
**PENGUNAAN MEDIA DIGITAL UNTUK WOMENPRENEURS DI MASA PANDEMI
COVID-19 (LITERATUR REVIEW SUMBER DAYA MANUSIA)**

Alifiya Anggraini¹, Vanca Lova Yusrin Aprian², Riyan Sisiawan Putra³

S1 Manajemen, Universitas NU Surabaya

Jl. Raya Jemursari No.57 , Jemur Wonosari , kec Wonocolo,

Kota Surabaya , Jawa timur 60237

Email: alifiyaanggraini108.mj19@student.unusa.ac.id ¹, vancalova119.mj19@student.unusa.ac.id ²,
riyansisiawan@unusa.ac.id ³

Abstrak

Wirausahawan wanita adalah seorang pengusaha wanita yang dapat mengelola perusahaan atau bisnis. Dalam menjalankan bisnis harus memiliki strategi agar dapat bertahan dalam segala kondisi dan memiliki ketahanan bisnis yang kuat, terutama pada saat pandemi Covid-19 seperti saat ini. Salah satu strateginya adalah dengan memanfaatkan media sosial sebagai tempat untuk terus mengembangkan omzet penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk menggali data dan informasi terkait penggunaan media sosial bagi wanita yang memilikiusaha pada saat pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode Systematic LiteratureReview. Jumlah artikel yang ditemukan sebanyak 10 artikel yang kemudian dikelompokkan berdasarkan konsep dan pembahasan yang sama dengan topik yang diangkat. Hasil dari penelitian ini adalah media sosial sangat bermanfaat untuk meningkatkan omset penjualan pada saat pandemi Covid-19.

Kata kunci: bisnis, media sosial, daya tahan, womenpreneurs

Abstract

Womenpreneurs are women entrepreneurs who can manage a company or business. In running a business, you must have a strategy in order to survive in all conditions and have strong business resilience, especially during the Covid-19 pandemic as it is today. One strategy is to use social media as a place to continue to develop sales turnover. This study aims to explore data and information related to the use of social media for women who have businesses during the Covid-19 pandemic. This study uses the Systematic Literature Review method. The number of articles found was 10 articles which were then grouped based on the same concept and discussion with the topic raised. The result of this study is that social media is very useful for increasing sales turnover during the Covid-19 pandemic.

Keywords: *business, social media, endurance, womenpreneurs*

1. PENDAHULUAN

Perempuan Dalam Kenyataan Dapat Menjadi Pelaku Utama Dalam Bidang Ekonomi, dan hal tersebut sangat potensial dalam bisnis usaha mikro. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa sifat alamiah perempuan seperti telaten maupun lebih teliti dalam melakukan segala hal selain itu perempuan lebih mudah bergaul dengan orang lain sehingga lebih mudah untuk menjaring pelanggan(Astuti, Waluyo, and Subagyo 2020).disisi lain perempuan lebih jeli melihat peluang usaha yang sering kali peluang usaha yag dianggap sepele oleh kaum Laki – Laki. Keunggulan keunggulan tersebut lah yang dapat dijadikan modal dasar perempuan untuk terus memantapkan dan

mengembangkan potensi di bidang kewirausahaan (Astuti, Waluyo, and Subagyo 2020). Namun situasi saat ini sepertinya tidak memungkinkan bagi para wirausahawan perempuan untuk terus mengembangkan potensi tersebut (Awali 2020), salah satu keadaan yang membuat usaha dan beberapa sektor bisnis mengalami penurunan pendapatan yang substansial yakni adanya pandemic yang disebabkan oleh virus Corona (Covid-19).

