PENGUSAHA PEREMPUAN, DIGITAL EKONOMI, KELESTARIAN LINGKUNGAN, KEBERLANJUTAN UMKM DI KOTA MALANG

Oleh
Dwi Ekasari Harmadji[1], Sukma Perdana[2]
[1,2]Universitas Wisnuwardhana Malang
Email: [1]dwiekasari@wisnuwardhana.ac.id

Article History:
Received: 20-09-2024
Revised: 06-10-2024
Accepted: 23-10-2024

Keywords:
Women Entrepreneurs, Digital Economy, Environmental Sustainability, UMKM Sustainability

Abstract: *This study aims to understand the meaning of the role of women, digital economy, environmental sustainability, sustainability of MSMEs in Malang City. This study is a qualitative study, data was obtained by conducting in-depth interviews and Forum Group Discussions (FGD). The main informant is Mrs. Peni Budi Astuti as the founder of the Super Preman Organization in Malang City. The results of the study prove that the role of social organizations such as Super Preman which is dominated by female entrepreneurs in the sustainability of MSMEs in Malang City is very important. Female entrepreneurs are also skilled at using digital economy for the sustainability of their MSMEs. Environmental sustainability is also applied to the sustainability of MSMEs in Malang City. The results of the study are useful for the success of the mentoring program for empowering female MSME entrepreneurs which is being promoted by the government, especially the Ministry of Cooperatives and MSMEs*

PENDAHULUAN

Penelitian ini adanya fenomena yang esensial atas peran pengusaha perempuan bagi peningkatan ekonomi keluarga karena jumlah pengusaha UMKM perempuan di Indonesia sebesar 64,5 % dari total pelaku UMKM (1). Menurut Menteri Koperasi dan UMKM (1) Teten Masduki memberdayakan perempuan pengusaha UMKM sama dengan pemberdayaan ekonomi. Di Kota Malang 90 % pengusaha UMKM didominasi oleh Perempuan (2). Hal ini disampaikan oleh Kepala Diskopindag Kota Malang, Eko Sri Yuliadi yang juga menyatakan bahwa UMKM yang dikelola oleh pengusaha perempuan di kota Malang ini kebanyakan bergerak di sektor kuliner, kriya, konveksi atau jahit. Tema penelitian ini mengangkat fenomena yang senafas dengan topik riset perempuan dalam UMKM berbasis pengetahuan khas perempuan (2). Hal ini menjadi kunci penting dalam memajukan sektor UMKM karena peran pengusaha perempuan yang mempunyai pengetahuan khas dapat diterapkan dalam bisnis mereka. Beberapa penelitian 10 tahun terakhir ini membuktikan bahwa peran pengusaha perempuan sangat besar dalam perkembangan UMKM suatu negara (3). Hal ini terjadi karena kemampuan kognitif, kognisi spasial, dan keadaan emosi saling berkaitan dengan pengetahuan khas perempuan (4). Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa

perempuan lebih ramah lingkungan dibandingkan laki-laki; dengan demikian, otonomi alami perempuan menarik lebih banyak energi ramah lingkungan dibandingkan tungku kayu konvensional dalam memasak dan pembakaran bahan bakar fosil dalam urusan perusahaan dan rumah tangga (5). Pemberdayaan perempuan melalui digital ekonomi dan teknologi akan membantu membangun infrastruktur sumber daya manusia yang dapat mengurangi kesenjangan gender dalam sistem sosial-ekonomi dan memungkinkan mereka dalam proses pengambilan keputusan untuk mencapai agenda kelestarian lingkungan (6) dan (7). Pengetahuan khas perempuan yang meliputi orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan model adopsi e-commerce (digital ekonomi) dalam penelitian ini (8) dan (23) mempunyai dampak positif baik secara manajerial maupun akademis. Fokus pada keberlanjutan ((9), studi terdahulu ini menavigasi bidang kewirausahaan berkelanjutan yang berpuncak pada eksplorasi mendetail berbagai peluang dan model bisnis dalam industri fotovoltaik tenaga surya yang ramah lingkungan. Artikel terdahulu (10) dan (24) bertujuan untuk menyarankan elemen-elemen yang mempengaruhi peningkatan pemikiran kewirausahaan perempuan yang ramah lingkungan tentang kemungkinan peningkatan melalui standardisasi dan kesetaraan gender yang melekat dalam ekonomi hijau. Hasil penelitian ini (11) menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara perilaku ramah lingkungan pada tingkat individu pengusaha perempuan dan keberlanjutan UMKM. Makalah ini (12) mengeksplorasi faktor-faktor keberhasilan strategis pengusaha perempuan yang berkembang pesat, dan strategi gender pengetahuan khas perempuan yang mempengaruhi jalur pertumbuhan bisnis UMKM. Berdasarkan teori feminis sosial dari penelitian kualitatif terdahulu (13) dan (25) menyatakan bahwa pilihan perspektif pengetahuan khas perempuan dapat menjadi prinsip utama di balik perilaku kewirausahaan perempuan dan berhubungan positif dengan keberlanjutan. Temuan penelitian lainnya (14) dan (26) memberikan pemahaman yang lebih beragam tentang pengusaha perempuan dalam ekonomi digital yang membentuk faktor kunci keberhasilan strategis hubungan dengan klien. Artikel (15) menyatakan adanya hubungan dengan branding, nilai dan budaya organisasi, perilaku berjejaring, serta kepemimpinan serta manajemen dengan atribut dan nilai-nilai pengetahuan khas perempuan yang diperoleh melalui sosialisasi.

