

Determinan Wirausaha Perempuan Pengguna Transaksi Digital Selama Pandemi Covid-19 di Indonesia

Dien Amalina Nur Asrofi^{a,*}, Devanto Shasta Pratomo^a,
& Farah Wulandari Pangestuty^a

^aUniversitas Brawijaya

Abstract

This study aimed to examine the factors that affected women entrepreneurs using digital transactions for their business ventures during the Covid-19 pandemic in Indonesia. A binary logistic regression model was used using individual Indonesia's National Labor Force Survey (Sakernas) data. The results showed that the variables of the age squared, college education, high school/vocational education, living in urban areas, experience and training, and business fields in the trade sector positively affected the tendency of women entrepreneurs to use digital transactions. Meanwhile, age, marital status, and the number of household members were negatively affects the tendency of women entrepreneurs to use digital transactions.

Keywords: *women entrepreneur; digital transaction; Covid-19; women access*

Abstrak

Studi ini bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi wirausaha perempuan menggunakan transaksi digital dalam bisnis mereka selama masa pandemi Covid-19 di Indonesia. Menggunakan data individu dari Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) 2020, model regresi logistik biner digunakan untuk menjawab tujuan studi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel usia kuadrat, berpendidikan perguruan tinggi, berpendidikan SMA/SMK, tinggal di perkotaan, memiliki pengalaman, dan pelatihan serta bidang usaha pada sektor perdagangan berpengaruh positif terhadap kecenderungan perempuan wirausaha menggunakan transaksi digital. Sedangkan variabel usia, berstatus kawin berpengaruh negatif terhadap peluang wirausaha perempuan menggunakan transaksi digital.

Kata Kunci: wirausaha perempuan; transaksi digital; Covid-19; akses perempuan

Kode Klasifikasi JEL: J10; L26; L81

*Alamat Korespondensi Penulis: Jl. MT. Haryono No.165, Ketawanggede, Kec. Lowokwaru, Kota Malang. *Email:* dienamalinanur@student.ub.ac.id.

1. Pendahuluan

Pandemi Covid-19 secara tidak proporsional telah mengganggu beberapa kelompok sosial, salah satunya perempuan. Menurut Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KemenPPPA), perempuan menjadi kelompok yang paling rentan mengalami berbagai permasalahan, seperti beban ganda, kehilangan pekerjaan, menjadi tulang punggung keluarga, hingga mengalami kekerasan selama pandemi Covid-19 (KemenPPPA, 2020). Di sisi lain banyak perusahaan yang memutuskan untuk merumahkan para pekerjanya karena alasan kesulitan keuangan dan efisiensi perusahaan (Darmawan *et al.*, 2020). Hal ini menyebabkan pekerja harus menerima Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) dimana sebagian besar dialami oleh pekerja perempuan. Menurut Devillard *et al.* (2014), pekerja perempuan lebih rentan terkena PHK 1,8 kali dibandingkan pekerja laki-laki, disebabkan posisi mereka tidak terlalu strategis.

Hal ini tercermin dengan rendahnya partisipasi tenaga kerja perempuan Indonesia yakni sebesar 53,18 persen pada tahun 2020, angka ini mengalami penurunan di tahun sebelumnya di angka 53,92 persen. Meskipun jumlah penduduk usia kerja laki-laki dan perempuan hampir sama, Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) perempuan jauh lebih rendah dibandingkan laki-laki. TPAK laki-laki di Indonesia lebih dari 80 persen, salah satu yang tertinggi di kawasan ASEAN. Sedangkan TPAK perempuan di Indonesia masih lebih rendah dari beberapa negara tetangga, seperti Thailand, Singapura, dan Vietnam yang masing-masing sekitar 59, 62, dan 73 persen (Gambar 1).

Ada beberapa alasan di balik rendahnya tingkat partisipasi perempuan di Indonesia, seperti usia melahirkan dan membesarkan anak. Terutama pada usia prima, banyak pekerja perempuan Indonesia harus berurusan dengan keseimbangan karir dan keluarga mereka. Sebuah studi oleh Lain *et al.* (2020) menunjukkan bahwa menikah dan memiliki anak (terutama anak kecil) memiliki dampak besar pada partisipasi angkatan kerja perempuan di Indonesia. *Asian Productivity Organization / APO* (2018) juga menyebutkan bahwa adanya pandangan bahwa perempuan layak menjadi ibu rumah tangga (norma sosial) merupakan salah satu faktor penghambat rendahnya partisipasi angkatan kerja perempuan di Indonesia. Alasan lainnya adalah rendahnya tingkat pendidikan, terbatasnya kegiatan pencarian kerja, dampak kesejahteraan rumah tangga, dan minimnya akses migrasi (Lain *et al.*, 2020).

Dibandingkan dengan bergabung dalam pekerjaan reguler, berwirausaha dianggap suatu pekerjaan yang lebih fleksibel bagi perempuan. Hal ini disebabkan karena perempuan dapat menyeimbangkan tanggung jawab mereka, antara tugas domestik, dan pekerjaan mereka. Wirausaha merupakan bentuk kemandirian yang dimiliki oleh seorang perempuan dalam meningkatkan pendapatan rumah tangganya (Jati, 2009). Dengan adanya wirausaha perempuan, secara tidak langsung akan menghasilkan pendapatan untuk diri mereka sendiri dan keluarga mereka, menciptakan lapangan kerja, dan pada akhirnya akan berkontribusi pada perekonomian negara (Sarri & Trihopoulou, 2005).



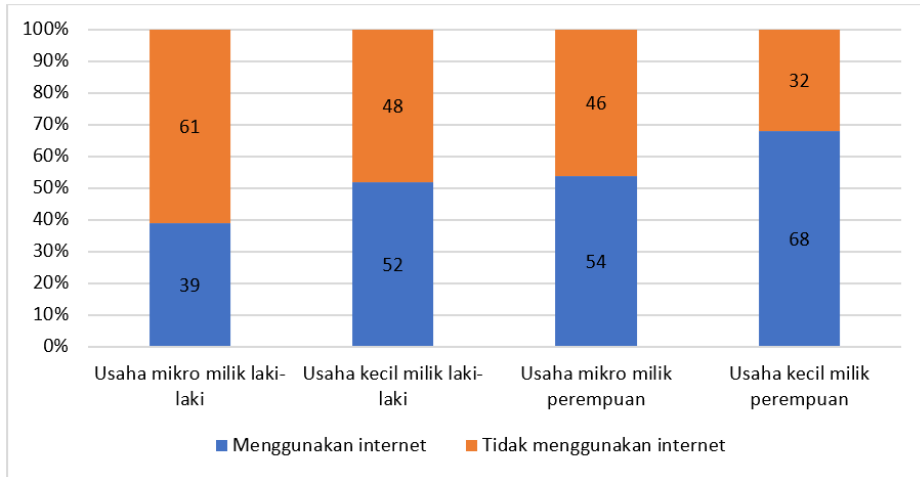
Gambar 1: Partisipasi Tenaga Kerja Perempuan di ASEAN

Sumber: World Bank (2022)

Studi kasus di India menjelaskan bahwa wirausaha perempuan dapat menjadi bagian dari arus utama perekonomian nasional dan dapat memberikan kontribusi bagi kemajuan ekonomi negara (Sangolagi & Alagawadi, 2016). Menurut Kusliani (2022), berwirausaha menjadi suatu kegiatan usaha dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat di masa pandemi Covid-19. Maka, wirausaha bagi kaum perempuan dengan demikian menjadi sangat penting.