Pandemic Covid-19 memiliki dampak besar terhadap keberlangsungan bisnis besarmaupun UMKM. Rata-rata pelaku usaha mengalami ketidakpastian hasil yang diperoleh saat musim pandemic. Penurunan pendapatan dan bahkan puluhan hingga ratusan pelaku usaha utamanya UMKM telah menutup usahanya karena penetapan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar yang mengharuskan pekerja menjadi work from home, penutupan instansi pelayanan public serta kebijakan social distance. Namun, meski pandemic Covid-19 memunculkan beberapa masalah di sektor kewirausahaan, teknologi informasi dan komunikasi dapat menjadi rencana paling solutif untuk mempertahankan bisnis dikarenakan total e-commerce pada 2020 mencapai hingga USD\$130 miliar (Soetjipto 2020) Salah satu pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dengan pemanfaatan media sosial sebagai wadah untuk berdagang. Para pelaku bisnis diharuskan untuk melek terhadap teknologi demi mempertahankan usahanya (Awali 2020) Era digital dalam keadaan pandemi saat ini bisa menjadi dorongan wirausahawan perempuan untuk tetap bisa mengembangkan bisnis dan usahanya yang dapat dipasarkan secara online. Ada banyak keuntungan dari pemasaran bisnis melalui online, salah satunya penyaluran informasi kepada konsumen lebih mudah dan praktis sekaligus konsumen jugadapat menerima informasi secara cepat dan tepat atas barang ataupun jasa yang dibutuhkan. Dengan kondisi dimana masyarakat harus membatasi mobilisasi dan juga social distance, proses bisnis tetap berjalan dengan harapan mengembalikan kegiatan jual-beli yang sempat berkurang intensitasnya dikarenakan dampak dari persebaran penyakit Covid-19 di Indonesia (Awali 2020) Selaras dengan hal tersebut penelitian (Joesyiana 2019) menyatakan bahwa 75% responden telah menggambarkan informasi mengenai produk atau jasa yang dijual dengan baik. Melalui deskripsi informasi produk secara lengkap maka konsumen akan mengetahui informasi yang diperlukan. Dampaknya kemudian juga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut (Joesyiana, 2019).

2. METODE PENELITIAN

Langkah Langkah Metode Sytematic Literature Review

Penelitian menggunakan metode Systematic Literatur Review di beberapa web penelitian jurnal database yang digunakan untuk mencari artikel mengenai penelitian yang relevan. Metode Systematic Literatur Review adalah istilah yang digunakan untuk merujuk pada metodologi penelitian atau riset tertentu pada pengembangan yang dilakukan untuk mengumpulkan serta mengevaluasi penelitian yang terkait dan fokus pada topik tertentu. Systematic Literatur Review berprinsip bahwa metode penelitian yang merangkum hasil- hasil penelitian primer untuk menyajikan fakta yang lebih komprehensif dan berimbang. Langkah-langkah melakukan Systematic Literature Review adalah sebagai berikut, (Perry & Hammond, 2002): (1) Mengidentifikasi pertanyaan penelitian; (2) Mengembangkan protokol penelitian; (3) Menetapkan lokasi data base hasil penelitian sebagai wilayah pencarian; (4) Menyeleksi hasil-hasil penelitian yang relevan ; (5) Memilih hasil penelitian yang berkualitas ; (6) Ekstraksi data dari studi individual; (7) Sintesis hasil penelitian (funnel plot dan forest plot); (8) Penyajian hasil penelitian dalam laporan penelitian.

Prosedur Pencarian

Saat Melakukan Penelitian bermetode Systematic Literatur Review langkah – langkah yang dilakukan adalah yang pertama mengidentifikasi pertanyaan penelitian Pencarian berkaitan dengan menemukan sumber yang relevan terkait pengaruh work-lifebalance dan job satisfication terhadap

kinerja karyawan milenial. Adapun pencarian sumber data atau literatur dilakukan dengan pencarian elektronik menggunakan data bases sebagai berikut: Google Scholar, Ebsco-host, Cambridge Journal, Oxford Journal, Sage Journal, Scientific Electronic Library, Taylor & Francis, dan PubMed. Selanjutnya kata kunci yang digunakan sebagai berikut: womenpreneurs in social media, womenpreneurs social media, wirausahawan wanita menggunakan social media, wirausahawan di kala pandemi Covid-19

Prosedur Pemilihan

Literatur yang akan dianalisis memiliki kriteria untuk dipenuhi, yaitu sebagai berikut:

- a. Membahas topik pemanfaatan Media Sosial untuk Wirausahawan Wanita di Masa Pandemi Covid-19
 - b. Studi empiris dengan jenis kuantitatif dan/atau kualitatif;
 - c. Subjek penelitian adalah wanita / womenpreneurs
- Abstrak pada literatur yang diperoleh dari pencarian secara elektronik dan sesuai dengan kata kunci, selanjutnya dibaca untuk menentukan apakah sesuai dan cocok dengan kriteria yang telah ditentukan

Prosedur Analisis

Pada tahap ini penulis mengkaji kajian pustaka secara mendetail dan mendalam untuk mendapatkan temuan/inti pentingnya. Sehingga poin-poin penting dari beberapa hasil penelitian, hasil sumber-sumber diekstraksi dan dikemas menjadi topik bahasan yang lebih padat dan tidak mengandung bias merupakan kunci penting hasil penelitian.. Informasi yang ditulis meliputi tentang penulis, lokasi penelitian dan tahun terbitnya artikel, karakteristik subjek, objek dan hasil temuan (kesimpulan penelitian). Kemudian data yang diperoleh dibandingkan, sedangkan desain intervensi dan hasil masing masing literatur dianalisis. Dilakukan analisis deskriptif untuk memperoleh informasi dari setiap literatur

