

Coaching Womanpreneur Langkah Penawar Menghadapi Rivalitas di Era Digitalisasi

Diya Rofika Rahmawati

Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Sebelas Maret

Email: diyarofika1@student.uns.ac.id

Info Artikel

Abstrak

DOI:

10.20961/bise.v9i2.82884

Kata kunci: Pelatihan Womanpreneur, Era Digitalisasi, Womanpreneur.

Potensi kekayaan sumber daya alam Indonesia harus diimbangi dengan potensi sumber daya manusia sebagai pengolahnya. Era digitalisasi membawa peluang sekaligus tantangan bagi masyarakat untuk memasuki dunia bisnis, terutama dalam isu kesetaraan gender guna memberdayakan perempuan agar dapat berkontribusi pada pembangunan ekonomi Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan secara konseptual prosedur desain pelaksanaan pelatihan womenpreneur yang dapat dikemas dalam bentuk pendidikan kewirausahaan, seminar, dan lokakarya yang ditujukan bagi pelaku bisnis perempuan. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur dengan menggunakan berbagai sumber seperti jurnal, artikel ilmiah, dan dokumen lain yang relevan dengan penelitian. Penelitian ini menganalisis secara konseptual berdasarkan literatur yang terkait. Hasil penelitian menemukan bahwa program pelatihan womenpreneur berbasis digital yang diselenggarakan dengan kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan keduanya, memperoleh hasil yang positif. Pelaksanaan program ini dikemas melalui serangkaian tahapan mulai dari persiapan, pelaksanaan, serta pemantauan dan evaluasi yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan bisnis yang ingin dicapai oleh para womenpreneur, sehingga menghasilkan hasil positif, yaitu peningkatan pengetahuan, wawasan, dan pengalaman dalam penggunaan media sosial di dunia bisnis sehingga bisnis yang dijalankan mampu berkembang dan bertahan di tengah tantangan persaingan global di era digital.

PENDAHULUAN

Negara dengan kepemilikan potensi sumber daya manusia maupun alam bertaraf kualitas unggul menjadi komponen idaman yang didambakan. Suatu negara tergolong maju adalah yang memiliki kondisi perekonomian yang sangat bagus serta sumber daya yang berkualitas (Putri, 2019). Kekayaan alam yang unik dengan karakteristik beragam didukung kompetensi manusia yang berkualitas mampu mendukung pertumbuhan dan perkembangan berkelanjutan (Zaidi et al., 2019). Pengoptimalan secara tepat kepemilikan sumber daya menyokong penciptaan kondisi kemakmuran dan masyarakat

sejahtera (Habitat, 2013). Fenomena ideal yang diimpikan tersebut menjadi kondisi yang dipelajari berbagai pihak. Keragaman sumber daya yang dikelola secara maksimal kemudian dihadapkan pada kemunculan revolusi industri 4.0 menjadi bonus profit faktual.

Kehadiran revolusi industri 4.0 yang muncul di awal tahun 2000-an (Wallace et al., 2017) memberikan dampak kompleks ditandai dengan masifnya perpaduan teknologi seperti *internet of things* (Witkowski, 2017), *artificial intelligence* (Popkova et al., 2019), *3D printing* (Chung & Kim, 2016), *advanced robotics*, *virtual* dan *augmented reality* (Tjahjono et al., 2017) berimbas pada segala aspek kehidupan manusia (Rymarczyk, 2020). Kamarul Bahrin et al. (2016) menyatakan bahwa, masifnya perkembangan teknologi digital pada revolusi industri 4.0 memberikan peranan besar dalam dunia industri. Aktivitas operasional dunia industri mengalami perombakan, beralih digantikan oleh robot yang mulanya digerakkan oleh tenaga manusia (Decker et al., 2017). Pergeseran keadaan ini turut memberikan dampak efisiensi peningkatan hasil produksi (Ghobakhloo 2020). Fenomena tersebut menjadi momok yang mengkhawatirkan. Kemunculan revolusi industri 4.0 berbasis digital mengusung peluang sekaligus tantangan layaknya paket komplrit yang harus disikapi dengan apik agar tidak tertinggal (Lee et al., 2018).

Kompetensi abad 21 digaungkan dirasa mampu menjawab problema yang menjadi dilema. Keterampilan 4C menjadi kompetensi yang dibutuhkan pada masa disrupsi ini (Nurdiyah & Yonata, 2022). Keterampilan 4C merupakan kompetensi yang meliputi *communication* (komunikasi), *collaboration* (Kerjasama), *creativity* (kreatifitas), dan *critical thinking* (berpikir kritis) (Tohani & Aulia, 2022). Kompetensi 4C diyakini sebagai keterampilan yang perlu dipersiapkan sebagai upaya menghadapi tantangan perubahan (Elfi & Syarif, 2021). Kepemilikan keterampilan 4C dalam diri menjadi modal untuk kemudian mampu berkompetisi dalam pasar tenaga kerja secara global, sehingga melalui fenomena kompleks ini memberikan kondisi berbanding lurus positif jika disikapi dengan baik.

Realitas yang terjadi di lapangan, berdasarkan data yang dihimpun dari BPS - Statistics Indonesia, (2023) pada tahun 2020 angka penduduk usia angkatan kerja berjenis kelamin perempuan mencapai 80.761.397 jiwa, jumlah tersebut terisi angka pengangguran sebesar 17.455.173 jiwa. Jumlah fantastis tersebut merepresentasikan permasalahan yang menjadi momok mengkhawatirkan dan harus segera mendapatkan perhatian serius. Fenomena ini perlunya interes berbagai pihak, dikarenakan tingkat pengangguran pada angkatan kerja akan berdampak pada menurunnya tingkat kesehatan dan kesejahteraan (O'Reilly et al., 2015). Pengangguran dan kemiskinan layaknya menjadi tradisi persoalan di negara berkembang (Cobbinah et al., 2015).

Kombinasi kedua persoalan ini sudah menjadi fenomena yang akrab di telinga masyarakat Indonesia (Anggraeni et al., 2023). Sumber daya alam, umumnya menjadi keberkahan bagi negara berkembang dikarenakan sangat menggantungkan pada hasilnya (Zallé, 2019). Padahal potensi sumber daya alam Indonesia sangatlah melimpah, sehingga dengan adanya kapasitas ini menjadi peluang transisi bagi Indonesia untuk lepas landas dari keterbelakangan jika disikapi dengan sinergitas keterampilan dan dukungan (Badeeb et al., 2017). Oleh karena itu diperlukan perhatian serius untuk menyikapi persoalan agar tak kian terus berkelanjutan. Problematika angkatan kerja yang hangat terjadi, dukungan dari peran serta pemerintah selaku pemangku kebijakan melalui dunia pendidikan kewirausahaan diyakini menjadi obat penawar dalam mengatasi penyakit yang mengkhawatirkan ini.

Undang-Undang nomor 25 tahun 2004 perihal sistem perencanaan pembangunan nasional, Pemerintah berupaya untuk merencanakan pembangunan dengan melibatkan dan mendorong partisipasi masyarakat untuk turut serta aktif guna bersama-sama kolaborasi sinergi memajukan kesejahteraan umum. Undang-Undang tersebut juga menjelaskan terdapat beberapa pendekatan yang dapat diimplementasikan untuk melakukan perencanaan dan pembangunan nasional, antara lain: pendekatan teknokratik, pendekatan politis, dan pendekatan partisipatif. Upaya pembangunan ini, turut berimbas pada pembangunan ekonomi pada suatu negara. Pembangunan ekonomi menjadi

ujung tombak dari ketercapaian upaya perwujudan kesejahteraan dan kemakmuran warga negara (Subroto, 2015).

