



Makna Kewirausahaan dan Negosiasi Identitas Perempuan Pemilik UMKM Kuliner: Analisis Fenomenologis Interpretatif (IPA)

Nurul Fadilah Aswar^{1*}

^{1*}Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Makassar

E-mail: ^{1*}nurul.fadilah.aswar@unm.ac.id

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner didominasi oleh perempuan di Indonesia, namun pengalaman kewirausahaan mereka sering kali disederhanakan hanya sebagai partisipasi ekonomi, mengabaikan dimensi subjektif, emosional, dan konflik identitas yang dibentuk oleh norma gender, seperti "beban ganda." Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali dan mendeskripsikan pengalaman hidup serta menginterpretasikan struktur makna yang dilekatkan oleh perempuan pemilik UMKM kuliner di Indonesia terhadap tantangan, adaptasi, dan keberhasilan mereka. Pendekatan kualitatif dengan metode Interpretative Phenomenological Analysis (IPA) digunakan, melibatkan 10 partisipan pemilik UMKM kuliner aktif yang dipilih melalui purposive sampling, dengan data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur mendalam dan dianalisis melalui proses cross-case analysis. Hasil analisis mengungkap empat tema superordinat yang saling terkait: (1) Menghadapi Keterbatasan Modal, yang melampaui isu ekonomi menjadi isu psikologis terkait rasa aman dan stabilitas keluarga; (2) Negosiasi Peran Ganda dan Konflik Identitas, mencerminkan tarik-menarik antara aspirasi bisnis dan ekspektasi domestik yang memicu kelelahan dan rasa bersalah; (3) Adaptasi Digital dan Transformasi Pemasaran, yang diinterpretasikan sebagai proses emosional dan kognitif dalam membangun kepercayaan diri; dan (4) Redefinisi Kesuksesan dan Pembentukan Resiliensi, di mana ketahanan terbukti bersifat relasional, ditunjang oleh ketahanan keluarga sebagai scaffolding penting. Disimpulkan bahwa kewirausahaan perempuan merupakan proses multidimensional yang terikat erat pada struktur sosial dan dukungan emosional, menuntut pengembangan program pemberdayaan yang responsif gender dan berfokus pada dukungan psikososial, bukan hanya pelatihan teknis bisnis.

Kata Kunci: Kewirausahaan Perempuan; UMKM; IPA; Konflik Peran Ganda; Resiliensi; Ketahanan Keluarga

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, menyumbang lebih dari 60 persen lapangan kerja serta berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang inklusif dan responsif gender. Dalam beberapa tahun terakhir, perempuan memegang peran semakin signifikan dalam sektor ini. Lebih dari 60% pelaku UMKM Indonesia adalah perempuan, terutama di sektor kuliner yang menawarkan fleksibilitas tinggi dan selaras dengan tanggung jawab domestik (Tambunan, 2017; Aravik, Hamzani, & Khasanah, 2025). Namun, keterlibatan perempuan dalam wirausaha tidak dapat dipahami hanya sebagai partisipasi ekonomi. Proses tersebut dibentuk oleh dinamika emosional, negosiasi identitas, ekspektasi sosial, serta norma budaya terkait peran gender dalam masyarakat Indonesia (Lee et al., 2024; Roomi & Parrott, 2008; Raspati & Kadiyono, 2024).

Literatur menunjukkan bahwa wirausahawan perempuan menghadapi hambatan struktural yang berbeda dibandingkan laki-laki. Tantangan tersebut mencakup keterbatasan akses modal, minimnya jaringan bisnis, hingga rendahnya literasi digital yang kini menjadi kebutuhan strategis dalam persaingan pasar modern (Rouse et al., 2013; Awalia, Syarief, & Haryati, 2025; Darma & Krismajayanti, 2020). Selain itu, perempuan kerap menghadapi "beban ganda," yaitu menyeimbangkan pengelolaan usaha dengan tanggung jawab domestik dan