Berdasarkan fenomena-fenomena diatas maka penelitian ini menentukan **Rumusan masalah pertama** adalah bagaimana cara memanfaatkan pengetahuan khas perempuan yang terkait dengan pengetahuan tradisional, keahlian rumah tangga, atau pengalaman unik yang dapat diubah menjadi produk yang dijual. **Rumusan masalah kedua** adalah bagaimana pengetahuan khas perempuan bisa membawa perspektif unik terkait dengan kreativitas dan inovasi dalam digital ekonomi, kelestarian lingkungan serta keberlanjutan usahanya. **Rumusan masalah ketiga** adalah bagaimana pengusaha perempuan yang sukses dalam UMKM dapat menjadi model peran bagi generasi berikutnya, juga sanggup mendorong lebih banyak perempuan untuk terlibat dalam dunia bisnis dan kewirausahaan. **Urgensi** artikel ini adalah untuk memperkuat peran perempuan dalam pemberdayaan ekonomi, karena bisa meningkatkan kemandirian finansial perempuan, memberikan akses yang lebih besar ke sumber daya dan membantu mengurangi kesenjangan gender dalam bidang ekonomi. Keterlibatan perempuan dalam UMKM juga bisa membantu diversifikasi ekonomi kota Malang pada khususnya dan Indonesia pada umumnya, karena mengurangi ketergantungan pada sektor-sektor tertentu serta menciptakan peluang baru bagi pertumbuhan ekonomi

ISSN 2798-3471 (Cetak)
ISSN 2798-3641 (Online)

yang berkelanjutan. UMKM yang dipimpin oleh perempuan cenderung lebih banyak mempekerjakan perempuan dan orang-orang dari komunitas lokal. Ini dapat membantu mengurangi tingkat pengangguran, terutama di wilayah-wilayah yang memiliki akses terbatas terhadap pekerjaan formal bagi perempuan.

Pendekatan untuk pemecahan ketiga rumusan masalah diatas, antara lain dengan beberapa langkah strategis, antara lain: a) Melakukan identifikasi pengetahuan khas perempuan, keahlian atau pengalaman unik yang dimiliki oleh perempuan dalam komunitasinya. Termasuk pengetahuan tentang ramuan tradional, Teknik makanan khas daerah, kerajinan tangan tradisional, atau pengalaman unik seperti pengasuhan anak atau manajemen rumah tangga (16). b) Pemetaan potensi pasar untuk memahami tentang adanya permintaan atau minat untuk produk yang dapat dibuat berdasarkan pengetahuan khas Perempuan (17). Identifikasi segmen pasar potensial dan evaluasi pesaing yang ada. c) Pengembangan branding dan identitas membangun merek dan identitas yang kuat untuk menekankan nilai-nilai kearifan lokal, keberlanjutan atau perhatian terhadap kesejahteraan keluarga (18). d) Menentukan strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau target pelanggan, melalui digita marketing dan sebagainya. d) Melakukan evaluasi dan pengembangan lanjutan mengenai kinerja produk sesuai kebutuhan dan preferensi pasar yang selalu berubah.e) Mempromosikan keberlanjutan usaha dan penghargaan terhadap warisan budaya serta keahlian tradisional (19).]

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan fenomena yang ada terutama yang berhubungan dengan peran pengusaha perempuan dalam keberlanjutan UMKM di Kota Malang dengan penerapan digital ekonomi dan kelestarian lingkungan. Kebaruan (*novelty*) artikel penelitian kami adalah penerapan pendekatan kualitatif *non positivistic* dengan paradigma interpretif yang menggunakan metode penelitian naturalistik atau metode *ethnography*.