Di sisi lain, potensi ekonomi digital Indonesia cenderung naik seiring dengan peningkatan penggunaan internet dan aktivitas masyarakat dalam jaringan (Kominfo, 2021). Bahkan selama pandemi Covid-19, menurut Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, menyatakan banyak perempuan yang memanfaatkan teknologi digital untuk berjualan *online* (Kominfo, 2021). Survei Badan Pusat Statistik pada Juli 2020 menunjukkan sekitar 48 persen populasi di Indonesia menggunakan internet dan memasuki pasar *online* untuk mengatasi dampak pandemi Covid-19. Data tersebut juga menunjukkan sekitar 42 persen usaha mikro dan 30 persen usaha kecil adalah milik perempuan, serta lebih dari 54 persen usaha mikro milik perempuan menggunakan internet untuk menjual produk. Hal ini menunjukkan kemajuan bagi kaum perempuan bahwa internet membantu usaha bisnis mereka. Digitalisasi pada pengusaha perempuan ini dapat memacu inklusi digital mereka dan memungkinkan mereka untuk mengambil informasi dan berkomunikasi secara *online* dan melakukan transaksi elektronik (Omar & Rahim, 2015).

Namun, ada beberapa faktor struktural yang dapat membatasi apakah perem-



Gambar 2: Proporsi Usaha yang Menggunakan Internet untuk Menjual Produk, Menurut Ukuran Usaha dan Jenis Kelamin Pemilik Usaha (presentase, n= 35.000)

Sumber: BPS (2020), data diolah

puan menggunakan internet atau media digital (Suwana & Lily, 2017). Perempuan harus menghadapi banyak tantangan yang melibatkan pembiayaan, keterampilan bisnis, jaringan dan kelompok pendukung, antara lain untuk dapat mendirikan bisnis mereka sendiri (Melissa *et al.*, 2015; Parnami & Bisawa, 2015). Tantangan lain yang juga sering dihadapi pada perempuan di negara berkembang seperti masalah pribadi (seperti komitmen ganda, kurangnya dukungan dari anggota keluarga, kurangnya kepercayaan diri dan psikologis), dan masalah sosial (norma patriarki, sikap sosial yang berbeda, kurangnya dukungan pemerintah) (Shyamala, 2016).

Dengan menggabungkan semua jenis pekerjaan, perempuan di Indonesia umumnya menggunakan internet di tempat kerja lebih sedikit daripada laki-laki disebabkan karena pendidikan perempuan yang lebih rendah untuk dapat mengakses internet (Manjunatha, 2013). Selain itu, sebagian juga disebabkan karena laki-laki relatif lebih terwakili dalam pekerjaan berupah, di mana lebih banyak pekerjaan yang membutuhkan internet (Melissa *et al.*, 2015).

Pada saat yang sama, pandemi Covid-19 telah merubah pola transaksi masyarakat secara signifikan (Rakhmawati *et al.*, 2021) terutama melalui *e-commerce*. Hingga kuartal I-2021, transaksi di *e-commerce* sudah mencapai 548 juta transaksi dengan nominal mencapai 88 triliun rupiah (Kontan.co.id, 2021). Pola konsumsi dan transaksi digitalisasi ini memberikan hal baru dan pengalaman kepada konsumen dengan segala kemudahannya dalam melakukan transaksi *online*. Dari pengalaman konsumen ini makin terakumulasi hingga merubah menjadi perilaku konsumen yang berubah menjadi konsumen digital.

Pola *online* yang telah terbentuk akan sulit kembali ke transaksi yang bentuknya tradisional atau konvensional. Artinya ini adalah tantangan dan peluang bagi pelaku usaha terutama usaha kecil dan menengah (UMKM) dan usaha rumah tangga untuk beralih ke pasar digital atau pasar *online* menggunakan transaksi digital (Muhardono *et al.*, 2022). Maka dari uraian di atas dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana determinan wirausaha perempuan pengguna transaksi digital selama pandemi Covid-19 di Indonesia.

Perempuan di Indonesia sebagian besar bekerja di sektor jasa seperti kesehatan, pendidikan, pengolahan makanan, dan pariwisata. Sektor-sektor ini dianggap paling terpuak oleh pandemi Covid-19 sehingga berdampak negatif pada perempuan. Selain itu, hilangnya pekerjaan oleh laki-laki juga menghasilkan dampak negatif bagi ibu rumah tangga yang memiliki ketergantungan tinggi. Dengan kondisi pandemi Covid-19 yang telah membebani perempuan secara tidak proporsional, pembuat kebijakan harus bertindak untuk mengatasi kesenjangan ini. Dalam membantu pembuat kebijakan, penelitian kami mencoba menjawab pertanyaan penelitian yaitu apa saja determinan wirausaha perempuan menggunakan transaksi digital selama masa pandemi Covid-19 di Indonesia.

Oleh karena itu, tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk berkontribusi pada pengetahuan mengenai peran teknologi digital dalam pemberdayaan perempuan melalui wirausaha dan transaksi digital. Studi ini sangat penting karena beberapa studi yang muncul di Indonesia hanya berfokus pada kegiatan pemasaran dan relatif sedikit dalam membahas unsur kewirausahaan perempuan khususnya transaksi digital. Kita juga dapat mengamati *gap* penelitian tentang perubahan pola kewirausahaan perempuan dalam konteks wabah Covid-19 di negara berkembang seperti Indonesia. Penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik biner untuk menjawab tujuan penelitian, dimana metode ini dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel terikat yang bersifat dikotomi atau polikotomi dengan satu atau lebih variabel bebas. Dalam penelitian ini terdapat dua kategori pada variabel terikat.

Kehadiran wirausaha perempuan memiliki kontribusi positif bagi perekonomian unit terkecil, yaitu rumah tangga, yang akan berimplikasi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan suatu negara, terlebih pada masa krisis pandemi Covid-19. Namun demikian, terdapat keterbatasan mobilitas bagi wirausaha perempuan khususnya di negara-negara berkembang untuk melakukan kegiatan usahanya di luar rumah, seperti tanggung jawab domestik, mengurus anak, dan nilai-nilai patriarki atau adat istiadat yang dianut oleh masyarakat setempat.

