 Desember), 1–32. <https://doi.org/10.14421/jmes.2023.022-01>

- Awalia, R., Syarief, R., & Haryati, T. (2025). Strategies For Developing Women's Entrepreneurship in The MSMEs Sector: A Systematic Literature Review. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.17358/ijbe.11.1.226>
- Cahyaningsih, D. S., Safriliana, R., Chandrarin, G., Divani Aris Tianti, S., & Faizah Agustina, N. (2026). Analysing the Impact of Digital Knowledge, Technology Access, and Social Support on Women's Participation in Indonesian MSMEs. *International Review for Spatial Planning and Sustainable Development*, 14(2), 13. https://doi.org/10.14246/irpsd.14.2_259
- Cope, J. (2005). Researching entrepreneurship through phenomenological inquiry: Philosophical and methodological issues. *International Small Business Journal*, 23(2). <https://doi.org/10.1177/0266242605050511>
- Ghaly, N. A., Puthree Sakauli Lumban Raja, Syifa Rahmah, & Ina Gandawati Djamhur. (2025). Optimalisasi Peran Perempuan Pelaku UMKM dalam Ekonomi Kreatif Digital Melalui Pengembangan SDM Inklusif dan Berkelanjutan. *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah Dan Akuntansi*, 2(6), 381–390. <https://doi.org/10.61132/jiesa.v2i6.1809>
- Ginting-Szczesny, B. A., Kibler, E., & Hytti, U. (2025). Pivoting the self: Gendered identity construction of impoverished women transitioning from paid work to entrepreneurship in rural Indonesia. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1177/02662426251401174>
- Guo, Q., Chen, S., & Zeng, X. (2024). Digital finance, Bargaining Power and Gender Wage Gap. In *Journal of Law, Economics, and Organization* (Vol. 19, Number 2).
- Kharisma, I. N., & Susilowati, C. (2025). Exploring the Role of Women in Entrepreneurship: An Analysis of the Motivations and Challenges of Female Entrepreneurs in Greater Malang. *Southeast Asian Business Review*, 3(2), 151–170. <https://doi.org/10.20473/sabr.v3i2.73237>
- Koval, V., Abramović, N., Đurović, S., Crvenica, D., & Arsawan, I. W. E. (2025). Fostering Technology Adoption and Management Advancements in Environmental Performance: Mediation of Circular Economy and Sustainability-Oriented Innovation. *Sustainability (Switzerland)*, 17(5). <https://doi.org/10.3390/su17051848>
- Latif, M., Tanveer, A., Saeedikiya, M., Ullah, A., & Bilal, A. (2026). Digital innovation and women's entrepreneurship: Integrating fragmented literature through a stage-contingent lens. *Digital Business*, 6(2), 100174. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2026.100174>
- Oliveira, E., Basini, S., & Cooney, T. M. (2024). Framing a feminist phenomenological inquiry into the lived experiences of women entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 30(11), 91–119. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-07-2023-0736>
- Pranitasari, D., Harini, S., Nugroho, S. H., Harahap, S. S., & Sudiarso, A. (2026). Digitalization and financial inclusion among women-led micro and small enterprises in Indonesia: an empirical perspective. *Frontiers in Sociology*, 11. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2026.1813070>
- Purbasari, R., Mahira, S. A., & Suwandi, I. (2025). Assessing The Influence of Digital Entrepreneurial Ecosystem on Competitive Advantage: Insights From Women Digital Entrepreneurs. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 11(3), 700. <https://doi.org/10.17358/ijbe.11.3.700>
- Putri, M. K., & Shodiq, R. M. (2024). Motivation and Challenges of Woman Entrepreneurs in the Digital Era (Case Study of Women Entrepreneur in Bandung). *Finance : International Journal of Management Finance*, 2(1), 11–22. <https://doi.org/10.62017/finance.v2i1.50>
- Tamatur, Y., Goncalves, M., & Rhyne, E. (2026). The Empowerment Spiral: From Constraint to Transformation in Rural Indonesian Women's Entrepreneurship. *Merits*, 6(1), 5. <https://doi.org/10.3390/merits6010005>
- Tonsi, A. A., Husain, K. S. M., & Yaqub, M. Z. (2025). IT Capabilities' Impact on Postponement and Supply Chain Viability of Retail Manufacturers: A Dynamic Resource-Based View. *Sustainability*, 17(4), 1437. <https://doi.org/10.3390/su17041437>
- Trinkenreich, B., Britto, R., Gerosa, M. A., & Steinmacher, I. (2022). An Empirical Investigation on the Challenges Faced by Women in the Software Industry: A Case Study. *Proceedings - International Conference on Software Engineering*. <https://doi.org/10.1109/ICSE-SEIS55304.2022.9793931>
- Van Burg, E., Cornelissen, J., Stam, W., & Jack, S. (2022). Advancing Qualitative Entrepreneurship Research: Leveraging Methodological Plurality for Achieving Scholarly Impact. In *Entrepreneurship: Theory and Practice* (Vol. 46, Number 1). <https://doi.org/10.1177/1042258720943051>