pengasuhan. Tekanan sosial dan budaya ini menghasilkan dinamika yang tidak dialami oleh pelaku UMKM laki-laki, serta berdampak pada bagaimana perempuan menilai kapasitas, aspirasi, dan identitas kewirausahaan mereka. Walaupun banyak studi kuantitatif telah mendokumentasikan hambatan tersebut, dimensi subjektif dan emosional dari pengalaman perempuan wirausaha masih kurang dieksplorasi, terutama dalam konteks UMKM kuliner Indonesia (Priyono et al., 2020; Lusianawati, Nurdiani, & Hayati, 2023).

Kesenjangan ini menegaskan perlunya pendekatan yang mampu menggali makna personal, pengalaman emosional, strategi bertahan, serta interpretasi perempuan terhadap perjalanan kewirausahaannya. Pengalaman tersebut sering kali tidak linier, berlapis, dan terkait erat dengan nilai, relasi sosial, serta beban peran gender dalam keluarga dan masyarakat. Dimensi eksistensial semacam ini sulit ditangkap melalui pendekatan kuantitatif sehingga memerlukan metode yang dapat mengungkap kedalaman pengalaman subjektif.

Interpretative Phenomenological Analysis (IPA) menjadi pendekatan yang relevan untuk menjembatani gap tersebut. IPA berfokus pada bagaimana individu memaknai pengalaman hidup mereka, menekankan proses interpretasi emosional dan hubungan antara agensi personal dan struktur sosial (Smith, Flowers, & Larkin, 2009; Smith et al., 2021). Dengan kerangka double hermeneutics dimana peserta memaknai dunia mereka, dan peneliti menafsirkan pemaknaan tersebut; IPA sangat sesuai untuk memahami dinamika psikologis, konflik peran, serta struktur makna yang membentuk identitas kewirausahaan perempuan pemilik UMKM kuliner.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menggali dan mendeskripsikan pengalaman subjektif perempuan dalam menjalankan UMKM kuliner, memahami makna yang mereka bentuk atas tantangan dan keberhasilan yang dihadapi, serta menginterpretasikan struktur makna yang muncul sepanjang perjalanan kewirausahaan mereka. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada literatur kewirausahaan perempuan dengan menghadirkan perspektif fenomenologis yang masih jarang digunakan dalam konteks UMKM Indonesia. Secara praktis, temuan penelitian diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengembangan program pemberdayaan UMKM perempuan yang lebih sensitif terhadap realitas emosional, sosial, dan kultural perempuan wirausaha, tidak hanya berfokus pada aspek teknis bisnisnya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Interpretative Phenomenological Analysis (IPA) untuk memahami pengalaman subjektif perempuan pemilik UMKM kuliner secara mendalam. IPA dipilih karena berfokus pada upaya mengeksplorasi bagaimana individu memaknai pengalaman hidup mereka dan bagaimana mereka menafsirkan peristiwa penting dalam konteks kehidupan personal, sosial, dan budaya. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menggali lapisan-lapisan makna yang tidak dapat ditangkap melalui metode kuantitatif, sehingga sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin memahami dinamika emosional, konflik peran, serta pembentukan identitas kewirausahaan perempuan.

Penelitian dilaksanakan pada bulan Juli hingga September 2025 di beberapa wilayah dengan konsentrasi UMKM kuliner aktif. Partisipan penelitian terdiri dari 10 perempuan pemilik UMKM kuliner yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: (1) perempuan yang menjalankan UMKM di bidang kuliner, (2) telah mengelola usaha minimal tujuh tahun untuk memastikan pengalaman yang matang dan reflektif, (3) berada pada rentang usia 25–45 tahun, serta (4) bersedia mengungkapkan pengalaman secara terbuka dan mendalam. Pemilihan partisipan mengikuti prinsip IPA yang menekankan ukuran sampel kecil namun kaya informasi, agar memungkinkan analisis idiografis yang mendalam pada tiap kasus sebelum diolah ke tingkat lintas kasus.



Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur mendalam dengan durasi 60–90 menit. Setiap wawancara direkam dengan persetujuan partisipan dan ditranskripsi secara verbatim. Panduan wawancara disusun secara fleksibel untuk mendorong narasi personal dan reflektif, mencakup tema awal mula usaha, motivasi, pengalaman peran ganda, tantangan modal dan pemasaran, dukungan atau tekanan keluarga, serta makna pribadi terhadap keberhasilan dan kegagalan. Proses wawancara dilakukan dalam suasana yang nyaman agar partisipan dapat menceritakan pengalaman mereka tanpa tekanan, sesuai prinsip etika penelitian kualitatif.

Analisis data mengikuti langkah-langkah IPA sebagaimana dikembangkan oleh Smith, Flowers, dan Larkin. Pertama, peneliti membaca transkrip secara berulang untuk memahami konteks narasi dan mencatat kesan, emosi, dan frasa penting yang muncul. Kedua, catatan awal tersebut diubah menjadi tema-tema emergen yang merepresentasikan makna inti dalam pengalaman partisipan. Ketiga, tema emergen dikelompokkan menjadi tema superordinat melalui identifikasi pola, hubungan konsep, dan kesinambungan makna. Prosedur yang sama kemudian diterapkan pada seluruh transkrip secara terpisah untuk menjaga kedalaman analisis pada level individu. Setelah seluruh transkrip dianalisis, peneliti melakukan cross-case analysis untuk menemukan kesamaan, perbedaan, dan pola tematik lintas partisipan. Proses analisis dilakukan secara berulang dengan prinsip double hermeneutics, di mana peneliti menafsirkan bagaimana partisipan memahami pengalaman mereka sendiri.

Untuk menjaga kredibilitas penelitian, peneliti menerapkan strategi triangulasi metode (membandingkan catatan wawancara dan refleksi lapangan), member checking secara terbatas untuk memastikan interpretasi sesuai dengan pengalaman partisipan, serta audit trail melalui dokumentasi proses analisis data secara sistematis. Keabsahan data juga dijaga melalui reflektivitas, di mana peneliti secara sadar menelaah posisi, asumsi, dan bias pribadi dalam proses interpretasi. Semua proses analisis dilakukan secara etis, menjaga kerahasiaan identitas partisipan, dan memastikan bahwa narasi yang disampaikan merupakan representasi autentik dari pengalaman mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menghasilkan empat tema superordinat yang menggambarkan bagaimana perempuan pemilik UMKM kuliner memaknai perjalanan kewirausahaan mereka, yaitu menghadapi keterbatasan modal, negosiasi peran ganda dan konflik identitas, adaptasi digital dan transformasi pemasaran, dan redefinisi kesuksesan dan pembentukan resiliensi.

Menghadapi Keterbatasan Modal

Sebagian besar partisipan menggambarkan tantangan finansial sebagai hambatan yang paling berat dan melelahkan secara emosional. Mereka mengandalkan modal pribadi, dukungan pasangan, atau pinjaman informal karena merasa takut gagal bayar serta tidak memiliki jaminan untuk mengakses pembiayaan formal. Salah satu partisipan menyatakan: “Pinjam ke bank itu menakutkan, jadi saya pakai uang tabungan dan pinjam dari kakak.”

Temuan ini sejalan dengan literatur yang menegaskan bahwa perempuan pengusaha sering menghadapi hambatan kredit berbasis gender, termasuk keterbatasan aset dan tingginya aversi risiko (Aterido et al., 2011; Awalia, Syarief, & Haryati, 2025). Keraguan perempuan dalam mengakses pembiayaan formal mencerminkan dimensi struktural dan psikologis yaitu kekhawatiran terhadap stabilitas keluarga, kecemasan terhadap konsekuensi sosial, serta beban tanggung jawab yang lebih besar dalam menjaga ekonomi rumah tangga (Darma & Krismajayanti, 2020).