Pengusaha perempuan memerlukan suatu bentuk solusi teknologi yang dapat mengurangi, keterbatasan mereka, salah satunya adalah peran transaksi digital, yaitu *mobile banking*. Bagi wirausaha perempuan, peran *mobile banking* ini terbukti memiliki peran yang sangat penting untuk menghubungkan akses mereka terhadap layanan keuangan (Nugroho & Chowdhury, 2015). Selain fenomena meningkatnya jumlah wirausaha perempuan dan makin meningkatnya penggunaan internet bagi perempuan di negara berkembang seperti Indonesia,

akan berdampak pada peningkatan profesionalisme wirausaha perempuan, dan juga peningkatan permintaan akan layanan keuangan berbasis teknologi seperti perbankan seluler (Omar *et al.*, 2017).

Berbagai faktor kepribadian dan demografi telah terbukti memengaruhi penggunaan internet dan digital di berbagai budaya dan negara (Akman & Mishra, 2010; Ali, 2014; Lai & Gwung, 2013; Li & Kirkup, 2007; Mark & Ganzach, 2014). Pertama, jenis kelamin menjadi salah satu faktor penentu penggunaan internet pada individu. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa perempuan dan laki-laki berbeda dalam sikap mereka terhadap masalah privasi informasi. Wanita sering lebih peduli tentang kontrol informasi pribadi dan ancaman terhadap privasi mereka daripada pria (Bellman *et al.*, 2002). Faktor kedua yang memengaruhi penggunaan internet berdasarkan penelitian terdahulu adalah umur dimana temuan dari model yang diusulkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Klimova (2021) telah mengkonfirmasi bahwa penentu utama dalam penggunaan internet, khususnya bagi orang tua adalah usia, pengalaman sebelumnya dengan teknologi, dan keikutsertaan dalam pelatihan teknologi digital. Selanjutnya, pendapatan menjadi faktor ketiga penentu penggunaan internet oleh individu. tingkat pendapatan memiliki efek positif pada kecenderungan belanja *online* pengguna internet. Ketika pendapatan meningkat, pengguna lebih cenderung berbelanja *online* untuk barang dan jasa (Koyuncu, 2003). Graeff & Harmon (2002) bagaimanapun juga menunjukkan bahwa individu dengan pendapatan yang lebih rendah cenderung memiliki akses yang lebih rendah juga ke internet.

Beberapa karakter demografi lain seperti pendidikan, status perkawinan hingga status pekerjaan juga menjadi faktor pendorong pemanfaatan internet. Estacio *et al.* (2017) mengkaji karakteristik sosio-demografis yang terkait dengan akses dan penggunaan Internet. Dengan menggunakan regresi logistik, hasilnya menunjukkan hubungan yang kuat antara usia, Pendidikan dan pendapatan terhadap penggunaan internet khususnya dalam aktivitas yang berhubungan dengan Kesehatan. Disisi lain penelitian yang dilakukan oleh Hoda *et al.* (2014) juga menjelaskan pola penggunaan internet diantara individu berdasarkan karakter sosial demografi. Berdasarkan data 990 responden yang direkrut melalui media sosial di seluruh Kerajaan Arab Saudi, penelitian tersebut mengeksplorasi hubungan yang signifikan antara penggunaan Internet dan berbagai faktor sosial demografi seperti jenis kelamin, usia, status perkawinan, pekerjaan dan pendapatan tetapi disisi lain tidak ada hubungan signifikan yang ditemukan dengan tingkat pendidikan pengguna. Status Pekerjaan telah terbukti berkorelasi dengan penggunaan Internet serta dengan penggunaan teknologi komunikasi (Helsper, 2010). Sering dihipotesiskan bahwa status pekerjaan yang lebih baik akan menghasilkan pemanfaatan internet yang lebih tinggi karena kondisi keuangan yang lebih baik.

Menurut penelitian Fauzia (2015) yang membahas faktor dan motivasi wirausaha perempuan untuk berbisnis secara digital menyebutkan bahwa terdapat enam faktor yang memengaruhi motivasi wirausaha perempuan, terutama ibu-ibu muda di antaranya faktor keluarga, kepentingan pribadi seperti ingin

memiliki pendapatan secara mandiri, kesempatan kerja, pengetahuan teknis, pengalaman berwirausaha, latar belakang keluarga, serta pasar yang potensial. Selain itu studi Gichuki & Mulu-Mutuku (2018) menyebutkan adanya cukup bukti empiris yang menunjukkan bahwa tingkat pendidikan meningkatkan kesadaran dan adopsi teknologi transaksi digital untuk para wirausaha kecil dan menengah. Teknologi digital telah memberikan perempuan akses untuk mengontrol sumber daya produktif melalui transaksi digital. Dimana memudahkan perempuan dalam bertransaksi digital sebagai contoh dalam mekanisme pengiriman uang yang digunakan untuk mengirim dan menerima uang.

Berbagai literatur yang telah disebut menunjukkan bahwa teknologi digital telah memainkan peran penting dalam mendukung perempuan untuk mengembangkan bisnis mereka secara lebih efisien. Teknologi digital memainkan peran yang sangat penting bagi wirausahawan yang terlibat dalam situasi bisnis saat ini terutama di masa pandemi Covid-19, di mana kebanyakan orang mengandalkan internet untuk kebutuhan mereka, termasuk perempuan yang memiliki banyak keterbatasan karena peran ganda mereka di dalam negeri sebagai istri dan/atau ibu, yang menjadi kendala lain untuk kegiatan usaha mereka (Rehman & Roomi, 2012).

2. Metodologi

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif untuk melihat faktor-faktor yang memengaruhi wirausaha perempuan menggunakan transaksi digital. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi logistik biner yang merupakan analisis dimana variabel terikat merupakan variabel dummy yang terdiri dari dua kategori. Regresi logistik biner digunakan untuk melihat peluang terjadinya suatu kejadian yang dipengaruhi oleh karakteristik variabel bebas tertentu. Tujuan penelitian ini untuk melihat faktor apa saja yang memengaruhi perempuan wirausaha menggunakan transaksi digital untuk usahanya. Maka, persamaan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

$$\begin{aligned}
 WD = & \beta_0 + \beta_1 Usia + \beta_2 Usia + \beta_3 Usia^2 + \beta_4 JLH_{ART} + \beta_5 PerguruanTinggi \\
 & + \beta_6 SMA_{SMK} + \beta_7 Kota + \beta_8 Pengalaman + \beta_9 Pelatihan \\
 & + \beta_{10} SektorPertanian + \beta_{11} SektorPerdagangan \\
 & + \beta_{12} SektorAkomodasi, Makan, dan Minum + \beta_{13} SektorJasaPendidikan \\
 & + \beta_{14} SektorJasa + \varepsilon
 \end{aligned} \tag{1}$$

Dimana WD adalah *women digital* yang merupakan variabel dependen kategorikal yaitu apakah wirausaha perempuan menggunakan transaksi digital untuk usahanya, jika ya sama dengan nilai 1 dan jika tidak maka nilainya 0. Selain itu terdapat variabel bebas yang terdiri dari:

- Karakter personal dari wirausaha perempuan meliputi usia, usia yang dikuadratkan (dilakukan untuk menangkap potensi hubungan non-linear),

status pernikahan, jumlah anggota keluarga, daerah tempat tinggal yang dibedakan menjadi perkotaan dan perdesaan (kategori acuan).