Tabel 1 yang menyatakan persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu

Tabel 1
Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti & Tahun	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Mujeed S et al., (2021) (5)	Peran Perempuan dalam digial ekonomi dan bisnis berkelanjutan dengan sistem inovasi terbuka tiongkok tahun 1975 hingga 2019.	Persamaan: meneliti peran Perempuan dalam keberlanjutan. Perbedaan: Penelitian terdahulu ini memakai model autoregressive distribution lag (ARDL), kausalitas vector autoregresif (VAR) Granger, dan matriks akuntansi inovasi untuk memperkirakan parameter. Data yang ada dirangkum dan disusun dalam konteks Tiongkok untuk dijelaskan sebagai studi korelasional. Penelitian kami menggunakan pendekatan kualitatif *non positivistic* yang mengungkapkan keunikan tindakan pelaku perempuan pengusaha Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Malang, Indonesia
2.	Octavia (2020) (8)	Penelitian kuantitatif mengenai dampak *e-commerce* dan peran Perempuan untuk meningkatkan kinerja bisnisnya	Persamaan: meneliti dampak digital ekonomi (*e-commerce*) dan peran Perempuan di Provinsi Jambi Perbedaan: Penelitian kami menggunakan pendekatan kualitatif *non positivistic* yang mencari makna digital ekonomi secara menyeluruh (tidak hanya pada *e-commerce)* di kota Malang.
3.	Mitić, N (2021) (10)	Penelitian kuantitatif mengenai ekonomi hijau yang mempengaruhi peningkatan pengetahuan khas kewirausahaan perempuan	Persamaan: Melibatkan pengusaha Perempuan dalam bisnis UMKM. Perbedaan: penelitian terdahulu memakai metode evaluasi regresi dengan pendekatan agregat skala Likert, dengan melibatkan 226 perempuan pengusaha asal Serbia tahun 2021. Hasilnya: tidak ada cukup minat tentang dukungan ekonomi hijau untuk bisnis UMKM. Penelitian kami menggunakan pendekatan kualitatif *non positivistic* di kota Malang.

Gambar 1 : *Steps in the Qualitative Reseach Process* Sumber: (27)

Gambar 1 merupakan diagram alir penelitian yang menggambarkan berikut ini:

Teori Ekofeminisme merupakan teori kekinian yang lebih menitikberatkan pada hubungan perempuan secara spiritual pada lingkungan/ekologi yang ada di sekitarnya. Posisi perempuan dianggap sebagai perawat lingkungan yang lebih dekat dan peka dengan kelestarian lingkungan alam dibandingkan laki-laki.]

Tahap 1 *Anknowledge Social Self* (28): peneliti sudah melakukan tahap penelitian awal ini dengan cara peneliti mendeskripsikan apa yang dilihat dan didengar, dirasakan dan ditanyakan mengenai peran pengusaha perempuan dalam digital ekonomi, kelestarian lingkungan, dan kaitannya dengan keberlanjutan UMKM di kota Malang. Peneliti baru mengenal sepintas terhadap informasi yang diperolehnya.

Tahap 2: *Adopt Perspective* (28): peneliti akan mereduksi segala informasi yang telah diperoleh pada tahap pertama. Pada proses ini, peneliti mereduksi data yang ditemukan pada tahap 1 untuk difokuskan pada masalah peran pengusaha Perempuan untuk keberlanjutan UMKM.

Tahap 3: *Design Study* (28): Peneliti akan melakukan desain studi berdasarkan fokus pada peran pengusaha Perempuan yang berkaitan dengan digital ekonomi, dan kelestarian lingkungan dalam keberlanjutan UMKM di Kota Malang.

Tahap 4: *Collect Data* (28): Peneliti mengumpulkan data melalui wawancara mandalam *(in depth interview)* (28) dengan informan kunci dan informan-informan tambahan

Tahap 5: *Analyze Data* (28): Peneliti melakukan analisis data dengan cara menyortir data dan memilih data yang menarik, penting, berguna serta data terbaru. Data yang tidak perlu, disingkirkan. Selanjutnya data akan dikelompokkan dalam berbagai kategori yang ditetapkan sebagai fokus penelitian

ISSN 2798-3471 (Cetak)
ISSN 2798-3641 (Online)

Tahap 6: *Interpret Data* (29): Peneliti melakukan analisis mendalam terhadap data dan informasi yang diperoleh, maka peneliti dapat menemukan tema dengan cara mengkonstruksikan data yang diperoleh dan diinterpretasikan menjadi suatu bangunan pengetahuan atau ilmu baru mengenai peran pengusaha Perempuan yang berkaitan dengan digital ekonomi, dan kelestarian lingkungan dalam keberlanjutan UMKM di Kota Malang.