Pembangunan ekonomi menjadi salah satu komponen dari perencanaan pembangunan. Pembangunan yang difokuskan sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat banyak menggunakan pendekatan partisipatif (Jost et al., 2016). Pendekatan partisipatif atau partisipatoris dipilih guna melibatkan peran aktif masyarakat lokal sebagai bentuk kontribusi terhadap kemajuan negara. Pemilihan pendekatan juga didasarkan atas pertimbangan kebutuhan dan keinginan masyarakat serta rasa tanggung jawab Pemerintah sebagai penyedia fasilitas terhadap perwujudan dari keinginan masyarakat yang telah dihimpun secara kolektif. Pendekatan ini menempatkan masyarakat sebagai subjek tidak hanya sebagai objek, sehingga harapan upaya yang dilakukan sejalan dengan yang diinginkan (Muluk et al., 2020). Selain itu, dengan melibatkan masyarakat mulai dari proses perencanaan hingga proses pelaksanaan sehingga pembangunan yang dilaksanakan mampu memberikan manfaat kebutuhan bagi masyarakat, oleh karena itu kontribusi masyarakat dalam pembangunan secara langsung memiliki peran urgensi sebagai indikator hasil pembangunan sumber daya manusia itu sendiri (Irwan et al., 2021). Pendekatan partisipatif pada pembangunan nasional dapat diberikan dalam bentuk *coaching entrepreneurship*.

Coaching entrepreneurship merupakan suatu bentuk pendidikan sekaligus pelatihan yang berfokus pada kegiatan upaya memberikan bantuan kepada calon wirausahawan dalam memperoleh keterampilan, keahlian, pengetahuan, dan pengalaman pembelajaran serta mengembangkan keahlian dalam bidang wirausaha (Sinarti & Churiyah, 2023). Pengalaman pembelajaran ini mampu membekali calon wirausaha menemukan solusi dalam pengambilan keputusan di masa depan ketika dihadapkan pada suatu persoalan bidang kewirausahaan (Mansoori et al., 2019). *Coaching entrepreneurship* menjadi metode yang dipilih Pemerintah guna mewujudkan ketercapaian tujuan pembangunan nasional dengan melibatkan kontribusi masyarakat (Solehudin et al., 2023).

Berdasarkan pada data, jumlah penduduk angkatan kerja perempuan Indonesia tidak sedikit. Tak dapat dipungkiri jika penduduk angkatan kerja dengan gender perempuan memiliki kontribusi yang dapat mempengaruhi pembangunan ekonomi (Sajuyigbe & Fadeyibi, 2017). Program *coaching entrepreneurship* yang didasarkan pada penduduk perempuan bertujuan agar membentuk masyarakat kaum perempuan yang memiliki keterampilan dan pengetahuan dalam bidang wirausaha menjadi lebih berdaya dan mandiri yang memberikan kontribusi di era digitalisasi saat ini (Kamberidou, 2020). Oleh karena itu, *womanpreneur* digaungkan untuk menjawab problema. Terlebih isu kesetaraan gender yang marak dikampanyekan selama ini masih jarang ditemui pengusaha perempuan, sehingga menarik untuk dikaji lebih lanjut bahwa pada dasarnya perempuan juga memiliki daya keterampilan yang kemudian dapat menjadi penyumbang devisa negara (Hajar, 2021).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hendratni & Ermalina (2018) menyatakan bahwa semua *womenpreneurs* yang sukses memulai karirnya dari bawah atau upayanya sendiri berbekal jiwa kreatif, gigih, sabar, dan setia dalam meniti proses dapat mencapai puncak kesuksesan. Jumlah *womanpreneur* di Indonesia masih terbatas sebesar 0,1% dari total penduduk Indonesia, sedangkan populasi perempuan mencapai 49%. Oleh karena itu peluang untuk berkiprah dalam dunia wirausaha perempuan masih besar, serta para *womenpreneurs* yang telah berada titik kesuksesan terbukti mampu bertahan melewati krisis yang pernah melanda pada tahun 1998 sampai 2009. Selain itu, penelitian yang dilakukan Putri, (2022) perihal upaya mengembangkan pola pikir menjadi seorang wirausaha perempuan dapat dimanfaatkan peluang melalui hobi dan minatnya. Penelitian Putri pada UMKM industri rumah “aneka cemilan Asyifah” sejak tahun 2015 itu dibentuk oleh seorang pengusaha kemudian dikembangkan dan memberdayakan beberapa karyawan dari kalangan ibu rumah tangga. Pergeseran kondisi ini menjadi peluang sekaligus tantangan termasuk pelaku usaha (Sholihin et al., 2018). Sedangkan kemampuan wirausaha perempuan dalam memanfaatkan teknologi yang diintegrasikan dengan bisnisnya masih berada dalam pemahaman level rendah (Jou et al., 2023).

Shiratina et al., (2020) dalam penelitiannya juga mengemukakan bahwa UMKM yang berbasis *womanpreneur* berkontribusi dalam pengelolaan sumber daya manusia melalui pemberdayaan masyarakat perempuan guna turut berperan serta dalam perekonomian negara. UMKM *womanpreneur* di era saat ini juga dihadapkan pada model pemasaran berbasis digital melalui sosial media. Strategi yang diterapkan oleh UMKM agar tetap bertahan di tengah keberlangsungan perubahan era ini dengan mengidentifikasi, melihat, dan belajar atau sharing dengan mentor guna mencari solusi terkait inovasi dan pemasaran. Hal ini selaras dengan penelitian Maharani et al., (2021) usaha yang dijalankan oleh *womanpreneur* dalam perjalanannya jua menjumpai permasalahan tersebut, terlebih kondisi pandemik covid-19 yang sempat melanda beberapa waktu lalu. Kondisi tersebut mengharuskan untuk segala aktivitas dilakukan dari rumah serta kegiatan transaksi kewirausahaan bergeser pada platform e-commerce maupun sosial media. Sedangkan Rahmi et al., (2020) dalam penelitiannya, pelatihan kewirausahaan yang diberikan kepada pelaku usaha perempuan yang dikolaborasikan dengan BUMDes di Kecamatan Sidayu, Gresik diperoleh hasil masih terdapat peserta yang masih gagal dalam mengimplementasikan ilmu yang diberikan ketika pelatihan.

Akhir-akhir ini program pembangunan UMKM marak digencarkan. Pemberdayaan perempuan turut diikutsertakan. Isu *womanpreneur* menjadi trend guna kontribusi terhadap pembangunan ekonomi melalui pemberdayaan perempuan yang kerap dipandang masih aneh dikarenakan jarang ditemui sekaligus menjawab tantangan abad 21 dengan kemandirian. Namun seiring dengan transformasi zaman, UMKM dengan melibatkan pemberdayaan perempuan harus turut menyesuaikan dan mengimbangi dengan berbagai upaya menghadapi tantangan. Pelatihan yang telah diselenggarakan kepada *womanpreneur* diperoleh hasil yang beragam, beberapa menghasilkan peserta yang mampu untuk menentukan keputusan dalam menghadapi permasalahan dan tak dipungkiri masih ditemui pula peserta yang masih belum berhasil. Oleh karena itu, menarik untuk dikaji strategi coaching *womanpreneur* yang tepat dalam menghadapi rivalitas di era digitalisasi.