- Tingkat pendidikan yang berisi ijazah terakhir yang ditamatkan oleh responden, dan dikategorikan menjadi tiga kelompok, yaitu: rendah jika responden tamat maksimal SMP, kategori sedang jika responden tamat SMU/ sederajat, kategori tinggi jika responden tamat perguruan tinggi baik diploma, Strata I/II/III (kategori acuan).
- Pengalaman merupakan variabel biner untuk menilai apakah perempuan sudah memiliki pengalaman bekerja sebelumnya.
- Pelatihan merupakan variabel biner untuk menilai keikutsertaan perempuan mengikuti program kartu prakerja.
- Variabel Sektor merupakan jenis sektor lapangan usaha yang dipilih menurut jumlah sektor terbesar selama pandemi yaitu sektor pertanian, sektor perdagangan, sektor akomodasi makan dan minum, sektor jasa pendidikan, dan sektor jasa lainnya.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data individu yang bersumber dari Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) Agustus tahun 2020. Di mana pada Agustus 2020 merupakan periode puncak pandemi Covid-19 yang terjadi di Indonesia, yang juga sangat berdampak pada ketenagakerjaan. Sehingga dengan menggunakan data Sakernas 2020 data ini sudah cukup menggambarkan kondisi ketenagakerjaan selama pandemi Covid-19 di Indonesia. Sakernas merupakan survei ketenagakerjaan yang diselenggarakan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) di lingkup nasional. Adapun informasi yang tercakup dalam Sakernas meliputi informasi sosial demografi, pendidikan, serta informasi ketenagakerjaan. Unit analisis pada penelitian ini adalah perempuan usia kerja yang termasuk dalam kategori tenaga kerja sebagai wirausaha.

Studi ini dilakukan untuk melihat kemungkinan faktor-faktor apa saja yang memengaruhi perempuan wirausaha menggunakan internet khususnya transaksi digital dalam proses transaksi wirausaha mereka. Selanjutnya, gambaran data yang digunakan pada studi ini ditunjukkan pada hasil ringkasan statistik pada Tabel 1.

Tabel 1 menyajikan ringkasan statistik untuk variabel terikat wirausaha perempuan pengguna transaksi digital. Seperti yang disajikan dalam Tabel 1, 7,2 persen perempuan wirausaha menggunakan transaksi digital pada usaha mereka. Artinya, wirausaha perempuan yang menggunakan teknologi digital untuk usahanya masih sangat sedikit. Perempuan wirausaha di Indonesia cenderung mayoritas masih menggunakan cara konvensional untuk usaha mereka. Jumlah ini tergolong rendah, sesuai dengan penelitian yang dilakukan Agahari (2018) hal ini dikarenakan belum meratanya akses internet di Indonesia. Terdapat masyarakat yang masih kesulitan mengakses internet. Terutama bagi masyarakat di Indonesia bagian timur.

Dalam status perkawinan, jumlah wirausaha perempuan yang menikah sebesar 69,9 persen. Jumlah ini cukup banyak dikarenakan menjadi wirausaha merupakan pekerjaan yang lebih fleksibel dalam membantu pendapatan keluar-

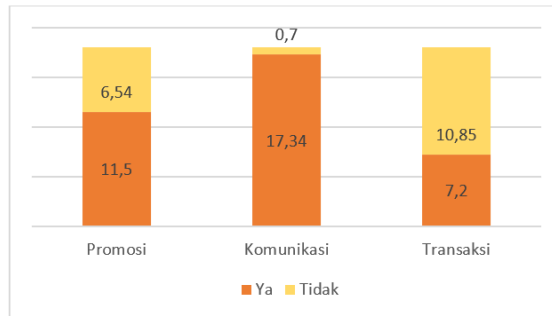
Tabel 1: Ringkasan Statistik

	Mean	Std. Dev.	Min	Max
Variabel Dependen				
Wirausaha Perempuan Menggunakan Transaksi Digital	0.072	0.258	0	1
Variabel Independen				
Usia	46.391	13.147	15	98
Usia ²	2325.002	1264.897	225	9604
Berstatus Kawin	0.699	0.458	0	1
Jumlah ART	3.751	1.696	1	18
Perguruan Tinggi	0.051	0.221	0	1
SMA/SMK	0.237	0.425	0	1
Kota	0.418	0.493	0	1
Pengalaman	0.407	0.491	0	1
Pelatihan	0.060	0.239	0	1
Sektor Perdagangan	0.369	0.482	0	1
Sektor Pertanian	0.278	0.448	0	1
Sektor Akomodasi Makan dan Minum	0.137	0.344	0	1
Sektor Jasa Pendidikan	0.006	0.080	0	1
Sektor Jasa Lainnya	0.057	0.232	0	1

Keterangan: Jumlah Observasi: 76.414

ga. Perempuan menikah dapat meningkatkan ekonomi keluarga dengan tetap menjalankan tugas pekerjaan domestik mereka. Tingkat pendidikan wirausaha perempuan pengguna transaksi digital lulusan SMA/SMK dan perguruan tinggi adalah sebesar 51,7 persen dan 23,7 persen. Untuk daerah perkotaan jumlah wirausaha perempuan sebesar 41,8 persen, jumlah ini sedikit lebih rendah dibandingkan di daerah pedesaan hal ini karena kemungkinan perempuan daerah perkotaan lebih terwakili oleh pekerjaan berupah. Selain itu, wirausaha perempuan yang sudah memiliki pengalaman sebanyak 40,7 persen. Serta untuk wirausaha perempuan yang telah mengikuti pelatihan, jumlahnya sebanyak 8,9 persen. Jumlahnya cukup rendah dikarenakan masih sulitnya akses untuk mengikuti program-program pelatihan berbasis internet bagi para wirausaha perempuan. Sedangkan untuk sektor lapangan usaha, wirausaha perempuan didominasi pada sektor perdagangan sebesar 36,9 persen.

Penggunaan internet bagi wirausaha perempuan didominasi untuk komunikasi yaitu sebesar 17,34 persen, diikuti untuk promosi sebesar 11,5 persen (Gambar 3). Sedangkan pemanfaatan internet untuk kegiatan transaksi jumlahnya hanya sebesar 7,2 persen. Hal ini dapat disimpulkan jika penggunaan internet masih sebatas sebagai pendukung pekerjaan dalam berkomunikasi. Dilihat dari masih rendahnya penggunaan internet untuk transaksi. Sedangkan menurut penelitian Wynarczyk & Graham (2013) di Inggris, menyatakan jika teknologi, baik yang bersifat *hardware* maupun *software* sudah menjadi hal penting dalam bisnis berbasis rumah tangga perempuan.