Tahap 7: *Inform Others* (30)*:* Peneliti mampu menghasilkan informasi-informasi yang bermakna, bahkan ilmu baru yang dapat digunakan untuk membantu mengatasi masalah kesetaraan gender dan meningkatkan taraf hidup manusia serta keberlanjutan UMKM.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian dilakukan di setiap proses pengumpulan data melalui lima proses tahapan yaitu:

1. setelah peneliti memasuki objek penelitian atau sering disebut konteks sosial (yang terdiri atas tempat, aktor/orang/pelaku yaitu: mitra peneliti yang merupakan paguyuban/komunitas pengusaha perempuan UMKM di Kota Malang bernama New Cantik Malang Raya/NCMR, dan aktivitasnya) peneliti akan berfikir apa yang akan ditanyakan serta mengamati dengan seksama kegiatan keberlangsungan UMKM yang dikelola pengusaha perempuan;
2. setelah menemukan apa yang akan ditanyakan, peneliti telah menemukan pertanyaan dan bertanya pada orang-orang yang dijumpai pada tempat tersebut;
3. selanjutnya jawaban dari pertanyaan yang diajukan akan dianalisis apakah jawaban yang diberikan benar atau tidak;
4. jika jawaban atas pertanyaan tadi dirasakan benar maka dibuatlah simpulan;
5. selanjutnya pada tahap ini, peneliti akan mengevaluasi kembali terhadap simpulan yang telah dibuat, apakah simpulan yang telah dibuat itu kredibel atau tidak. Untuk memastikan simpulan yang telah dibuat tersebut, maka peneliti akan masuk lapangan, mengulangi pertanyaan dengan cara dan sumber yang berbeda tetapi dengan tujuan yang sama. Jika simpulan telah diyakini memiliki kredibilitas tinggi, maka pengumpulan data dinyatakan selesai.

Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data menggunakan uji kredibilitas dengan member check. Conrad and Serlin (2006:414) menyatakan bahwa member check adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada informan. Tujuannya adalah untuk mengetahui tingkat kepercayaan data yangd iperoleh sesuai dengan yang diberikan oleh informan. Jika data sudah dinyatkaan valid, apabila disepakati oleh informan. Teknik member check dilakukan secara individual, dengan menemui informan kembali. Peneliti mendiskusikan untuk memperoleh kesepakatan dengan para informan mengenai peran pengusaha perempuan UMKM. Wawancara secara mendalam dilakukan untuk membuat sebuah penafsiran apa itu makna pemberdayaan Perempuan, organisasi/paguyuban, digital ekonomi, kelestarian lingkungan dan keberlanjutan UMKM di kota Malang.. Kemudian, dari hal tersebut diperdalam lagi dengan wawancara yang fokus pada peran pengusaha perempuan UMKM.

Pembahasan

Peran pengusaha perempuan bagi peningkatan ekonomi keluarga. Data membuktikan bahwa jumlah pengusaha UMKM perempuan di Indonesia sebesar 64,5 % dari total pelaku

UMKM (1). Data lainnya juga membuktikan bahwa jumlah UMKM di Kota Malang yang telah terverifikasi sekitar 21.000 UMKM (2) yang didominasi oleh para perempuan dan ibu rumah tangga. Mereka tergabung dalam beberapa komunitas/paguyuban. Hal ini bermakna bahwa pengusaha perempuan UMKM telah memahami metode peningkatan ekonomi bagi keluarga. Pengusaha UMKM perempuan di Kota Malang yang harus ditingkatkan kuantitas dan kualitasnya. Pengusaha perempuan memiliki peran penting dalam era ekonomi digital saat ini. Berikut beberapa aspek kunci peran mereka:

(1) Pemanfaatan teknologi digital:
- Mengadopsi platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar (3).
- Menggunakan media sosial untuk branding dan pemasaran yang efektif (4).
- Memanfaatkan analisis data untuk memahami tren pasar dan preferensi pelanggan (5)

(2) Peningkatan efisiensi operasional:
- Mengimplementasikan sistem manajemen inventori digital (6).
- Mengotomatisasi proses administrasi dan keuangan (7).
- Menggunakan aplikasi produktivitas untuk manajemen proyek dan kolaborasi tim (8).