METODE

Metode penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, peneliti memperoleh temuan melalui beberapa cara yaitu dengan melakukan pengumpulan data kepustakaan, membaca dan mencatat, serta pengolahan dokumen pustaka secara kualitatif. (Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa penelitian kualitatif deskriptif digunakan untuk penelitian dengan kondisi yang bersifat alamiah. Kegiatan pengumpulan sumber data dan informasi dilakukan melalui pengumpulan buku, jurnal, maupun artikel ilmiah yang mengorganisasikan pelbagai pustaka ke dalam topik serta dokumen yang dibutuhkan. Jenis data yang dipakai ialah data sekunder yang bersumber dari publikasi ilmiah, jurnal dan sumber dokumen lain yang terkait dengan konsep topik yang akan diteliti. Teknik analisis data yang dipakai yaitu pengumpulan data, reduksi data, dan penyajian data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Womanpreneur

Womanpreneur diartikan sebagai istilah yang merujuk pada seorang wanita atau perempuan yang memiliki ketertarikan dalam dunia bisnis, inovasi, dan memasukkan aktivitas bisnis ke dalam kehidupannya. Seorang *womanpreneur* memiliki etos dan semangat kerja dengan menekankan pada sikap tekun dalam bisnisnya dan berani untuk melakukan inovasi pada bisnis yang sedang digelutinya (Maharani et al., 2021). Konsep *womanpreneur* mampu meningkatkan daya kreatifitas, mandiri, dan inovasi yang turut berimbas pada peningkatan keahlian di era persaingan digital (Setyaningrum & Muafi, 2022).

Jumlah wirausaha di Indonesia menurut Kementerian Koperasi dan UMKM masih tertinggal jika dibandingkan dengan persentase negara lain. Di Kawasan Asia Tenggara, persentase jumlah

wirausaha Indonesia hanya mencapai 3,47%. Sedangkan di Singapura telah menyatakan jumlah wirausaha yang mereka miliki mencapai 8,5% sementara Malaysia telah mencatat sebesar 4,5%. Hal ini menunjukkan baru sebesar 64 juta pelaku UMKM di Indonesia. Suatu negara tergolong ke dalam negara maju jika prosentase tingkat kewirausahaannya mencapai minimal pada level 4%. Sebesar 3,47% capaian tingkat prosentase di Indonesia tersebut yang mana sebanyak 37 juta dikelola oleh pelaku wirausaha perempuan.

Era digitalisasi yang berimbas di setiap sektor kehidupan manusia termasuk dunia usaha perempuan, seolah-olah menuntut pelaku usaha untuk mengintegrasikan digital ke dalam aktivitas bisnisnya (Morrar et al., 2017). Berikut merupakan data *womenpreneur* pengguna gadget di daerah Kota Jabodetabek pada tahun 2023.

Tabel 1. Data *womenpreneur* selaku pengguna gadget di Kota Jabodetabek

Generasi	Umur	Jumlah	Persentase
Generasi Z	10-25 tahun	2	1,54%
Generasi Y	26-41 tahun	65	50,00%
Generasi X	42-57 tahun	60	46,15%
Generasi boomer	58-76 tahun	3	2,31%
Total		130	100%

Sumber: (Jou et al., 2023)

Womanpreneur generasi Y dengan rentang usia 26-41 tahun memiliki persentase terbesar yaitu mencapai 50% atau sebanyak 65 orang sebagai pelaku usaha perempuan yang telah menggunakan gadget. Kondisi ini membawa peluang sekaligus tantangan bagi para pelaku wirausaha perempuan terutama dihadapkan pada pergeseran era yang berlangsung.

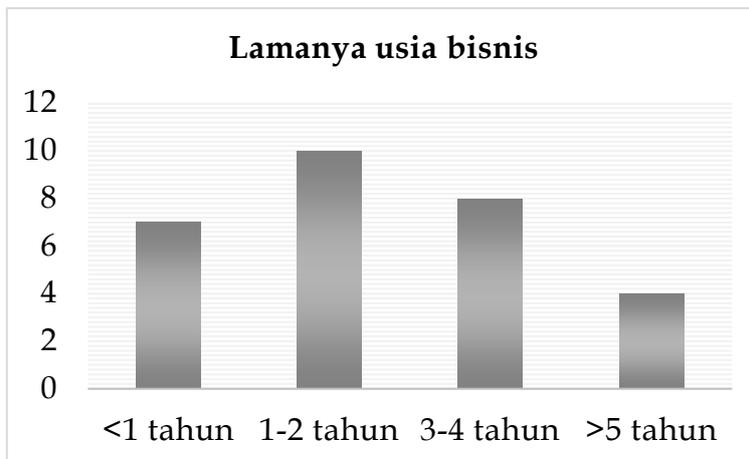
Peluang womanpreneur di era digitalisasi

Womanpreneur yang dipilih sebagai suatu keputusan merupakan hal yang masih menjadi peluang saat ini. Transformasi digitalisasi yang tengah terjadi membawa peluang bagi pelaku bisnis perempuan atau *womanpreneur* untuk dapat memanfaatkannya dalam membentuk citra positif bisnis yang ditekuninya. Masifnya perkembangan teknologi sejalan dengan meningkatnya pengguna konsumen teknologi dapat dimanfaatkan oleh *womanpreneur* untuk mempromosikan usaha dengan membentuk paradigma sebagai brand terbaik dan pengeluaran biaya yang lebih efisien (Nuñez, 2019). Aktivitas promosi yang dilakukan melalui media sosial dengan visualisasi konten sangat mudah untuk disebarluaskan sehingga informasi dapat dengan cepat diterima oleh konsumen. Selain itu peluang tersebut mampu membantu pelanggan dalam mengenali dan menaruh minat pada informasi yang diterimanya (Sunarta & Alamsyah, 2023).

Tantangan womanpreneur di era digitalisasi

Setiap fenomena yang terjadi akan dihadapkan peluang sekaligus tantangan layaknya dua sejoli yang tak terpisahkan. Selain memiliki peluang, *womanpreneur* juga dihadapkan pada tantangan yang diakibatkan adanya transformasi. Transformasi digital yang terbentuk, membawa intikad bagi perempuan wirausaha untuk harus memahami dan mengadopsi manfaat teknologi ke dalam dunia bisnisnya. Namun Jou et al., (2023) penelitiannya menunjukkan bahwa kesulitan yang dihadapi oleh wirausaha perempuan ialah ketidakmampuan dalam memahami manfaat dari aplikasi bisnisnya. Meski pada kenyataannya mereka memiliki harapan terhadap aplikasi literasi keuangan sebagai platform digital bisnis, namun mereka menjumpai banyak kesulitan saat mencoba belajar untuk menggunakannya, sehingga hal ini menjadi faktor pembentuk kegagalan. Terlebih mereka merupakan pengguna dengan kelompok sosio-ekonomi menengah ke bawah. Keputusan dalam penerapan

strategi yang tepat dibutuhkan guna mempertahankan usaha bisnis yang dijalankan meski terjadi transformasi kondisi yang menantang. Lebih lanjut Nurfitriya et al., (2021) dalam penelitiannya menggambarkan kondisi lama usaha bisnis yang digeluti oleh *womanpreneur* di Kota Tasikmalaya diperoleh grafik sebagai berikut:



Gambar 1. Grafik lamanya usaha yang telah dijalankan *womanpreneur* di Kota Tasikmalaya