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Secara garis besar dari beberapa literatur yang terpilih dijabarkan sebagai berikut:

- a. Joesyiana (2019) berjudul Penggunaan Media OnlineShop dalam Bisnis pada Wirausaha Wanita penelitian menggunakan Metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan sampel 100 orang (anggota komunitas Shalihah Preneur) pengumpulan data menggunakan angket, interview, email dan observasi
- b. (Latipah 2020) berjudul pemberdayaan perempuan melalui pemanfaatan media youtube dalam meningkatkan keterampilan wirausaha penelitian menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan sampel 10 orang (ibu rumah tangga di LSM Bening Saguling Foundation Cihampelas, Bandung Barat) pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan studi dokumentasi.
- c. (Awali 2020) berjudul Urgensi Pemanfaatan E-Marketing pada Keberlangsungan UMKM di Kota Pekalongan Ditengah Dampak Covid-19 menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dengan pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan studi dokumentasi
- d. Isyfi'afiani, (2018) berjudul advancing woman's digital skill and economic Empowerment through Girls in Tech Indonesia: A Case Study menggunakan metode penelitian kualitatif dengan informan terbagi menjadi 2 grup dan terdapat 4 kriteria responden sehingga jumlah sampel yang didapatkan adalah 5 informan menggunakan pendekatan In-depth Interviews

Pembahasan

Telah diketahui bahwa pada tahun 2020, di beberapa negara di dunia mengalami sebuah pandemic, yakni musibah akibat tersebar luasnya virus Corona (Covid 19) yang mana semua negara segera mengambil upaya perbaikan maupun upaya preventif seperti social distance, work from home, menutup semua sektor pelayanan publik. Tentunya kebijakan tersebut memiliki dampak besar terhadap keberlangsungan bisnis. Baik itu bisnis besar maupun UMKM. Menurut hasil survey, terdapat 96% pelaku usaha mengalami dampak negatif pandemic tersebut terhadap proses bisnisnya (Sebanyak 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku usaha mikro kecil menengah). Sebanyak 75% mengalami penurunan penjualan yang substansial (Soetjipto 2020).

Indonesia adalah negara di mana ekonominya terdiri dari sebagian besar kegiatan kewirausahaan yang mencakup beberapa usaha kecil dan besar, menurut (Anggadwita and Dhewanto 2016). Telah dinilai bahwa masyarakat Indonesia percaya untuk memiliki wirausaha dan menunjukkan kinerja yang lebih baik dalam bisnis untuk mencapai kesuksesan dalam pertumbuhan ekonomi dan kemakmuran dalam perekonomian negara. Oleh karena itu, sebagaimana dimaksud dalam studi (Effendi and Suryana 2019), masyarakat terdorong untuk mengembangkan kegiatan usaha baru dan mendapatkan hasil yang maksimal dari usaha tersebut. (Anggadwita & Dhewanto, 2016) menambahkan bahwa di antara para pengusaha ini, Indonesia memiliki sejumlah besar pengusaha perempuan di negara ini yang menjalankan banyak usaha kecil dan besar untuk kemakmuran dan pertumbuhan negara. Studi (Setini et al. 2020) menjelaskan bahwa perempuan di Indonesia mencapai hingga 45% dari bisnis di Indonesia di antara angkatan kerja. Meskipun perempuan memiliki pendidikan yang lebih rendah daripada laki-laki, mereka mewakili 49% dari angkatan kerja di negara ini, seperti yang dibahas dalam studi (Anggadwita & Dhewanto, 2016). Hasil penelitian menunjukkan bahwa 90% perempuan di Indonesia termasuk mereka yang bersembunyi dan mengetahui beberapa bisnis merupakan bagian dari beberapa kegiatan kewirausahaan yang membuat sebagian besar perempuan terlibat dalam bisnis tersebut (Suyuthi et al. 2019). Menurut (Anggadwita & Dhewanto, 2016), perempuan di tanah air diberikan hak yang sama, dan sarana kewirausahaan mendukung mereka dan telah menciptakan sarana bisnis di antara mereka

Studi (Orser, Riding, and Li 2019) menyoroti bahwa perempuan di Indonesia telah memainkan peran penting dalam mengembangkan kegiatan wirausaha yang lebih baik dan menunjukkan respons positif terhadap perekonomian negara. Oleh karena itu, penelitian berikut ini bertujuan untuk menilai dampak pendidikan dan pelatihan terhadap kinerja mereka yang dapat secara efektif meningkatkan kinerja mereka dan memoles karakteristik mereka untuk kegiatan yang lebih baik di masa depan (Jha et al., 2018). Alasan di balik penelitian ini adalah untuk menilai isu kebijakan pendidikan dan pelatihan yang lebih rendah bagi perempuan di Indonesia yang telah mempengaruhi kinerja perempuan Indonesia.