(3) Menjangkau pasar yang lebih luas:
- Memasarkan produk/jasa ke pasar global melalui platform online (9).
- Berpartisipasi dalam marketplace digital untuk menjangkau lebih banyak pelanggan (10).
- Memanfaatkan teknologi terjemahan untuk mengatasi hambatan Bahasa (11).

(4) Praktik bisnis berkelanjutan:
- Mengadopsi solusi teknologi ramah lingkungan (12).
- Mengoptimalkan rantai pasokan untuk mengurangi jejak karbon (13).
- Mempromosikan produk/jasa ramah lingkungan melalui platform digital (14).

(5) Pengembangan keterampilan digital:
- Terus meningkatkan literasi digital dan keterampilan teknologi (15).
- Mengikuti pelatihan online terkait kewirausahaan digital (16).
- Berpartisipasi dalam komunitas pengusaha perempuan online untuk berbagi pengetahuan (17).

(6) Inovasi produk dan layanan:
- Memanfaatkan teknologi untuk menciptakan produk/jasa baru yang relevan (18).
- Menggunakan umpan balik pelanggan digital untuk perbaikan berkelanjutan (19).
- Berkolaborasi dengan startup teknologi untuk solusi inovatif (20).

(7) Mengatasi tantangan:
- Menemukan keseimbangan antara adopsi teknologi dan interaksi personal (21).
- Mengatasi kesenjangan digital dan akses teknologi (22).
- Menjaga keamanan data dan privasi dalam lingkungan digital (23).

(8) Memberdayakan komunitas:
- Menjadi mentor bagi pengusaha perempuan lain dalam adopsi teknologi (24).
- Mendukung inisiatif untuk meningkatkan akses teknologi bagi Perempuan (25).
- Beradvokasi untuk kebijakan yang mendukung kewirausahaan digital inklusif (26).

ISSN 2798-3471 (Cetak)
ISSN 2798-3641 (Online)

Pendekatan kualitatif *non positivistic* yang diterapkan dalam penelitian ini berhasil mengungkapkan keunikan tindakan pelaku perempuan pengusaha Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Malang. Keunikan mereka adalah peran mereka sebagai *role model* dalam menggerakkan UMKM di lingkungan keluarga. Kearifan lokal yang dimiliki Pengusaha Perempuan di Kota Malang adalah falsafah jawa "urip iku urup" yang memiliki makna bahwa hidup harus bisa menyala. Pengertian yang lebih mendalam adalah hidup itu harus bisa memberikan manfaat bagi diri sendiri, keluarga dan Masyarakat. Filosofi inilah yang membuat Perempuan pelaku UMKM di Kota Malang mampu menggerakkan semua anggota keluarganya untuk ikut serta terlibat dalam UMKM. Hal ini juga menularkan virus positif kepada tetangga dan akhirnya berdampak ke masyarakat luas. Perkembangan UMKM yang dipimpin oleh perempuan, mampu membuka peluang bagi anggota keluarga lainnya untuk aktif melakukan kegiatan UMKM. Sinergi dan kolaborasi pun akhirnya terbentuk dan menciptakan rasa kepemilikan bersama atas tanggungjawab peningkatan kesejahteraan masyarakat. Peneliti melihat keadaan nyata UMKM di sektor kuliner, para suami (pria) dapat membantu Perempuan pelaku UMKM bisa menerima pesanan lewat digital, lalu anaknya yang mengantar pesanan, sehingga satu keluarga jadi aktif semua. Inilah yang menjadikan UMKM di Kota Malang aktif melakukan perekonomian, Hal ini memberikan sumbangsih bagi perekonomian di Kota Malang yang didukung Pengusaha Perempuan dengan dominasi 90 %. Berdirinya organisasi sosial Preman Super (Perempuan Mandiri Sumber Perubahan) di Kota Malang adalah ide yang cemerlang. Hal tersebut dilandasi atas dasar usaha pemberdayaan pengusaha Perempuan UMKM. Pada 2010 terbit inisiasi dari paguyuban ibu-ibu untuk mendirikan suatu organisasi, tetapi masih sekedar wacana semata. Pada tahun 2013 muncullah organisasi sosial Preman Super (Perempuan Mandiri Sumber Perubahan) yang ada di Kota Malang. Gagasan munculnya organisasi Preman Super dari paguyuban ibu-ibu rumah tangga yang pada awalnya melakukan *sharing* ilmu dan keterampilan. Perjalanan waktu membuat makin banyak perempuan yang berkumpul dan merasakan manfaat dari paguyuban itu. Perempuan yang hanya ibu rumah tangga biasa, pada akhirnya mereka bisa menggali potensinya dan bisa mengembangkan potensinya secara maksimal di Preman Super. Organisasi Sosial Preman Super adalah organisasi yang berperan penting bagi perempuan untuk menyalurkan bakat dan minat serta mengasah potensi yang dimilikinya sehingga mampu menciptakan produk yang bernilai jual ekonomis. Organisasi sosial Preman Super juga bisa memunculkan perempuan-perempuan pelaku UMKM yang tangguh, mempunyai keahlian/*skill*, mandiri secara finansial dan bisa menjadi sumber perubahan bagi masing-masing keluarganya. Mereka juga mempunyai kecakapan di depan publik dan mempunyai rasa percaya diri. Organisasi sosial Preman Super didirikan oleh Ibu Peni Budi Astuti. Organisasi Preman Super saat ini sudah mempunyai anggota yang jumlahnya ±200 anggota yang didominasi oleh Perempuan, karena ada anggota yang berjenis kelamin laki-laki (yang jumlahnya minoritas/sedikit). Strukutur kepengurusan organisasi mengharuskan dipimpin dan didominasi oleh Perempuan, ini disebabkan oleh latar belakangnya adalah organisasi sosial yang berbasis pemberdayaan perempuan.