Data grafik tersebut merepresentasikan lamanya *womanpreneur* Kota Tasikmalaya dalam menjalankan bisnisnya dalam rentang hitungan tahun. Dapat diperoleh informasi bahwa terdapat 7 *womanpreneur* yang telah menjalankan usaha bisnis selama kurang dari 1 tahun. Sedangkan sebesar 10 *womanpreneur* yang telah menjalankan usaha bisnis dalam kurun waktu 1-2 tahun, dan ini menjadi jumlah terbanyak pada data yang diperoleh. Kemudian usaha bisnis tengah berlangsung selama 3-4 tahun sebanyak 8 yang digeluti oleh *womanpreneur*, dan hanya sebanyak 4 *womanpreneur* mampu tetap bertahan dalam menjalankan bisnisnya pada kurun waktu lebih dari 5 tahun (Nurfitriya et al., 2021). Kondisi ini menjadi tantangan tak terelakkan dikarenakan harus menghadapi perubahan keadaan dengan harus mengintegrasikannya ke dalam dunia bisnis. Lebih lanjut Jou et al., (2023) pada penelitiannya menyatakan bahwa sebagian besar *womanpreneur* pengguna gadget sebanyak 56,92% atau 74 orang tergolong memiliki kemampuan dalam mengoperasikan aplikasi kategori rendah, tidak mampu menggunakan beragam aplikasi yang ditawarkan.

Tabel 2. Data kemampuan *womanpreneur* Jabodetabek dalam menggunakan beragam aplikasi.

Tingkat Kecerdasan Teknologi	Jumlah	Persentase
Kemampuan rendah	74	56,92%
Kemampuan menengah	37	28,46%
Kemampuan mahir	19	14,62%
Total	130	100,00%

Sumber: (Nurfitriya et al., 2021)

Berdasarkan pada data tersebut dapat disimpulkan bahwa perubahan kondisi yang bersifat fluktuatif ini membutuhkan strategi dan kemampuan yang sesuai dengan perkembangan zaman, sehingga siap dalam menghadapi tantangan perubahan guna tetap eksis dalam menjalankan dunia bisnisnya.

Angka *womanpreneur* di Indonesia tidaklah sedikit, namun fenomena paradoks terjadi. Angka pengangguran perempuan lebih meroket jika dibandingkan dengan jumlah *womanpreneur* di Indonesia. Tingginya tingkat persentase perempuan yang berkiprah dalam dunia usaha hanya

memberikan kontribusi sebesar 9,1% terhadap PDB dan 5% pada ekspor (Satrio & Muhardono, 2022). Problematika ini sejalan dengan daya kemampuan untuk tetap bertahan dan daya inovasi yang dapat dituangkan dalam bisnisnya agar dapat berkembang. *Womanpreneur* guna dapat tetap bertahan di masa fluktuatif ini diperlukan strategi yang tepat.

Strategi yang dapat dilakukan dengan upaya memanfaatkan potensi sumber daya yang tersedia serta diperlukan pembinaan melalui pelatihan sesuai dengan kebutuhan. *Womanpreneur* menyadari akan tantangan perubahan yang terjadi, mereka memiliki minat yang kuat terhadap literasi keuangan melalui teknologi digital untuk dapat menyesuaikan dengan perubahan (Jou et al., 2023). Minat yang ada haruslah diimbangi dengan penyediaan fasilitas pengembangan. *Coaching womanpreneur* dicetuskan sebagai langkah penawar menyikapi problema rivalitas global di era digitalisasi ini.

Coaching womanpreneur merupakan upaya yang dilakukan dengan cara pendampingan, pengarahan, dan memberi pengalaman peserta wirausaha perempuan untuk dapat belajar bersama dalam mengembangkan dan mendayakan usaha bisnisnya. Tujuan diselenggarakan *coaching womanpreneur* ialah membantu pelaku wirausaha perempuan dalam mencapai tujuan bisnis yang dikehendaki. Kegiatan pendampingan sebagai upaya pengembangan ini dapat berupa perbaikan perihal branding, perluasan pasar, manajemen bisnis, hingga optimalisasi digital (Solehudin et al., 2023).

Coaching womanpreneur dapat dikemas dalam bentuk pelatihan, pendidikan, workshop dan seminar perihal tata kelola bisnis dan jaringan bisnis yang bermanfaat bagi lingkungan sekitar. Penyelenggaraan kegiatan ini diperlukan dukungan dan sinergitas dari pelbagai pihak, terutama Pemerintah selaku pemangku kebijakan (Nurfitriya et al., 2021). Jika program ini dilakukan dengan baik, maka akan memunculkan peluang yang berlimpah pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Langkah pengadaan *coaching womanpreneur* sudah dilakukan pada penelitian terdahulu yang relevan, antara lain: (Rumawas, 2019) (Yani et al., 2022) (Solehudin et al., 2023) dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

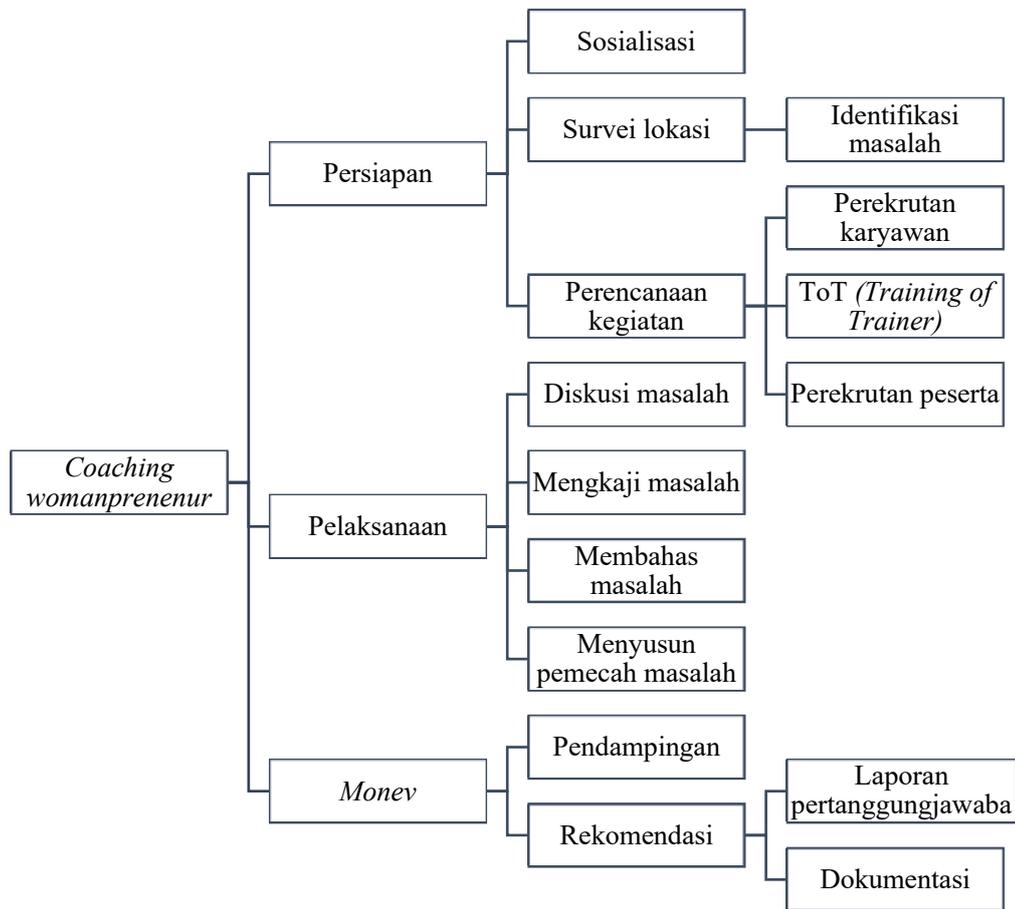
Tabel 3. Penelitian terdahulu yang relevan