Gambar 3: Penggunaan Internet pada Wirausaha Perempuan (Persen)

Sumber: Sakernas (2020), data diolah

3. Hasil dan Pembahasan

Perkembangan teknologi finansial di Indonesia makin mengarah kepada kemajuan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh INDEF dan Asosiasi Fintech Indonesia (2019) menyebutkan bahwa *financial technology (fintech)* memiliki dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi sebesar 0,45 persen dan berkontribusi pada Produk Domestik Bruto lebih dari 60 Triliun. Namun berdasarkan data Sakernas 2020, dari semua wirausaha perempuan, yang menggunakan internet untuk transaksi digitalnya hanya sebesar 7,2 persen. Sehingga pemanfaatan internet belum sepenuhnya mencakup untuk kegiatan transaksi digital para wirausaha perempuan. Padahal, internet memudahkan perempuan dalam melakukan kegiatan wirausaha mereka. Hal ini ditunjukkan pada penelitian yang dilakukan oleh Halford (2005), Still & Walker (2006), Mason *et al.* (2011), dan Dettling (2017) yang menemukan bahwa ketersediaan dan pemanfaatan internet merupakan salah satu faktor meningkatnya jumlah pengusaha perempuan.

Hasil analisis regresi probit disajikan pada Tabel 2 yang menunjukkan bahwa umumnya variabel-variabel faktor-faktor yang kemungkinan memengaruhi wirausaha perempuan menggunakan transaksi digital hasilnya berpengaruh signifikan. Variabel pertama yaitu usia menunjukkan bahwa makin tinggi tingkat usia seseorang kemungkinan wirausaha perempuan menggunakan transaksi digital untuk usahanya makin kecil. Artinya, ketika usia wirausaha perempuan makin bertambah tua, maka kemungkinan mereka untuk menggunakan transaksi digital makin kecil. Hal ini dikarenakan faktor usia, biasanya seseorang dengan usia yang lebih tua cenderung tidak mau menerima teknologi baru, karena kemampuan daya serap berpikir mereka dalam mempelajari teknologi baru makin berkurang.

Temuan serupa juga ditemukan dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Priya & Bose (2020) di mana wanita dalam kelompok usia 20–30 tahun lebih mungkin untuk memulai bisnis *online* mereka dibandingkan dengan wanita

Tabel 2: Estimasi Determinan Transaksi Digital Wirausaha Perempuan

Variabel Bebas (1)	Simbol (2)	β (3)	Odds Ratio (4)
Intersep	β_0	0.281	1.324
Usia	Usia Wirausaha Perempuan	-0.092***	0.911
Usia2	Usia kuadrat Wirausaha Perempuan	0.000***	1.000
Kawin	Kawin	-0.117*	0.889
	Tidak Kawin (Kategori Acuan)		
JLH_ART	Jumlah Anggota Rumah Tangga	-0.023	0.976
Perguruan Tinggi	Pendidikan terakhir Perguruan Tinggi/ Diploma	1.553***	4.727
SMA SMK	Pendidikan terakhir SMA/SMK	0.800***	2.227
Kota	Tempat tinggal Perkotaan Perdesaan (Kategori Acuan)	0.501***	1.650
Pengalaman	Pengalaman Tidak Punya Pengalaman (Kategori Acuan)	0.184***	1.203
Pelatihan	Pelatihan Tidak Ikut Pelatihan (Kategori Acuan)	0.361***	1.435
Sektor_Pertanian	Wirausaha Perempuan di Sektor Pertanian	-2.253***	0.105
Sektor_Perdagangan	Wirausaha Perempuan di Sektor Perdagangan	0.195***	1.216
Sektor_Akomodasi_Makan dan Minum	Wirausaha Perempuan di Sektor Akomodasi Makan dan Minum	-0.832***	0.435
Sektor_Jasa Pendidikan	Wirausaha Perempuan di Sektor Jasa Pendidikan	1.427***	0.239
Sektor_Jasa	Wirausaha Perempuan di Sektor Jasa	-0.359***	0.697
No. observation		76414	76414
Pseudo R square		0.154	0.154

dalam kelompok usia 30–40 tahun, sementara wanita berusia 40–50 tahun dan lebih dari 50 tahun kurang mendukung untuk memulai bisnis *online* mereka sendiri. Maka hal ini menunjukkan bahwa ketika seseorang berada pada usia produktif merupakan kondisi yang potensial untuk melakukan usaha berbasis transaksi digital, dimana hal ini sesuai dengan kebiasaan mereka yang selalu berhubungan dengan teknologi untuk berinteraksi sosial dan kegiatan lainnya (Irawati & Sudarsono, 2018). Namun, untuk variabel *usia2* menunjukkan hasil tidak signifikan yang artinya tidak berpengaruh. Hal ini karena ketika wirausaha perempuan mencapai usia tertentu, peluang mereka menjadi pengguna transaksi digital akan tetap menurun seperti yang sudah dijelaskan pada variabel usia.

Variabel selanjutnya pada hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perempuan yang sudah menikah memiliki peluang lebih kecil daripada perempuan lajang dalam menjadi wirausahawan yang menggunakan transaksi digital, yang ditunjukkan oleh *odds ratio* sebesar 0.89 kali. Adanya faktor digitalisasi di sini menjadikannya lebih kuat, karena perempuan yang sudah menikah dengan jumlah anggota keluarga yang lebih besar mungkin cenderung lebih sulit untuk menggunakan teknologi digital dikarenakan adanya beban pengasuhan anak dalam rumah tangga mereka. Priya & Bose (2020) menemukan bahwa wanita lebih cenderung memulai bisnis digital atau *online* mereka sebelum menikah.

Berbeda dengan variabel jumlah anggota rumah tangga yang menunjukkan tidak adanya pengaruh banyaknya jumlah anggota rumah tangga terhadap peluang wirausaha perempuan menggunakan transaksi digital. Hal ini mungkin dikarenakan dengan keadaan pada umumnya, dimana biasanya perempuan berstatus menikah serta memiliki jumlah anggota rumah tangga yang besar cenderung ingin membantu menambah pendapatan ekonomi keluarganya dengan cara berwirausaha. Karena wirausaha menjadi pilihan menguntungkan bagi perempuan yang dibebankan peran ganda dengan tetap menjalankan pekerjaan domestik mereka. Namun, wirausaha perempuan juga memiliki keterbatasan terkait dengan tugas domestik perempuan ketika makin besar jumlah anggota keluarga, makin banyak tugas dan kewajiban rumah tangga di rumah yang perlu dilakukan. Dimana studi Tambunan (2017) menemukan bahwa perempuan Indonesia pada prinsipnya masih diharapkan bertanggung jawab dalam kewajiban mengurus rumah tangga dan mengurus keluarga.

Wirausaha perempuan dengan jenjang pendidikan tinggi cenderung akan meningkatkan peluang wirausaha perempuan menggunakan transaksi digital yakni sebesar 4.72 kali dan 2.22 kali masing-masing untuk pendidikan perguruan tinggi dan SMA/SMK. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Irawati & Sudarsono (2018) pada penelitian tersebut ditemukan bahwa mayoritas perempuan pengguna transaksi digital merupakan lulusan sarjana atau yakni perguruan tinggi, lalu disusul dengan perempuan berpendidikan SMA. Hal ini berkaitan dengan ilmu teknologi yang didapatkan selama masa Pendidikan. Bahwa teknologi digital membantu mereka untuk berwirausaha dan bertransaksi lebih mudah dan efisien. Peran pendidikan bagi perempuan, juga menjadi faktor penting untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan menggunakan

teknologi, termasuk layanan transaksi digital misalnya *mobile banking* (Nugroho & Chowdhury, 2015). Hasil yang sama juga terdapat pada penelitian Chalmer (2008) di mana peningkatan lamanya sekolah membuat peluang perempuan lebih besar untuk menjadi karyawan dan pengusaha secara digital yang bekerja dari rumah.