Peneliti juga menerapkan *naturalistic inquiry* (27) berdasarkan fakta, data, informasi strategi dan praktik digital ekonomi yang digunakan oleh pengusaha perempuan di Kota Malang untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka. Temuan-temuan original, autentik dan *genuine* (28) yang tak sekedar indrawi semata akan terbaca di dampak

positif serta negatif dari aktivitas digital ekonomi yang dilakukan oleh pengusaha perempuan terhadap lingkungan yang juga dilakukan bersamaan dengan identifikasi praktik-praktik berkelanjutan (29). Hal ini terkait dengan menyelami kedalaman makna yang *latent* (30) menjadi manifestasi atas implementasi pengusaha perempuan untuk adaptif dalam digital ekonomi, serta menjaga kelestarian lingkungan, dan potensi dampaknya terhadap keberlanjutan UMKM. Kesadaran Pengusaha Perempuan UMKM perlu ditingkatkan, secara aktif dan inovatif mengikuti teknologi dan perkembangan zaman. Perempuan harus tahu pengelolaan pendapatan bagi keluarga, di samping suaminya yang juga mendapatkan penghasilan dari pekerjaan mereka.

.

KESIMPULAN

Penelitian ini telah menghasilkan temuan bahwa peran pengusaha perempuan UMKM dalam keberlanjutan UMKM di Kota Malang sangat dominan. Mereka juga menerapkan digital ekonomi untuk aspek keuangan dan pemasaran. Penerapan kelestarian lingkungan dengan *zero waste* atau pengendalian limbah dari proses produksinya yang bermanfaat bagi kelestarian lingkungan. Penelitian ini juga memberikan makna bahwa Pengusaha Perempuan UMKM di Kota Malang yang tergabung dalam Preman Super (Perempuan Mandiri Sumber Perubahan) mampu memanfaatkan pengetahuan unik yang selaras dengan kearifan lokal, memberdayakan hasil karya kreatif dari keluarganya yang difabel menjadi produk artistik bernilai jual yang tinggi. Makna lainnya adalah pengetahuan khas Perempuan yang memberikan perspektif unik dengan hasil produk yang inovatif dan dipasarkan dengan digital ekonomi. Makna lainnya adalah memanfaatkan sumber daya yang ada dan menjaga kelestarian lingkungan dengan menerapkan *zero waste* dalam proses produksinya. Hal ini menjadikan Pengusaha Perempuan UMKM di Kota Malang yang tergabung dalam Preman Super sukses menjadi role model bagi generasi berikutnya karena melibatkan keluarganya. Ini menjadi bukti bahwa Preman Super bisa menjadi pendorong lahirnya lebih banyak pengusaha perempuan yang terlibat dalam bisnis dan kewirausahaan.