No	Author	Langkah-Langkah	Hasil	Persamaan	perbedaan
1	Rumawas, 2019	1. Tahap persiapan 2. Tahap pelaksanaan 3. Tahap evaluasi	Terjadi peningkatan pengetahuan serta pemahaman mengenai kewirausahaan dan motivasi menjadi <i>womanpreneur</i>	Membahas mengenai langkah pengadaan <i>coaching womanpreneur</i>	Terdapat perbedaan pada topik bahasan, yaitu mengaitkan dengan motivasi

2	Habib Solehudin et al., 2023	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perekrutan karyawan 2. ToT (<i>Training of Trainer</i>) 3. Perekrutan peserta 4. Pelaksanaan pelatihan 5. <i>Monitoring & evaluasi</i> 6. Laporan pertanggung jawaban 	Kemampuan diri para <i>womanpreneur</i> mengalami peningkatan	Membahas mengenai langkah pengadaan <i>coaching womanpreneur</i>	Terdapat perbedaan lokus penelitian, yaitu di Kabupaten Trenggalek
3	Fitri Ramdhani Harahap & Nurvita Wijayanti, 2022	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tahapan penyampaian masalah 2. Tahapan mengkaji masalah 3. Tahapan membahas masalah 4. Tahapan Menyusun kegiatan 5. Tahapan evaluasi 	Kegiatan pelatihan guna mengembangkan keahlian dan inovasi di era digital	Membahas mengenai langkah pengadaan <i>coaching womanpreneur</i> di era digitalisasi	Terdapat perbedaan objek dan lokus penelitian
4	Yani et al., 2022	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tahap identifikasi masalah 2. Tahap pemberian materi secara daring 3. Tahap pendampingan daring 4. Tahap <i>money</i> daring 	Pengadaan pelatihan diharapkan memberikan pengetahuan bagi <i>womanpreneur</i> UMKM	Membahas mengenai langkah pengadaan <i>coaching womanpreneur</i>	Terdapat perbedaan pada objek dan lokus penelitian

5	Gustinaa et al., 2019	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tahap awal melakukan survei 2. Tahap perencanaan kegiatan 	<p>Para <i>womanpreneur</i> memperoleh pengetahuan dan keahlian dalam mengelola serta mempertahankan usaha bisnisnya</p>	<p>Membahas mengenai langkah pengadaan <i>coaching womanpreneur</i> era digital</p>	<p>Terdapat perbedaan objek dan lokus penelitian</p>
6	Moita et al., 2021	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sosialisasi program 2. Survei lokasi 3. Pelaksanaan pelatihan melalui pemberian materi 4. Rekomendasi dari hasil penelitian 5. dokumentasi kegiatan 	<p><i>Womanpreneur</i> memiliki pengetahuan, kemampuan teknis, dan keterampilan dalam berwirausaha di masa pandemik covid-19</p>	<p>Membahas dan menjelaskan mengenai langkah pengadaan <i>coaching womanpreneur</i></p>	<p>Terdapat perbedaan pada situasi dan lokus penelitian</p>

Berdasarkan pada penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, langkah-langkah penyelenggaraan *coaching womanpreneur* sebagai upaya mengembangkan dan mempertahankan usaha bisnis yang digeluti oleh pelaku wirausaha perempuan dapat diimplementasikan sebagai berikut:



Gambar 2. Langkah penyelenggaraan *coaching womanpreneur*

Pengembangan dari pemberdayaan pelaku usaha perempuan dapat dilakukan melalui penyelenggaraan *coaching womanpreneur*. Program tersebut melibatkan berbagai pihak guna mensukseskan terselenggaranya kegiatan yang dicanangkan. Adapun langkah-langkah untuk mengadakan program *coaching womanpreneur*, dijelaskan oleh (Moita et al., 2021), (Harahap & Wijayanti, 2022) dan Habib Solehudin et al., (2023) sebagai berikut:

- a. Persiapan. Pada tahap ini dimulai dengan sosialisasi (Baluku et al., 2019) program *coaching womanpreneur* kepada mitra selaku pelaku usaha perempuan yang menjadi sasaran. Sosialisasi dilakukan guna mengenalkan program dan tujuan pelaksanaan kegiatan. Setelah memperoleh perizinan untuk pengadaan program, dilakukan survei lokasi (Babbitt et al., 2015) untuk mendapatkan data dan mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh *womanpreneur*. Berbekal data, dirumuskan perencanaan kegiatan (Ruskovaara et al., 2016) yang meliputi perekrutan relawan yang terdiri dari pemuda-pemudi lokal sebagai coordinator dan pendampingan bagi calon peserta, kemudian melakukan *training of trainer* (Jain & Kumar, 2021) guna penyamaan visi, misi, tujuan, bekal wawasan dan kecakapan terkait program. Selain itu diskusi untuk menentukan metode, jumlah peserta, materi, narasumber, serta jadwal pelaksanaan. Kegiatan ini juga melibatkan pelbagai pihak stakeholder baik pemerintah maupun akademisi untuk turut serta dalam mensukseskan program yang digagas. Perencanaan kegiatan juga meliputi perekrutan peserta (Field et al., 2016) sesuai dengan kapasitas dan kriteria yang telah ditentukan.
- b. Pelaksanaan kegiatan merupakan eksekusi dari rangkaian perencanaan kegiatan yang telah ditetapkan sebelumnya. Pada tahap ini dilakukan pemberian materi yang dikemas dalam bentuk diskusi (Valdivia, 2015a), mengkaji (Le & Raven, 2015) membahas dan menjelaskan

(Robinson et al., 2016) serta menyusun strategi pemecah permasalahan (Niccum et al., 2017) yang menjadi akar utama topik pembahasan dan kemudian mampu mengintegrasikan pemanfaatan teknologi digital ke dalam dunia bisnisnya.

- c. *Monitoring dan Evaluasi. Mentoring* atau pendampingan didasarkan pada peserta *womanpreneur* yang telah mengikuti program *coaching womanpreneur* guna membantu dan mendampingi proses praktik dalam mencapai tujuan bisnis (Kunaka & Moos, 2019). Pendampingan dimaksudkan untuk meningkatkan branding, optimalisasi digital, perluasan pasar, sampai dengan manajemen bisnis. Setelah pendampingan dan praktek peserta telah selesai dilakukan, kemudian menyusun rekomendasi dari hasil pelatihan (Valdivia, 2015) dalam bentuk laporan pertanggung secara tertulis (Gist-Mackey, 2018) yang memuat dokumentasi sebagai bentuk pelaporan dan evaluasi dari program yang telah dilakukan.