Membandingkan daerah perkotaan dan pedesaan, hasil pada perbedaan tersebut menunjukkan bahwa di daerah perkotaan berpengaruh meningkatkan wirausaha perempuan menggunakan transaksi digital sebesar 1.65 kali dibandingkan dengan perempuan wirausaha di daerah pedesaan. Hal ini berpotensi terkait dengan teknologi digital di daerah perkotaan yang lebih maju dibandingkan di pedesaan. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi umumnya lebih cepat di daerah perkotaan yang akan mendorong pengusaha yang tinggal di daerah perkotaan untuk memiliki keuntungan yang lebih tinggi terkait menggunakan transaksi digital daripada yang tinggal di daerah pedesaan. Kemudian, tantangannya adalah seperti yang disebutkan oleh Irijayanti *et al.* (2019), pengusaha perempuan di pedesaan Indonesia biasanya tidak mengenal teknologi informasi berbasis internet, dan hanya sedikit dari mereka yang menggunakannya sebagai instrumen pendukung untuk pengembangan usaha mereka. Meskipun begitu temuan berbeda ditemukan pada penelitian Fauzia (2015) yang menunjukkan bahwa perempuan di pedesaan lebih banyak menggunakan transaksi digital untuk usaha mereka, hal ini dikarenakan dengan memanfaatkan teknologi digital mereka lebih diuntungkan terkait biaya-biaya operasional usaha mereka.

Hal yang tidak kalah penting bagi seorang wirausahawan adalah pengalaman. Perempuan yang memiliki pengalaman berwirausaha dengan transaksi digital memiliki peluang 1.20 kali lebih besar untuk menjadi wirausahawan berbasis transaksi digital. Pengalaman-pengalaman sebelumnya tampaknya penting terutama dalam menghadapi berbagai rintangan, seperti kendala aset dan keterampilan teknologi digital (Gautam & Mishra, 2016). Temuan serupa juga ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Priya & Bose (2020) dan Mack *et al.* (2016) yang mendukung pengalaman-pengalaman sebelumnya penting dalam membuka usaha atau menjadi wirausahawan. Namun temuan berbeda juga ditemukan pada penelitian Fauzia (2015) para wirausaha perempuan baru yang memulai usaha bisnis mereka cenderung lebih tertarik menggunakan transaksi digital. Hal ini berkaitan karena kemudahan dan tingkat efisiensi yang ditawarkan jika mereka menggunakan transaksi digital. Namun untuk tingkat kesuksesan para wirausahawan baru yang menggunakan transaksi digital adalah tergantung dengan jaringan atau *networking* mereka.

Dukungan pemerintah selama pandemi, yang diukur dengan program pelatihan pra-kerja (Kartu Prakerja), menunjukkan bahwa mereka yang telah mengikuti pelatihan memiliki peluang lebih besar untuk menjadi pengusaha perempuan berbasis transaksi digital, yang ditunjukkan oleh nilai *odds ratio* sebesar 1.43 kali lebih besar dengan mereka yang tidak mengikuti pelatihan. Sejauh ini tampaknya program tersebut berhasil mendukung perempuan, terutama mereka

yang baru memulai bisnisnya dan berkontribusi pada kemampuan kewirausahaan mereka. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Parnami & Bisawa (2015), Tambunan (2017), dan Ndubisi (2003) dimana program pelatihan tentang start-up atau bisnis baru penting dalam mendukung pengusaha perempuan karena sebagian besar pengusaha perempuan tidak mengetahui proses memulai bisnis, maupun belum mengetahui tentang bisnis berbasis digital. Hal ini akan memberikan kelebihan kepada wirausaha yang baru memulai usaha di rumah, adanya keahlian digitalisasi ini akan memberikan kontribusi terhadap usaha mereka yang baru dijalani. Dengan kemampuan digitalisasi, mereka dapat meningkatkan usaha bisnis, misalnya dalam hal pemasaram dan transaksi (Aditina & Sugiharti, 2019).

Menurut sektor lapangan usaha, sektor perdagangan menjadi sektor yang berpotensi meningkatkan peluang perempuan wirausaha menggunakan transaksi digital yaitu pengaruhnya sebesar 1,21 kali. Dibandingkan dengan sektor lainnya seperti pertanian, akomodasi makan dan minum, jasa pendidikan, dan sektor jasa yang secara keseluruhan menunjukkan hasil yang negatif atau cenderung menurunkan peluang wirausaha perempuan untuk menggunakan transaksi digital. Hal ini dikarenakan sektor tersebut masih sulit untuk menjangkau konsumen dalam menggunakan internet dan transaksi digital. Konsumen di sektor tersebut mayoritas masih menggunakan sistem pasar tradisional.

Penelitian ini juga dilengkapi dengan regresi *robustness check*. Berdasarkan hasil *robustness check* diperoleh hasil yang sama didapatkan bahwa variabel independen yaitu usia kuadrat, berpendidikan pendidikan tinggi, SMA/SMK/ sederajat, bertempat tinggal di wilayah kota, memiliki pengalaman, dan pelatihan kartu prakerja, jenis sektor perdagangan berkorelasi positif dan signifikan terhadap peluang wirausaha perempuan menggunakan transaksi digital. Sedangkan untuk variabel lainnya hasil *robustness check* juga menunjukkan hasil yang sama dengan regresi logistik biner, yaitu variabel usia, berstatus kawin, usaha pada sektor pertanian, akomodasi makan dan minum, jasa pendidikan, dan jasa lainnya berpengaruh negatif dan signifikan.

4. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji apa saja faktor-faktor yang memengaruhi wirausaha perempuan menggunakan transaksi digital pada masa pandemi Covid-19 di Indonesia. Dengan menggunakan data survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) 2020, hasilnya menunjukkan bahwa variabel usia kuadrat, berpendidikan terakhir perguruan tinggi, dan SMA/SMK/ sederajat, tinggal di perkotaan, memiliki pengalaman, dan pelatihan (dalam hal ini kartu prakerja), memiliki sektor lapangan usaha khususnya sektor perdagangan berpengaruh positif signifikan terhadap peluang menjadi wirausaha perempuan berbasis transaksi digital. Namun yang menarik bahwa variabel usia, dan berstatus kawin berpengaruh negatif terhadap peluang wirausaha perempuan menggunakan transaksi digital.