Tinjauan literatur tentang kewirausahaan dan pengembangan menunjukkan bahwa banyak peneliti telah berfokus pada pemeriksaan isu-isu seperti gender, dengan lebih menekankan pada perempuan. Khususnya, hanya sedikit penelitian yang mengeksplorasi berbagai aspek kewirausahaan laki-laki. Akibatnya, analisis komparatif antara kewirausahaan perempuan dan laki-laki terbatas pada evaluasi bukti mengenai gender dalam motivasi dan kendala kewirausahaan. Dalam studi ini, telah ditetapkan bahwa kewirausahaan perempuan di Indonesia merupakan pilar penting yang mendukung pertumbuhan ekonomi negara dan merupakan sumber lapangan kerja yang substansial bagi banyak pemuda. Data yang ada menunjukkan bahwa jumlah perempuan pengusaha yang mendirikan dan mengelola usaha semakin meningkat. Namun, para wanita inovatif ini masih menghadapi hambatan khusus yang membatasi kemampuan mereka untuk bersaing secara menguntungkan dengan rekan-rekan pria mereka. Secara khusus, budaya dan tingkat pendidikan yang rendah adalah beberapa faktor yang menghambat sebagian besar perempuan Indonesia untuk memulai dan menjalankan bisnis. Sangat penting untuk menyoroti bahwa Indonesia pada dasarnya adalah masyarakat patriarki. Banyak

orang Indonesia yang percaya bahwa peran perempuan adalah mengurus keluarga dan mengatur kegiatan rumah tangga. Oleh karena itu, ketika seorang perempuan memiliki atau mengelola perusahaan bisnis, sebagian besar penduduk setempat tampaknya mempertanyakan kemampuannya untuk menyeimbangkan tanggung jawab pekerjaan dankeluarga.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil data diatas dapat disimpulkan bahwa media sosial sangat bermanfaat bagi keberlangsungan berwirausaha dikalangan perempuan. Adapun proses berwirausaha menggunakan media sosial yakni mulai dari penentuan proses produksi, penentuan media sosial yang akan digunakan, sampai proses pencatatan produk. Media sosial ternyata mampu membuat omset para UMKM tetap stabil di masa pandemic Covid-19 yang terjadi di Indonesia. dengan keterikatan yang Sama, berbagi informasi secara Real-Time, menjangkau target pasar, peningkatan sirkulasi informasi. media sosial juga dapat mengalami kerugian seperti, rentan terjadi kesalahpahaman, cyber crime atau kejahatan dunia maya, resiko penipuan atau pencurian identitas, membuang waktu, invasi privasi usaha. Dimana platform media sosial berperan penting dalam memasarkan produk UMKM di masa pandemi COVID-19. Pelaku UMKM belum memaksimalkan pemasaran produk UMKM melalui media sosial. Beberapa pelaku UMKM sudah menggunakan media sosial untuk pemasaran namun masih dalam skala yang kecil dan belum terorganisir dengan baik. Uji coba optimalisasi pemanfaatan sosial media sebagai sarana pemasaran produk yang baik bagi pelaku UMKM di dapat menaikkan kembali angka penjualan produk UMKM, dan menjangkau konsumen, Pemanfaatan 205 sosial media sebagai sarana penunjang yang efektif bagi berjalanya UMKM di masa pandemi COVID-19 sebab pelaku UMKM masih dapat menjalankan kegiatan usahanya dengan tetap mematuhi dan melaksanakan protokol kesehatan. Hal ini menjadi bukti bahwa media sosial sangat bermanfaat bagi wanita untuk berwirausaha di masa pandemi Covid-19. Untuk selanjutnya, perempuan harus lebih memahami pentingnya media sosial dengan dengan bisnis dimasa pandemi