Di era disrupsi teknologi yang tengah berkembang saat ini, memaksa dunia industri untuk turut serta mampu mengintegrasikan ke dalam bidang bisnisnya guna mempertahankan eksistensi. Problematika yang berkembang, program *coaching womanpreneur* marak difokuskan pada pengelolaan teknologi berbasis digital yang diadopsi ke dalam dunia bisnis. Pelbagai pihak berperan langsung dalam memperhatikan isu ini. Pelatihan yang diberikan dalam rangka pengabdian masyarakat kepada ibu-ibu PKK di Keramat Pela Jakarta Selatan, diperoleh hasil mampu membantu dalam kegiatan promosi melalui sosial media *Instagram* dan *whatsapp business* serta platform digital *grabfood*, *mitra gofood*, dan *shopeefood* mampu meningkatkan omzet penjualan produk yang mereka hasilkan (Utami et al., 2022). Pemanfaatan media sosial di era pandemik covid-19 yang pernah melanda Indonesia ternyata mampu menstabilkan omzet penjualan dari produk UMKM (Fourqoniah & Aransyah, 2021).

Senada dengan penelitian dalam rangka pengabdian masyarakat berupa pendampingan kepada mitra UMKM di Kelurahan Kauman Kota Blitar pada usaha produksi kerajinan rajut “Wong Hayyu Craft”. UMKM tersebut awalnya mengalami penurunan omzet dikarenakan imbas dari pandemik covid-19 dan pemasaran masih secara konvensional. Kegiatan pendampingan dan pelatihan yang dilakukan dalam kegiatan bertajuk pentingnya penerapan *digital marketing* di berbagai sosial media dan platform seperti *google maps*, *Instagram*, dan *shopee*, diperoleh hasil UMKM mampu mengembangkan dan bersaing guna mempertahankan usaha di era persaingan digital saat ini (Jatmiko et al., 2022). Selain itu hasil penelitian serupa juga ditemukan pada penelitian Afiani (2018), melalui pembuktian dari komunitas *Girls in Tech Indonesia* dengan upayanya terhadap pengembangan dari pemberdayaan perempuan bidang ekonomi melalui pendidikan dan pelatihan akselerasi digital *womanpreneur* berbasis TIK. Hasil pengembangan dan pemberdayaan perempuan berbasis IT diwadahi melalui program *Womanpreneur Digital Acceleration* (WDA), bahwa para peserta lebih mengetahui bagaimana strategi untuk mempromosikan atau mengiklankan produknya ke dalam sosial media *instagram* dan *facebook* terutama dalam hal konten dan strategi pemasaran digital lainnya.

Berdasarkan data hasil *literature review* pada pelbagai artikel ilmiah di atas, dapat diketahui bahwa program *coaching womanpreneur* yang diselenggarakan oleh berbagai pihak baik pemerintah, akademisi, maupun sinergitas keduanya yang kemudian disasarkan pada pemberdayaan dan pengembangan perempuan dalam sektor dunia usaha guna kontribusi terhadap perekonomian Indonesia bernilai positif. Terlebih kondisi yang mengalami fluktuatif pemberian *coaching womanpreneur* berbasis digitalisasi terbukti mampu memberikan pengetahuan dan pengalaman pelaku usaha perempuan dalam mengintegrasikan teknologi digital ke dalam usaha yang digelutinya serta mampu menerapkan sehingga berhasil positif dalam mempertahankan dan meningkatkan omzet penjualan produk yang dihasilkan. Kondisi baik ini akan berimbas positif terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian dan analisis peneliti, menyatakan bahwa tantangan yang dihadapi pelaku usaha perempuan ialah ketepatan pengelolaan dalam integrasi teknologi ke dalam bisnis. Urgensi penyelenggaraan program *coaching womanpreneur* berbasis digital atau pelatihan pendidikan yang dikemas dalam bentuk pendampingan, seminar, dan *workshop*. Program tersebut diadakan dengan melibatkan dukungan dari pelbagai kolaborasi pihak pemerintah, akademisi, maupun keduanya memperoleh hasil positif. *Coaching womanpreneur* diadakan dengan langkah-langkah persiapan, pelaksanaan, dan *monitoring* serta evaluasi. Pengadaan program tersebut dengan melihat kebutuhan dan keinginan bisnis yang hendak dicapai oleh *womanpreneur* membuahkan hasil penambahan pengetahuan, wawasan, dan pengalaman dalam pemanfaatan media sosial. Pengadopsian media sosial dan literasi digital ke dalam bisnisnya, dinilai sangkil dikarenakan *womanpreneur* mampu berkembang dan mempertahankan usaha bisnisnya di tengah tantangan persaingan global era digital ini. Penelitian ini terbatas pada penjelasan secara konseptual dari rancangan prosedur penyelenggaraan *coaching womanpreneur* berbasis digitalisasi secara umum, sehingga peneliti selanjutnya dapat melakukan kajian yang lebih mendetail pada materi secara spesifik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ademola Samuel Sajuyigbe, & Isaac Olugbenga Fadeyibi. (2017). Women Entrepreneurship And Sustainable Economic Development: Evidence From South Western Nigeria. *Journal of Entrepreneurship, Business and Economics*, 5(2), 19–46.
- Afiani, I. (2018). Advancing Women’s Digital Skills and Economic Empowerment through Girls in Tech Indonesia: A Case Study. *SALASIKA: Indonesian Journal of Gender, Women, Child, and Social Inclusion’s Studies*, 1(1), 21–32. <https://doi.org/10.36625/sj.v1i1.39>
- Aldina Shiratina, Yanto Ramli, Nia Kusuma Wardhani, & Nandan Limakrisna. (2020). Model Of Entrepreneurial Marketing On Womenpreneur. *DIJEMSS: Dinasti International Journal Of Education Management And Social Science*, 1(4), 510–524.
- Anggraeni, R. M., Khusaini, M., & Prasetyia, F. (2023). Fiscal Decentralization and its Effect on Poverty Alleviation: Case Study of Indonesia. *Bulletin of Islamic Economics*, 1(2), 35–48. <https://doi.org/10.14421/bie.2022.012-04>
- Annisa Retno Utami, Euis Widiati, & Fahririn. (2022). Digital Marketing Training For Womenpreneur Msmes In An Effort To Improve Welfare. *ICCD (International Conference on Community Development)*, 4(1), 313–318.
- Aulia Rahmi, V., Ismanto, H., & Zainuddin Fathoni, M. (2020). Inovatif Saat Pandemi Covid Melalui Pelatihan Kewirausahaan Khas Perempuan Berbahan Sampah “Kolaborasi BUMDes dan Warga.” *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 418–425. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i3.4632>
- Babbitt, L. G., Brown, D., & Mazaheri, N. (2015). Gender, Entrepreneurship, and the Formal–Informal Dilemma: Evidence from Indonesia. *World Development*, 72, 163–174. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2015.02.019>
- Badeeb, R. A., Lean, H. H., & Clark, J. (2017). The evolution of the natural resource curse thesis: A critical literature survey. *Resources Policy*, 51, 123–134. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2016.10.015>
- Baluku, M. M., Matagi, L., Musanje, K., Kikooma, J. F., & Otto, K. (2019). Entrepreneurial Socialization and Psychological Capital: Cross-Cultural and Multigroup Analyses of Impact of Mentoring, Optimism, and Self-Efficacy on Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*, 2(1), 5–42. <https://doi.org/10.1177/2515127418818054>
- BPS - Statistics Indonesia. (2023, May 5). *Jumlah dan Persentase Penduduk Bekerja dan Pengangguran 2022-2023*. Badan Pusat Statistik.