Hasil penelitian ini menjadi masukan yang bermanfaat tidak hanya bagi pengusaha Perempuan UMKM namun juga bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam pembinaan UMKM, terutama Kementerian Koperasi dan UMKM dalam merancang program-program pembinaan dan pendampingan bagi UMKM di Indonesia serta bagi Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan (Diskopindag) Kota Malang dalam merancang program pendampingan dan peningkatan kualitas UMKM di Kota Malang. Hal ini bisa diterapkan melalui pelatihan, perekrutan, dan pengembangan sistem pendampingan yang lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

[1] DOI: https://www.antaranews.com/berita/3953202/menkop-ukm-sebut-64-persen-pelaku-umkm-adalah-perempuan diunggah tanggal 27-2-2024 jam 20.07 WIB
[2] DOI: https://kotamalang.memontum.com/90-persen-umkm-di-kota-malang-didominasi-perempuan diunggah tanggal 5-3-2024 jam 15.45 WIB]
[3] Mbaye, L.M .(2020). Weather Shocks and Women Empowerment. In Women
[4] and Sustainable Human Development; Palgrave Macmillan: Cham, Switzerland, 37–49. doi: https://doi.org/10.1007/978-3-030-14935-2_3.
[5] Pirani, N.; Ricker, B.A.; Kraak, M.J. (2020). Feminist cartography and the United Nations

Sustainable Development Goal on gender equality: Emotional responses to three thematic maps. Can. Geog. Geogr. Can, 64, 184–198. https://doi.org/10.1111/cag.12575

[6] Mujeed, S.; Li, S.; Jabeen, M.; Nassani, A.A.; Askar, S.E.; Zaman, K.; Abro,

[7] M.M.Q.; Sriyanto; Jambari, H. (2021). Technowomen: Women's Autonomy and Its Impact on Environmental Quality. Sustainability, 13, 1611. https://doi.org/10.3390/su13041611

[8] Nhamo, G.; Mukonza, C. Opportunities for women in the green economy and environmental sectors. Sustain. Dev. 2020

[9] Octavia, A., & Sriayudha, Y. (2021). Model of marketing performance: Role of innovation capability in women entrepreneurs. Dinasti International Journal of Management Science, 3(2), 374–384. https://doi.org/10.31933/dijms.v3i2.1007.

[10] Octavia, A., Indrawijaya, S., Sriayudha, Y., Heriberta, Hasbullah, H., & Asrini. (2020). Impact on e-commerce adoption on entrepreneurial orientation and market orientation in business performance of smes. Asian Economic and Financial Review, 10(5), 516–525. https://doi.org/10.18488/journal.aefr.2020.105.516.525.

[11] Ye, Q., Zhou, R., Anwar, M. A., Siddiquei, A. N., & Asmi, F. (2020). Entrepreneurs and environmental sustainability in the digital era: Regional and institutional perspectives. International Journal of Environmental Research and Public Health, 17(4), 1355. https://doi.org/10.3390/ijerph17041355.

[12] Mitić, N., Srebro, B., Popović, J., Kvrgić, G., & Deđanski, S. (2021). Factors influencing development of green women's entrepreneurship in Serbia. Ekonomika Poljoprivrede, 68(3), pp. 627–644. https://doi.org/10.5937/ekopolj2103627.

[13] Maniu, I., Costache, C., & Dumitraşcu, D. D. (2021). Adoption of green environmental practices in small and medium-sized enterprises: Entrepreneur and business policies patterns in Romania. Sustainability, 13(9), 4968. https://doi.org/10.3390/su13094968.

[14] Huq, A., Tan, C. S. L., & Venugopal, V. (2020). How do women entrepreneurs strategize growth? An investigation using the social feminist theory lens. Journal of Small Business Management, 58(2), 259–287. https://doi.org/10.1080/00472778.2019.1659679.

[15] Habib, M. A., Bao, Y., & Ilmudeen, A. (2020). The impact of green entrepreneurial orientation, market orientation and green supply chain management practices on sustainable firm performance. Cogent Business and Management, 7(1). https://doi.org/10.1080/23311975. 2020.1743616.

[16] Gbadamosi, A. (2019). Women-entrepreneurship, religiosity, and value-co-creation with ethnic consumers: Revisiting the paradox. Journal of Strategic Marketing, 27(4),303–316. https://doi.org/10.1080/0965254X.2017.1344293.

[17] Gast, J., Gundolf, K., & Cesinger, B. (2017). Doing business in a green way: A systematic review of theecological sustainability entrepreneurship literature and future research directions. Journal of Cleaner Production, 147, 44-56. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.01.065.

[18] Chu, F., Zhang, W., & Jiang, Y. (2021). How does policy perception affect green entrepreneurship behavior? An empirical analysis from China. Discrete Dynamics in Nature and Society, 2021, pp. 1-9. https://doi.org/10.1155/2021/7973046.