Sedangkan untuk jumlah anggota rumah tangga hasilnya tidak signifikan. Hal ini dikarenakan faktor usia menjadi hambatan perempuan dalam penggunaan teknologi, karena makin bertambahnya usia cenderung akan mengurangi peluang mereka untuk mempelajari teknologi dan usia mereka yang tidak lagi produktif. Selain itu, terdapat keterbatasan akses perempuan yang sudah menikah untuk dapat menggunakan teknologi digital dan memulai usaha mereka. Mereka cenderung lebih fokus untuk pekerjaan domestik mereka. Namun, untuk jumlah anggota keluarga yang lebih besar, mereka mungkin saja menjadi wirausaha perempuan karena tuntutan kebutuhan ekonomi keluarga yang juga makin besar.

Studi ini menekankan pentingnya percepatan digitalisasi di pasar tenaga kerja perempuan, serta bantuan layanan keuangan pemerintah bagi wirausaha perempuan. Dengan demikian, berbagai program pemerintah untuk mendukung perbaikan dan peningkatan digitalisasi, dan bantuan keuangan perlu menjadi perhatian, terutama dalam upaya peningkatan kesejahteraan serta partisipasi perempuan di pasar tenaga kerja.

Daftar Pustaka

- [1] Aditina, N., & Sugiharti, L. (2019). Pengaruh teknologi internet terhadap keputusan perempuan untuk bekerja di rumah. *Jurnal Economia*, 15(2), 209-220. doi: <http://dx.doi.org/10.21831/economia.v15i2.24694>.
- [2] Agahari, W. (2018, Maret 9). *Inovasi digital Indonesia: maju di Pulau Jawa, timpang di wilayah timur*. The Conversation. <https://theconversation.com/inovasi-digital-indonesia-maju-di-pulau-jawa-timpang-di-wilayah-timur-92012>.
- [3] Akman, I., & Mishra, A. (2010). Gender, age and income differences in internet usage among employees in organizations. *Computers in Human Behavior*, 26(3), 482-490. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2009.12.007>.
- [4] Ali, Z. S. (2014). Pakistani students' perceptions about use of the internet in their academic activities. *E-Learning and Digital Media*, 11(3), 222-230. doi: <https://doi.org/10.2304/elea.2014.11.3.222>.
- [5] APO. (2018). *Why Asia must up female workforce participation: Women hold the key to growing productivity in a sustainable way, as aging shrinks workforces*. Asian Productivity Organization. <https://www.apo-tokyo.org/publications/why-asia-must-up-female-workforce-participation/>.
- [6] BPS. (2020). *Analisis hasil survei dampak Covid-19 terhadap pelaku usaha*. Badan Pusat Statistik.
- [7] Bellman, S., Johnson, E. J., Kobrin, S. J., & Lohse, G. L. (2004). International differences in information privacy concerns: A global survey of consumers. *The Information Society*, 20(5), 313-324. doi: <https://doi.org/10.1080/01972240490507956>.
- [8] Darmawan, D., Miharja, D., Waluyojati, R. S. R., & Isnaeniah, E. (2020). Sikap keberagaman masyarakat muslim menghadapi Covid-19. *Religious: Jurnal Studi Agama-Agama dan Lintas Budaya*, 4(2), 115-125. doi: <https://doi.org/10.15575/rjsalb.v4i2.8596>.
- [9] Dettling, L. J. (2017). Broadband in the labor market: The impact of residential

- high-speed internet on married women's labor force participation. *ILR Review*, 70(2), 451-482. doi: <https://doi.org/10.1177/0019793916644721>.
- [10] Devillard, S., Sancier-Sultan, S., & Werner, C. (2014, April). Why gender diversity at the top remains a challenge. *McKinsey Quarterly*. <https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/why-gender-diversity-at-the-top-remains-a-challenge>.
- [11] Estacio, E. V., Whittle, R., & Protheroe, J. (2019). The digital divide: examining socio-demographic factors associated with health literacy, access and use of internet to seek health information. *Journal of Health Psychology*, 24(12), 1668-1675. doi: <https://doi.org/10.1177/1359105317695429>.
- [12] Fauzia, I. Y. (2016). Pemanfaatan e-commerce dan m-commerce dalam bisnis di kalangan wirausahawan perempuan. *Journal of Business and Banking*, 5(2), 237-256. doi: <http://dx.doi.org/10.14414/jbb.v5i2.705>.
- [13] Gautam, R. K., & Mishra, K. (2016). Study on rural women entrepreneurship in India: Issues and challenges. *International Journal of Applied Research*, 2(2)Part A, 33-36.
- [14] Gichuki, C. N., & Mulu-Mutuku, M. (2018). Determinants of awareness and adoption of mobile money technologies: Evidence from women micro entrepreneurs in Kenya. *Women's Studies International Forum*, 67, 18-22. doi: <https://doi.org/10.1016/j.wsif.2017.11.013>.
- [15] Graeff, T. R., & Harmon, S. (2002). Collecting and using personal data: consumers' awareness and concerns. *Journal of Consumer Marketing*, 19(4), 302-318. doi: <https://doi.org/10.1108/07363760210433627>.
- [16] Halford, S. (2005). Hybrid workspace: Re-spatialisations of work, organisation and management. *New Technology, Work and Employment*, 20(1), 19-33. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1468-005X.2005.00141.x>.
- [17] Helsper, E. J. (2010). Gendered internet use across generations and life stages. *Communication Research*, 37(3), 352-374. doi: <https://doi.org/10.1177/0093650209356439>.
- [18] Hoda, N., Ahmad, A. R., & Melibari, A. (2014). *Analysis of demographic factors, internet usage and online shopping for social media users in Saudi Arabia*. doi: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2515104>.
- [19] INDEF dan Asosiasi Fintech Indonesia. (2019). *Studi dampak fintech peer-to-peer lending terhadap perekonomian nasional*. Institute for Development of Economics and Finance. <https://indef.or.id/research/detail/74>.
- [20] Irawati, S. A., & Sudarsono, B. (2018). Analisa faktor-faktor yang memotivasi perempuan berwirausaha melalui bisnis online. (Studi kasus pada ibu muda di Kecamatan Bangkalan). *Distribusi - Journal of Management and Business*, 6(2), 1-14. doi: <https://doi.org/10.29303/distribusi.v6i2.35>.
- [21] Irjayanti, M., Lord, L., Pedigo, K., & Hyne, N. (2019). Information and communication technology adoption by women entrepreneurs in Indonesia. *Proceedings the Second International Conference on the Sustainable Economic Development and Business Management in the Context of Global Globalisation (SEDBM 2019) Volume 1*, pp. 244-255. Financial Publishing House. https://www.academia.edu/44321111/PROCEEDINGS_THE_SECOND_INTERNATIONAL_CONFERENCE_ON_THE_SUSTAINABLE_ECONOMIC_DEVELOPMENT_AND_BUSINESS_MANAGEMENT_IN_THE_CONTEXT_OF_GLOBALISATION.
- [22] Jati, W. (2009). Analisis motivasi wirausaha perempuan (wirausahawati) di Kota Malang. *Jurnal Humanity*, 4(2), 141-153.
- [23] KemenPPPA. (2020, 24 Oktober). *Survei 'menilai dampak Covid-19': Perempuan memikul*