- Cobbinah, P. B., Erdiaw-Kwasie, M. O., & Amoateng, P. (2015). Rethinking sustainable development within the framework of poverty and urbanisation in developing countries. *Environmental Development*, 13, 18–32. <https://doi.org/10.1016/j.envdev.2014.11.001>
- Decker, M., Fischer, M., & Ott, I. (2017). Service Robotics and Human Labor: A first technology assessment of substitution and cooperation. *Robotics and Autonomous Systems*, 87, 348–354. <https://doi.org/10.1016/j.robot.2016.09.017>
- Desy Arum Sunarta, & Alamsyah. (2023). Womenpreneur On Economic Development in the Digital Economy Era. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi (JPENSI)*, 8(1), 164–175.
- Elfi, E., & Syarif, H. (2021). Innovating English Syllabus Design for Twenty-First Century Skills of 4Cs. *Proceeding of International Conference on Language Pedagogy (ICOLP)*, 1(1), 41–50. <https://doi.org/10.24036/icolp.v1i1.19>
- Entoh Tohani, & Ismatul Aulia. (2022). Effects of 21st Century Learning on the Development of Critical Thinking, Creativity, Communication, and Collaboration Skills. *Journal of Nonformal Education*, 8(1), 46–53.
- Field, E., Jayachandran, S., Pande, R., & Rigol, N. (2016). Friendship at Work: Can Peer Effects Catalyze Female Entrepreneurship? *American Economic Journal: Economic Policy*, 8(2), 125–153. <https://doi.org/10.1257/pol.20140215>
- Finnah Fourqoniah, & Muhamad Fikry Aransyah. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Wirausahawan Wanita Di Masa Pandemi Covid-19: Studi Literatur Sistematis. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 15(2), 265–275.
- Fitri Ramdhani Harahap, & Nurvita Wijayanti. (2022). Memberdayakan Perempuan Melalui Gerakan Womenpreneur Di Industri Kemplang Pengolahan Ikan Di Desa Balunujuk Kabupaten Bangka. *Reswara: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 371–378.
- Ghobakhloo, M. (2020). Industry 4.0, digitization, and opportunities for sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 252, 119869. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119869>
- Gist-Mackey, A. N. (2018). (Dis)embodied Job Search Communication Training: Comparative critical ethnographic analysis of materiality and discourse during the unequal search for work. *Organization Studies*, 39(9), 1251–1275. <https://doi.org/10.1177/0170840617736936>
- Gustinaa, Deni Wahyunib, Tuti Azrac, Yenida d, & Yudhytia Wimeina. (2019). Pelatihan entrepreneurship untuk pengembangan ekonomi kreatif. *Jurnal Pengabdian Dan Pengembangan Masyarakat PNP*, 1(1), 12–19.
- Habib Solehudin, Andriyanto, & Zainiyah Alfirdaus. (2023). Pengembangan Kapasitas Kaum Perempuan Melalui Coaching Female preneur dikabupaten Trenggalek. *Open Journal Systems*, 17, 1997–2012.
- Hendratni, T. W., & Ermalina, E. (2018). Womenpreneur, Peranan Dan Kendalanya Dalam Kegiatan Dunia Usaha. *Liquidity*, 2(2), 170–178. <https://doi.org/10.32546/lq.v2i2.119>
- Irfan Wahyu Jatmiko, Ferdy Irwansyah, Zeinnisa Inggit Raytasyah, Muhammad Ahmi Husein, & Ira Wikartika. (2022). Pendampingan Penerapan Digital Marketing Dalam Upaya Mengembangkan Umkm Wong Hayyu Craft Di Kelurahan Kauman BlitaR. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 5(2), 443–450.
- Iris Fatia Maharani, Dasrun Hidayat, & Indria Angga Dianita. (2021). Penerapan Digital Marketing Pada Konteks Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Womenpreneur Maima Indonesia. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian Program Studi Ilmu Komunikasi*, 7(2), 699–709.
- Irwan Irwan, Adam Latif, & Ahmad Mustanir. (2021). Pendekatan Partisipatif Dalam Perencanaan Pembangunan Di Kabupaten Sidenreng Rappang. *Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan*, 9(2), 137–151.
- Jain, V. K., & Kumar, D. (2021). *Artificial Intelligence and Global Society* (P. Kumar, Ed.; 1st ed.). Chapman and Hall/CRC. <https://doi.org/10.1201/9781003006602>

- Jost, C., Kyazze, F., Naab, J., Neelormi, S., Kinyangi, J., Zougmore, R., Aggarwal, P., Bhatta, G., Chaudhury, M., Tapio-Bistrom, M.-L., Nelson, S., & Kristjanson, P. (2016). Understanding gender dimensions of agriculture and climate change in smallholder farming communities. *Climate and Development*, 8(2), 133–144. <https://doi.org/10.1080/17565529.2015.1050978>
- Jou, Y.-T., Shiang, W.-J., Silitonga, R. M., Adilah, M., & Halim, A. Z. A. (2023). Assessing Factors That Influence Womenpreneurs' Intention to Use Technology: A Structural Equation Modeling Approach. *Behavioral Sciences*, 13(2), 94. <https://doi.org/10.3390/bs13020094>
- Kamarul Bahrin, M. A., Othman, M. F., Nor Azli, N. H., & Talib, M. F. (2016). Industry 4.0: A Review On Industrial Automation And Robotic. *Jurnal Teknologi*, 78(6–13). <https://doi.org/10.11113/jt.v78.9285>
- Kamberidou, I. (2020). “Distinguished” women entrepreneurs in the digital economy and the multitasking whirlpool. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1), 3. <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0114-y>
- Kunaka, C., & Moos, M. N. (2019). Evaluating mentoring outcomes from the perspective of entrepreneurs and small business owners. *The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, 11(1). <https://doi.org/10.4102/sajesbm.v11i1.214>
- Le, Q. V., & Raven, P. V. (2015). Woman Entrepreneurship in Rural Vietnam: Success and Motivational Factors. *The Journal of Developing Areas*, 49(2), 57–76. <https://doi.org/10.1353/jda.2015.0024>
- Lee, M., Yun, J. J., Pyka, A., Won, D., Kodama, F., Schiuma, G., Park, H., Jeon, J., Park, K., Jung, K., Yan, M.-R., Lee, S., & Zhao, X. (2018). How to Respond to the Fourth Industrial Revolution, or the Second Information Technology Revolution? Dynamic New Combinations between Technology, Market, and Society through Open Innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 4(3), 21. <https://doi.org/10.3390/joitmc4030021>
- Mansoori, Y., Karlsson, T., & Lundqvist, M. (2019). The influence of the lean startup methodology on entrepreneur-coach relationships in the context of a startup accelerator. *Technovation*, 84–85, 37–47. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2019.03.001>
- Michelle N. Nuñez. (2019). *Womenpreneurs in a Digital Environment: Utilizing Instagram to Build a Personal Brand*. ProQuest LLC.
- Mihyun Chung, & Jaehyoun Kim. (2016). The Internet Information and Technology Research Directions based on the Fourth Industrial Revolution. *KSII Transactions on Internet and Information Systems*, 10(3). <https://doi.org/10.3837/tiis.2016.03.020>
- Moita, S., Monto, L. O., Kasim, S. S., & Sarmadan, S. (2021). Pelatihan Kewirausahaan bagi Perempuan Pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) Terdampak Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdidias*, 2(2), 263–272. <https://doi.org/10.31004/abdidias.v2i2.253>
- Muhammad Rijalus Sholihin, Wahyu Arianto, & Dina Fitri Khasanah. (2018). Keunggulan Sosial Media Dalam Perkembangan Ekonomi Kreatif Era Digital Di Indonesia. *Prosiding 4th Seminar Nasional Dan Call for Papers Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*, 1(1), 149–160.
- Muluk, M. R. K., Danar, O. R., & Rahmawati, L. (2020). Community Participation and Development Planning in Local Government Level: A Study on the Formulation of Batu City Medium-Term Development Plan. *Bisnis & Birokrasi Journal*, 26(3). <https://doi.org/10.20476/jbb.v26i3.11145>
- Niccum, B. A., Sarker, A., Wolf, S. J., & Trowbridge, M. J. (2017). Innovation and entrepreneurship programs in US medical education: a landscape review and thematic analysis. *Medical Education Online*, 22(1), 1360722. <https://doi.org/10.1080/10872981.2017.1360722>