Dengan demikian, perjuangan modal bagi perempuan bukan hanya isu ekonomi, tetapi juga terkait pembentukan rasa aman, kepercayaan diri, serta keberlanjutan usaha yang sangat dipengaruhi tekanan sosial dan emosional.

Negosiasi Peran Ganda dan Konflik Identitas

Partisipan secara konsisten melaporkan tekanan emosional akibat tuntutan menjalankan peran ganda sebagai ibu/istri dan wirausahawan. Mereka mengalami kelelahan, rasa bersalah, dan kekhawatiran ketika tuntutan bisnis bersinggungan dengan tugas domestik. Seorang partisipan menyampaikan: “Masak pesanan sampai malam, tapi pagi tetap harus urus anak. Kadang saya merasa bersalah.”

Pengalaman ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa perempuan memikul beban domestik lebih besar, sehingga membatasi ruang kognitif dan waktu untuk mengembangkan usaha (Rouse et al., 2013; Raspati & Kadiyono, 2024; Lusianawati, Nurdiani, & Hayati, 2023). Melalui perspektif IPA, terlihat bahwa negosiasi identitas terjadi secara berkelanjutan, dimana perempuan melihat kewirausahaan sebagai bentuk kontribusi ekonomi sekaligus bagian dari peran keluarga yang nilai-nilainya sangat dipengaruhi norma gender (Roomi & Parrott, 2008; Lee et al., 2024).

Kondisi ini memperlihatkan bahwa identitas kewirausahaan perempuan dibentuk melalui tarik-menarik antara aspirasi pribadi dan ekspektasi sosial-budaya yang menempatkan tanggung jawab domestik sebagai identitas utama perempuan.

Adaptasi Digital dan Transformasi Pemasaran

Seluruh partisipan melaporkan adanya perubahan signifikan dari pemasaran berbasis word-of-mouth menuju penggunaan media digital seperti Instagram, WhatsApp, dan aplikasi layanan pesan-antar. Pergeseran ini sejalan dengan pola transformasi digital di UMKM Asia Tenggara (Priyono et al., 2020; Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Salah satu partisipan mengatakan: “Awalnya hanya tetangga dan keluarga. Setelah pakai Instagram dan WhatsApp, pesanan meningkat banyak.”

Namun, adaptasi digital tidak sederhana. Banyak partisipan belajar secara otodidak melalui percobaan, bantuan teman, atau observasi. Temuan ini memperkuat literatur yang menyebutkan bahwa perempuan wirausaha sering memiliki literasi digital lebih rendah dan menghadapi hambatan emosional seperti takut salah, merasa tidak cukup ahli, atau bingung dengan fitur teknis.

Dengan demikian, transformasi digital bukan sekadar perubahan teknologi, tetapi juga proses pembentukan identitas, kepercayaan diri, dan inovasi dalam kewirausahaan perempuan. Adaptasi ini mengilustrasikan kemampuan perempuan memanfaatkan peluang meskipun menghadapi keterbatasan digital dan sumber daya.

Redefinisi Kesuksesan dan Pembentukan Resiliensi

Partisipan memaknai kesuksesan secara multidimensi, tidak terbatas pada keuntungan finansial. Kesuksesan bagi mereka mencakup keharmonisan keluarga, stabilitas emosional, keberlanjutan usaha, serta kepercayaan pelanggan. Salah satu partisipan menyampaikan: “Kalau usaha lancar dan keluarga tetap harmonis, itu sudah cukup buat saya. Itu sukses.”

Temuan ini konsisten dengan literatur yang menunjukkan bahwa perempuan sering memprioritaskan tujuan relasional dan komunal dalam wirausaha (Jennings & Brush, 2013; Lee et al., 2024). Resiliensi psikologis juga muncul sebagai tema utama. Partisipan menggambarkan optimism, ketekunan, dan upaya memaknai pengalaman sebagai strategi bertahan di tengah keterbatasan dan tekanan; sejalan dengan temuan bahwa perempuan mengandalkan dukungan sosial dan koping adaptif untuk menghadapi krisis (Bullough & Renko, 2013).



Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa perjalanan kewirausahaan perempuan merupakan proses yang sangat dipengaruhi dinamika gender, relasi sosial, dan tekanan struktural. Tema peran ganda dan konflik identitas tidak hanya mencerminkan beban praktis sehari-hari, tetapi juga proses negosiasi diri antara norma sosial dan aspirasi kewirausahaan. Penelitian sebelumnya menunjukkan hal serupa bahwa perempuan harus terus menyeimbangkan tanggung jawab domestik dengan tuntutan bisnis, sehingga membentuk identitas yang kompleks dan berlapis.

Dalam perspektif teori gender, institusi sosial dan budaya dapat berfungsi sebagai pembatas sekaligus pendorong tindakan kewirausahaan perempuan. Studi tentang kewirausahaan perempuan di pedesaan menunjukkan bahwa nilai-nilai feminin seperti jejaring keluarga, solidaritas, dan kepercayaan dapat membantu mereka mengatasi hambatan institusional yang restriktif. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa resiliensi perempuan bersifat relasional, bukan semata kualitas personal.

Selain itu, ketahanan keluarga terbukti menjadi scaffolding penting yang menunjang resiliensi wirausaha perempuan. Penelitian menunjukkan bahwa dukungan keluarga baik dalam bentuk emosional, finansial, maupun sosial, memperkuat ketahanan bisnis keluarga saat menghadapi krisis. Keterlibatan anggota keluarga sebagai sumber motivasi, bantuan praktis, dan penyokong emosional membantu pemilik usaha mengatasi tekanan finansial dan psikologis, serta meningkatkan kemampuan adaptasi dan inovasi (Calabrò et al., 2021; Xu et al., 2020; Kussudyarsana et al., 2024).

Dari perspektif pemberdayaan, perempuan dalam penelitian ini menunjukkan praktik entrepreneurial effectuation yaitu memanfaatkan sumber daya yang ada, mengambil risiko terukur, dan bereksperimen dengan peluang. Strategi ini menegaskan bahwa perempuan bukan aktor pasif; mereka aktif merumuskan cara untuk bertahan dan berkembang dengan kreativitas serta ketahanan.

Temuan penelitian ini memiliki sejumlah implikasi penting baik secara praktis maupun teoretis. Secara praktis, hasil studi menunjukkan bahwa perempuan wirausaha membutuhkan dukungan yang tidak hanya berfokus pada aspek teknis bisnis, tetapi juga pada aspek psikologis dan sosial yang memengaruhi keberlanjutan usaha mereka. Oleh karena itu, program pendampingan UMKM perempuan perlu memasukkan elemen penguatan resiliensi, seperti konseling emosional, coaching identitas, dan manajemen stres, sehingga perempuan dapat mengembangkan ketahanan psikologis yang mendukung pengelolaan usaha. Selain itu, lembaga keuangan perlu merancang skema pembiayaan yang lebih fleksibel dan sensitif terhadap konteks kehidupan perempuan, mengingat mereka sering menghadapi keterbatasan modal, kekhawatiran terhadap risiko, serta keterbatasan aset yang dapat dijadikan jaminan. Dukungan keluarga yang terbukti menjadi fondasi penting bagi ketahanan usaha perempuan juga perlu diperkuat melalui pelibatan anggota keluarga dalam pelatihan dan program pendampingan UMKM sehingga mereka dapat berfungsi sebagai scaffolding sosial dan emosional bagi wirausahawan perempuan.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur kewirausahaan gender dengan menunjukkan bahwa kewirausahaan perempuan merupakan proses multidimensional yang dipengaruhi oleh interaksi antara identitas gender, dukungan sosial, struktur institusional, serta ketahanan psikologis. Dengan menggunakan pendekatan fenomenologis (IPA), penelitian ini mengungkap bahwa resiliensi perempuan bukan hanya hasil kemampuan individual, melainkan dibentuk melalui relasi sosial dan konteks budaya yang mengelilingi mereka. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa kewirausahaan perempuan harus dipandang

sebagai proses relasional dan emosional yang tertanam dalam struktur sosial, bukan sekadar aktivitas ekonomi atau keterampilan bisnis.