- beban lebih berat dibandingkan laki-laki.* Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. <https://www.kemenpppa.go.id/index.php/page/read/29/2921/survei-menilai-dampak-covid-19-perempuan-memikul-beban-lebih-berat-dibandingkan-laki-laki>.
- [24] Klimova, B., Prazak, P., Poulouva, P., & Simonova, I. (2021). Determinants affecting the use of the internet by older people. *Emerging Science Journal*, 5(6), 884-893. doi: <https://doi.org/10.28991/esj-2021-01317>.
- [25] Kominfo. (2021, 21 April). Menparekraf: Banyak perempuan manfaatkan internet untuk jualan selama pandemi. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/34032/menparekraf-banyak-perempuan-manfaatkan-internet-untuk-jualan-selama-pandemi/0/berita>.
- [26] Kontan.co.id. (2021, 23 April). *Laju transaksi digital di e-commerce meningkat pada kuartal I-2021*. <https://keuangan.kontan.co.id/news/laju-transaksi-digital-di-e-commerce-meningkat-pada-kuartal-i-2021>.
- [27] Koyuncu, C., & Lien, D. (2003). E-commerce and consumer's purchasing behaviour. *Applied Economics*, 35(6), 721-726. doi: <https://doi.org/10.1080/0003684022000020850>.
- [28] Kusliani, Y., Purwantoro, R. P. A., Komarudin, K., Subur, A., Prakoso, G. N., Sutoro, M., & Masriah, I. (2022). Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan wirausaha kerajinan tangan merenda dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat pada masa pandemi Covid 19. *Jurnal Abdi Masyarakat Humanis*, 3(2), 97-106. doi: <http://dx.doi.org/10.32493/jamh.v3i2.13073>.
- [29] Lai, C. H., & Gwung, H. L. (2013). The effect of gender and Internet usage on physical and cyber interpersonal relationships. *Computers & Education*, 69, 303-309. doi: <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2013.07.009>.
- [30] Lain, J., Alatas, H., & Setyonaluri, D. (2020). Women at work in Indonesia. Background paper to "Indonesia jobs report: pathways towards middle-class jobs". *Draft*. World Bank.
- [31] Li, N., & Kirkup, G. (2007). Gender and cultural differences in Internet use: A study of China and the UK. *Computers & Education*, 48(2), 301-317. doi: <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2013.07.009>.
- [32] Mack, E. A., Marie-Pierre, L., & Redican, K. (2017). Entrepreneurs' use of internet and social media applications. *Telecommunications Policy*, 41(2), 120-139. doi: <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2016.12.001>.
- [33] Manjunatha, K. (2013). The rural women entrepreneurial problems. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 14(4), 18-21.
- [34] Mark, G., & Ganzach, Y. (2014). Personality and Internet usage: A large-scale representative study of young adults. *Computers in Human Behavior*, 36, 274-281. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.03.060>.
- [35] Mason, C. M., Carter, S., & Tagg, S. (2011). Invisible businesses: The characteristics of home-based businesses in the United Kingdom. *Regional Studies*, 45(5), 625-639. doi: <https://doi.org/10.1080/00343401003614241>.
- [36] Melissa, E., Hamidati, A., Saraswati, M. S., & Flor, A. (2015). The Internet and Indonesian women entrepreneurs: Examining the impact of social media on women empowerment. In A. Chib, J. May, & R. Barrantes (Eds.), *Impact of information society research in the global south* (pp. 203-222). Springer, Singapore.
- [37] Muhardono, A., Danang Satrio, Z., & Mila, I. R. (2022). Optimalisasi

- woman entrepreneur melalui pemanfaatan jejaring pemasaran dan social media marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (ABDIRA)*, 2(1), 233-241. doi: <https://doi.org/10.31004/abdira.v2i1.90>.
- [38] Ndubisi, N. O. (2003). Women entrepreneurs and IT usage: The impact of traits. *The Journal of Business in Developing Nations*, 7, 111-147.
- [39] Nugroho, L., & Chowdhury, S. L. K. (2015). Mobile banking for empowerment muslim women entrepreneur: Evidence from Asia (Indonesia and Bangladesh). *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 9(1), 83-100. doi: <https://doi.org/10.30993/tifbr.v9i1.79>.
- [40] Omar, F. I., & Rahim, S. A. (2015). The relationship between internet usage and digital inclusion of women entrepreneurs in Malaysia. *Journal of Education and Social Sciences*, 2, 77-83.
- [41] Omar, F. I., Salman, A., & Rahim, S. A. (2017). The relationship between digital inclusion and support system towards the empowerment of women online entrepreneurs. *Journal of Education and Social Sciences*, 7(1), 52-57.
- [42] Parnami, M., & Bisawa, T. (2015). The rise of Indian women entrepreneur in e-commerce. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 17(10), 36-40.
- [43] Priya, G. L., & Bose, S. S. (2020). A study on online women entrepreneur. *International Journal of Management*, 11(12), 1095-1110.
- [44] Rakhmawati, N. A., Permana, A. E., Reyhan, A. M., & Rafli, H. (2021). Analisa transaksi belanja online pada masa pandemi COVID-19. *Jurnal Teknoinfo*, 15(1), 32-37. doi: <http://dx.doi.org/10.33365/jti.v15i1.868>.
- [45] Rehman, S., & Roomi, M. A. (2012). Gender and work-life balance: a phenomenological study of women entrepreneurs in Pakistan. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 19(2), 209-228. doi: <https://doi.org/10.1108/14626001211223865>.
- [46] Sangolagi, K., & Alagawadi, M. (2016). Women entrepreneurs. *International Journal of Advancement in Engineering Technology, Management and Applied Science*, 3(1), 216-222.
- [47] Sarri, K., & Trihopoulou, A. (2005). Female entrepreneurs' personal characteristics and motivation: a review of the Greek situation. *Women in Management Review*, 20(1), 24-36. doi: <https://doi.org/10.1108/09649420510579559>.
- [48] Shyamala, J. (2016). Problems and challenges faced by rural women entrepreneurs in India. *Asia Pacific Journal of Research*, 2, 193-201.
- [49] Still, L. V., & Walker, E. A. (2006). The self-employed woman owner and her business: An Australian profile. *Women in Management Review*, 21(4), 294-310. doi: <https://doi.org/10.1108/09649420610666597>.
- [50] Suwana, F., & Lily. (2017). Empowering Indonesian women through building digital media literacy. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 38(3), 212-217. doi: <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2016.10.004>.
- [51] Tambunan, T. T. H. (2017). Women entrepreneurs in MSEs in Indonesia: their motivations and main constraints. *Journal of Women's Entrepreneurship and Education*, (1-2), 56-86.
- [52] Wyncarczyk, P., & Graham, J. (2013). The impact of connectivity technology on home-based business venturing: The case of women in the North East of England. *Local Economy*, 28(5), 451-470. doi: <https://doi.org/10.1177/0269094213491700>.