- Nurdiyah, M. S., & Yonata, B. (2022). Implementation of the guided inquiry learning model to train critical thinking skills in senior high school. *Jurnal Pijar Mipa*, 17(2), 148–155. <https://doi.org/10.29303/jpm.v17i2.3272>
- Nurfitriya, M., Koeswandi, T. A., Rachmani, N. N., & Widyawati, R. F. (2021). Competitive Strategies for Womenpreneurs in Tasikmalaya City During The Covid-19 Pandemic. *The International Journal of Business Review (The Jobs Review)*, 4(2), 133–140. <https://doi.org/10.17509/tjr.v4i2.40523>
- O'Reilly, J., Eichhorst, W., Gábos, A., Hadjivassiliou, K., Lain, D., Leschke, J., McGuinness, S., Kureková, L. M., Nazio, T., Ortlieb, R., Russell, H., & Villa, P. (2015). Five Characteristics of Youth Unemployment in Europe. *SAGE Open*, 5(1), 215824401557496. <https://doi.org/10.1177/2158244015574962>
- Popkova, E. G., Ragulina, Y. V., & Bogoviz, A. V. (Eds.). (2019). *Industry 4.0: Industrial Revolution of the 21st Century* (Vol. 169). Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-94310-7>
- Putri, M. K. (2022). Womenpreneur Mindset Home Industry “Aneka Cemilan Asyifah ” In The District Of Rengat. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 11(1), 55–66. <https://doi.org/10.34006/jmbi.v11i1.404>
- Putri, R. N. (2019). Perbandingan Sistem Kesehatan di Negara Berkembang dan Negara Maju. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 19(1), 139. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v19i1.572>
- Rabeh Morrar, Husam Arman, & Saeed Mousa. (2017). The Fourth Industrial Revolution (Industry 4.0): A Social Innovation Perspective. *Technology Innovation Management Review*, 7(11), 12–20.
- Robinson, S., Neergaard, H., Tanggaard, L., & Krueger, N. F. (2016). New horizons in entrepreneurship education: from teacher-led to student-centered learning. *Education + Training*, 58(7/8), 661–683. <https://doi.org/10.1108/ET-03-2016-0048>
- Rumawas, W. (2019). PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN WANITA KAUM IBU DAN PEMUDA REMAJA PUTRI JEMAAT GPKDI KELURAHAN PANIKI DUA KECAMATAN MAPANGET KOTA MANADO PROVINSI SULAWESI UTARA. *The Studies of Social Sciences*, 1(2), 63. <https://doi.org/10.35801/tsss.2019.1.2.26891>
- Ruskovaara, E., Hämäläinen, M., & Pihkala, T. (2016). Head teachers managing entrepreneurship education – Empirical evidence from general education. *Teaching and Teacher Education*, 55, 155–164. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2016.01.004>
- Rymarczyk, J. (2020). Technologies, Opportunities and Challenges of the Industrial Revolution 4.0: Theoretical Considerations. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 8(1), 185–198. <https://doi.org/10.15678/EBER.2020.080110>
- Satrio, D., & Muhardono, A. (2022). Membangun Wirausaha Dengan Sekolah Wirausaha ‘Aisyiyah (Swa) Kabupaten Pekalongan. *ABDIMASKU: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 157. <https://doi.org/10.33633/ja.v5i1.559>
- Setyaningrum, R. P., & Muafi, M. (2022). The effect of creativity and innovative behavior on competitive advantage in womenpreneur. *SA Journal of Human Resource Management*, 20. <https://doi.org/10.4102/sajhrm.v20i0.2069>
- Siti Hajar. (2021). Problematikadan Perlindungan Hukum Terhadap Buruh Migranperempuan Dan Pada Masa Pandemi Covid-19. *Intelektiva : Jurnal ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(6), 134–145.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. PT Alfabeta.
- Tjahjono, B., Esplugues, C., Ares, E., & Pelaez, G. (2017). What does Industry 4.0 mean to Supply Chain? *Procedia Manufacturing*, 13, 1175–1182. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2017.09.191>

- Tri Sinarti, & Madziatul Churiyah. (2023). Determination Of Success Strategies For Women Entrepreneurs SWOT-Based. *International Journal of Education, Language, Literature, Arts, Culture, and Social Humanities*, 1(2), 14–23.
- Un Habitat. (2013). *State of the World's Cities 2012/2013: Prosperity of Cities* (T. Naudin, Ed.). Routledge for an on be half of the United Nations Human Settlements Programme. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=xZ-MAGAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Proper+optimization+of+resource+ownership+suppo+rts+the+creation+of+conditions+of+prosperity+and+a+prosperous+society&ots=cfI_AYe6-B&sig=Gr3-8w2w1EjmdWG4OO4l9clhrKE&redir_esc=y#v=onepage&q=publis&f=false
- Valdivia, M. (2015a). Business training plus for female entrepreneurship? Short and medium-term experimental evidence from Peru. *Journal of Development Economics*, 113, 33–51. <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2014.10.005>
- Valdivia, M. (2015b). Business training plus for female entrepreneurship? Short and medium-term experimental evidence from Peru. *Journal of Development Economics*, 113, 33–51. <https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2014.10.005>
- Wallace, I. J., Worthington, S., Felson, D. T., Jurmain, R. D., Wren, K. T., Maijanen, H., Woods, R. J., & Lieberman, D. E. (2017). Knee osteoarthritis has doubled in prevalence since the mid-20th century. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 114(35), 9332–9336. <https://doi.org/10.1073/pnas.1703856114>
- Waspodo Tjipto Subroto. (2015). Revitalization of Pancasila Economic System in the Globalization Era. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(4), 860–867.
- Witkowski, K. (2017). Internet of Things, Big Data, Industry 4.0 – Innovative Solutions in Logistics and Supply Chains Management. *Procedia Engineering*, 182, 763–769. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2017.03.197>
- Yani, P., Redy Susila, M., Cahyo Nugroho, W., & Widiarto, H. (2022). Pelatihan Dan Pengembangan Business Intelligence Dan Manajemen Pengelolaan Usaha Bagi Womenpreneur Fatayat Jatim. *Jurnal Kreativitas Dan Inovasi (Jurnal Kreanova)*, 2(1), 7–12. <https://doi.org/10.24034/kreanova.v2i1.5117>
- Zaidi, S. A. H., Wei, Z., Gedikli, A., Zafar, M. W., Hou, F., & Iftikhar, Y. (2019). The impact of globalization, natural resources abundance, and human capital on financial development: Evidence from thirty-one OECD countries. *Resources Policy*, 64, 101476. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2019.101476>
- Zallé, O. (2019). Natural resources and economic growth in Africa: The role of institutional quality and human capital. *Resources Policy*, 62, 616–624. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2018.11.009>