KESIMPULAN

Penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan Interpretative Phenomenological Analysis (IPA) untuk menggali dan mendeskripsikan pengalaman subjektif perempuan pemilik UMKM kuliner di Indonesia, yang merupakan upaya untuk mengisi kesenjangan dalam studi kuantitatif yang masih kurang mengeksplorasi dimensi emosional dan interpretatif kewirausahaan perempuan. Tujuan penelitian untuk memahami struktur makna dan dinamika psikologis yang membentuk perjalanan kewirausahaan perempuan telah tercapai. Hasil analisis lintas kasus menghasilkan empat tema superordinat: (1) Menghadapi Keterbatasan Modal, yang melampaui isu ekonomi menjadi isu psikologis dan terkait dengan rasa aman dan stabilitas keluarga; (2) Negosiasi Peran Ganda dan Konflik Identitas, yang mencerminkan tarik-menarik emosional antara aspirasi bisnis dan ekspektasi sosial-budaya terkait peran domestik; (3) Adaptasi Digital dan Transformasi Pemasaran, yang diinterpretasikan sebagai proses emosional dan kognitif dalam membangun identitas dan kepercayaan diri, bukan sekadar perubahan teknologi; dan (4) Redefinisi Kesuksesan dan Pembentukan Resiliensi, di mana kesuksesan dimaknai secara multidimensional (mencakup keharmonisan keluarga dan kesejahteraan emosional), dan resiliensi terbukti bersifat relasional, ditunjang oleh ketahanan keluarga sebagai scaffolding penting.

Secara teoretis, studi ini memberikan kontribusi pada literatur kewirausahaan gender dengan menghadirkan perspektif fenomenologis (IPA) yang masih jarang digunakan dalam konteks UMKM Indonesia. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa kewirausahaan perempuan harus dipandang sebagai proses multidimensional, relasional, dan emosional yang tertanam dalam struktur sosial, bukan sekadar aktivitas ekonomi. Resiliensi perempuan, khususnya, terbukti bukan hanya kualitas personal, melainkan dibentuk melalui relasi sosial dan konteks budaya yang mengelilingi mereka.

Secara praktis, temuan ini menyoroti kebutuhan mendesak akan program pemberdayaan UMKM yang responsif gender. Dukungan yang dibutuhkan harus mencakup aspek psikososial (seperti konseling emosional dan manajemen stres) dan teknis (seperti literasi digital lanjutan), alih-alih hanya berfokus pada pelatihan teknis bisnis. Selain itu, lembaga keuangan perlu merancang skema pembiayaan yang lebih fleksibel dan sensitif terhadap konteks kehidupan perempuan, dan program pendampingan harus melibatkan anggota keluarga untuk memperkuat peran mereka sebagai scaffolding sosial dan emosional bagi wirausahawan perempuan.