[19] Cabrera, E. M., & Mauricio, D. (2017). Factors affecting the success of women's entrepreneurship: A review of literature. International Journal of Gender and Entrepreneurship, 9(1), pp. 31–65. https://doi.org/10.1108/IJGE-01-2016-0001.
[20] Bodlaj, M., & Cater, B. (2018). The impact of environmental turbulence on the perceived importance of innovation and innovativeness in SMEs. Journal of Small Business Management. 57(S2), pp. 417-435. https://doi.org/10.1111/jsbm.12482.
[21] Byrne, J., Fattoum, S., & Diaz Garcia, M. C. (2019). Role models and women entrepreneurs: Entrepreneurial superwoman has her say. Journal of Small Business Management, 57(1), 154–184.https://doi.org/10.1111/jsbm.12426.
[22] Zlatkov-Cvetković, Marina. (2015). Women entrepreneurship in Serbia: A
[23] qualitative study of the perceived enabling factors for the female entrepreneurship. Master Thesis, Swedish University of Agricultural Sciences.
[24] Zlatkov-Cvetković, Marina. (2015). Women entrepreneurship in Serbia: A
[25] qualitative study of the perceived enabling factors for the female entrepreneurship. Master Thesis, Swedish University of Agricultural Sciences
[26] United Nations. (2020). Goal 5: Gender Equality. Goal 5:Achieve Gender Equality and Empower All Women and Girls. doi:https://doi.org/10.1891/9780826190123.0016
[27] Available online: http://www.un.org/development/desa/disabilities/envision2030-goal5.html (accessed on 4 December 2020).
[28] Mutmainah, Nurfitri (2020). Peran Perempuan dalam Pengembangan Ekonomi Melalui Kegiatan UMKM di Kabupaten Bantul. *Wedana: Jurnal Kajian Pemerintahan, Politik dan Birokrasi* Vol.6 (*1*) April 2020. DOI: https://doi.org/10.25299/wedana.2020.vol6(1),4190
[29] Rizal, Muhammad, Dias Setianingsih, R. C. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi wanita berwirausaha (Studi Kasus Kota Langsa). Jurnal Manajemen Dan Keuangan, 5(2). https://ejurnalunsam.id
[30] Canizares, S.M.C. dan Garcia, F.I.F. (2010). Gender Diffrences in Entrepreneurial Attitudes, Equality, Diversity and Inclusion. An International Journal, Vol. 29 (8). pp. 766-786. DOI: https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/02610151011089519
[31] Hattab, H. (2012). Towards Understanding Female Entrepreneurship in Middle Eastern and North African Countries: A Cross-Country Comparison of Female Entrepreneurship, Education, Business and Society: Contemporary Middle Easterne Issues. Emerald Group Publishing Limited, Vo.5 (3), pp.171-186. DOI: https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/17537981211265561
[32] Neuman, W. L2 006. Social Research Methods. Qualitative and Quantitative Approach. Sixth edition. Person International Edition.
[33] Snow, D. A., Morrill, C., & Anderson, L. (2003). Elaborating Analytic Ethnography. In *Ethnography* (Vol. 4, Issue 2, pp. 181–200). SAGE Publications.
[34] DOI: https://doi.org/10.1177/14661381030042002]
[35] Stahl, B. C. (2005). A Critical View of The Ethical nature of Interpretive Research: Paul Ricoeur and The Other. *Proceedings of the Thirteenth European Conference on Information Systems*, 25.
[36] Lee, Y., Wang, S., VORLICEK M, Surendran, P., Schepard, A. I., Emery, R. E., Rose, W.,

ISSN 2798-3471 (Cetak)
ISSN 2798-3641 (Online)

Rogers, E. M., Everett, M., Robinson, L., Robinson, L., Raphael, G., Pedro, J., Ortiz, M., Otieno, O. C., Liyala, S., Odongo, B. C., Abeka, S., Olushola, T., … Assumptions, C. (2017). TAM References. *Business Management and Strategy*, *3*(1), 121. DOI:https://murdoch.is/teaching/slides/2014-COMPGA11-7.pdf%0Ahttp://pubsonline.informs.org/doi/abs/10.1287/mnsc.35.8.982%0Ahttps://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/MT_Globalization_Report_2018.pdf%0Ahttp://eprint

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN

ISSN 2798-3471 (Cetak)
ISSN 2798-3641 (Online)