DAFTAR PUSTAKA

- Acevedo-Duque, Á., Gonzalez-Diaz, R., Vargas, E. C., Paz-Marcano, A., Muller-Pérez, S., Salazar-Sepúlveda, G., Caruso, G., & D'Adamo, I. (2021). Resilience, Leadership, and Female Entrepreneurship within the Context of SMEs: Evidence from Latin America. *Sustainability*, 13(15), 8129. <https://doi.org/10.3390/su13158129>
- Aravik, H., Hamzani, A., & Khasanah, N. (2025). Women entrepreneurship in Indonesia: Opportunities and challenges. *Islamic Banking: Jurnal Pemikiran dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 10(2). <https://doi.org/10.36908/isbank.v10i2.1422>
- Aterido, R., Hallward-Driemeier, M., & Pagés, C. (2011). Big Constraints to Small Firms' Growth? Business Environment and Employment Growth across Firms. *Economic Development and Cultural Change*, 59(3), 609–647. <https://doi.org/10.1086/658349>
- 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*, 11(1), 226–238. <https://doi.org/10.17358/ijbe.11.1.226>
- Bullough, A., & Renko, M. (2013). Entrepreneurial resilience during challenging times. *Business Horizons*, 56(3), 343–350. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2013.01.001>
- Calabrò, A., Frank, H., Minichilli, A., & Suess-Reyes, J. (2021). Business families in times of crises: The backbone of family firm resilience and continuity. *Journal of Family Business Strategy*, 12(2), 100442. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2021.100442>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing (7th ed.)*. Pearson.
- Darma, G. S., & Krismajayanti, N. P. A. (2020). Challenges and strategies to encourage women to be entrepreneurs in the Industrial Revolution era. *REVENUE*, 1(1), 9–16. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/revenue/article/view/2663>
- Jennings, J. E., & Brush, C. G. (2013). Research on Women Entrepreneurs: Challenges to (and from) the Broader Entrepreneurship Literature? *Academy of Management Annals*, 7, 663–715. <https://doi.org/10.5465/19416520.2013.782190>
- Kussudyarsana, K., Maimun, M., Maulana, H., Nugroho, M., & Santoso, B. (2024). Family Business Resilience In Crisis: Case Study Analysis In A Collectivist Society. *Business: Theory and Practice*, 25(1), 308–320. <https://doi.org/10.3846/btp.2024.19633>
- Lee Y, Liguori EW, Sureka R, Kumar S (2024), "Women's entrepreneurship education: a systematic review and future agenda". *Journal of Management History*, Vol. 30 No. 4 pp. 576–594, doi: <https://doi.org/10.1108/JMH-11-2023-0117>.
- Lusianawati, H., Nurdiani, T. W., & Hayati, F. A. (2023). Development of women's entrepreneurship and the role of women in SMEs. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 1(2), 66–71. <https://doi.org/10.58812/wsjee.v1i02.267>
- Priyono, A., Moin, A., & Putri, V. N. A. O. (2020). Identifying Digital Transformation Paths in the Business Model of SMEs during the COVID-19 Pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 104. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040104>
- Raspati, F. A., & Kadiyono, A. L. (2024). Micro, small, and medium enterprises (MSMEs): Women's empowerment for women entrepreneurs. *Sawwa: Jurnal Studi Gender*, 18(1). <https://doi.org/10.21580/sa.v18i1.14430>
- Roomi, M. A., & Parrott, G. (2008). Barriers to Development and Progression of Women Entrepreneurs in Pakistan. *The Journal of Entrepreneurship*, 17(1), 59-72. <https://doi.org/10.1177/097135570701700105> (Original work published 2008)
- Rouse, J., Treanor, L., Fleck, E., Al-Dajani, H., & Marlow, S. (2013). Empowerment and entrepreneurship: a theoretical framework. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 19(5), 503–524. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-10-2011-0138>

- Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M. (2009). *Interpretative phenomenological analysis: Theory, method and research*. SAGE Publications.
- Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M. (2021). *Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method and Research*. (Second ed.). SAGE Publications.
- Tambunan, T. T. H. (2017). Women Entrepreneurs in MSEs in Indonesia: Their Motivations and Main Constraints. *International Journal of Gender and Women's Studies*, 5(1). <https://doi.org/10.15640/ijgws.v5n1a9>
- Xu, F., Kellermanns, F. W., Jin, L., & Xi, J. (2020). Family support as social exchange in entrepreneurship: Its moderating impact on entrepreneurial stressors-well-being relationships. *Journal of Business Research*, 120, 59–73. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.07.033>