DAFTAR PUSTAKA

- Anggadwita, Grisna, and Wawan Dhewanto. 2016. "The Influence of Personal Attitude and Social Perception on Women Entrepreneurial Intentions in Micro and Small Enterprises in Indonesia." *International Journal of Entrepreneurship and Small Business* 27(2-3): 131-48.
- Astuti, Sih Darmi, Dwi Eko Waluyo, and Herry Subagyo. 2020. "Pemberdayaan Perempuan Melalui Sekolah Wirausaha Aisyiah Kabupaten Semarang." *Abdimasku : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3(1): 71.
- Awali, Husni. 2020. "Urgensi Pemanfaatan E-Marketing Pada Keberlangsungan Umkm Di Kota Pekalongan Di Tengah Dampak Covid-19." *BALANCA : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 2(1): 1-14.
- Bradshaw, S., & Lecturer, P. (2014). *Gender , Development and Disasters Connect With Us* Find us on Facebook Read our Blog. 1-2
- Effendi, Marwan, and Suryana Suryana. 2019. "Women Entrepreneurship Intensions in Indonesia." 65(Icebef 2018): 230-34.
- Elam, A. B., Brush, C. G., Greene, P. G., Baumer, B., Dean, M., & Heavlow, R. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Women's Entrepreneurship Report*. the Global Entrepreneurship Research Association, London Business School, Regents, 8(2). 65(Icebef 2018), 230-234. Jha, P.,
- Joesyiana, Kiki. 2019. "Penggunaan Media Online Shop Dalam Bisnis Pada Wirausaha Wanita (Studi Kasus Pada Pebisnis Wanita Komunitas Shalihah Preneur Melalui Pengelolaan Informasi Dengan Media Sosial)." *Jurnal Valuta* 5(2): 65-80.

- <https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/article/view/4611/2238>.
- Latipah, Ipah. 2020. "Pemberdayaan Perempuan Melalui Pemanfaatan Media Youtube Dalam Meningkatkan Keterampilan Wirausaha." *Comm-Edu (Community Education Journal)* 3(2): 83.
- Makkad, M., & Mittal, S. (2018). Performance-oriented factors for women entrepreneurs – a scale development perspective. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 10(2), 329–360. <https://doi.org/10.1108/JEEE-08-2017-0053>
- Melissa, Ezmieralda, Muningsari Sri Saraswati, and Fajrie Samahita. 2019. "Pelatihan 'Lingkungan Media Sosial Kontemporer: Tantangan Dan Peluangnya' Bagi Perempuan Wirausaha Di Wilayah Jabodetabek." *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)* 2: 138–43.
- Nurhayati, Ade. 2020. "Implementasi Jiwa Wirausaha Dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswi Purwakarta." *Eqien: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 7(2): 87–94.
- OECD. (2020). Covid-19: SME Policy Responses. *Oecd* 2020, March, 1–55. https://oecd.dam-broadcast.com/pm_7379_119_119680-di6h3qgi4x.pdf
- Orser, Barbara, Allan Riding, and Yanhong Li. 2019. "Technology Adoption and Gender-Inclusive Entrepreneurship Education and Training." *International Journal of Gender and Entrepreneurship* 11(3): 273–98.
- Puguh Kurniawan. 2017. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh Puguh Kurniawan Universitas Trunojoyo Madura." *Kompetensi* 11(2): 217–25. <http://journal.trunojoyo.ac.id/kompetensi/article/view/3533>.
- Setini, Made et al. 2020. "The-Passway-of-Women-Entrepreneurship-Starting-from-Social-Capital-with-Open-Innovation-through-to-Knowledge-Sharing-and-Innovative-PerformanceJournal-of-Open-Innovation-Technology-Market-and-Complexity.Pdf."
- Soetjipto, Noer. 2020. K-Media Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi COVID-19.
- Suyuthi, Nurmadhani Fitri et al. 2019. "Social Capital Capabilities towards IWAPI Business Performance of South Sulawesi Province." (January 2020).
- Verbeek, Jos, Jani Ruotsalainen, and Jan L. Hoving. 2012. "Synthesizing Study Results in a Systematic Review." *Scandinavian Journal of Work, Environment and Health* 38(3): 282–90.
- Haudi, H., Handayani, W., Musnaini, M., Suyoto, Y., Prasetyo, T., Pitaloka, E., ... & Cahyon, Y. (2022). The effect of social media marketing on brand trust, brand equity and brand loyalty. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 961-972.
- Haudi, H., Rudy, R., & Grace, G. KONSEP EKONOMI DALAM PERSPEKTIF BUDDHIS.
- Siagian, A. O., & Haudi, H. IMPLEMENTATION OF THE DECISION TREE MODEL ON MACHINE LEARNING TO PREDICT POTENTIAL NEW STUDENTS.
- Wijoyo, H. (2021). A Study To Explore Socio-Economic Factors In The Development Of Local Communities. Available at SSRN.
- Wijoyo, H. (2021). Predictors That Leads To Socio Economic Success Of Local Communities. Available at SSRN.
- Wijoyo, H. (2021). Success Factors in Achieving Socio-Economic Development in Local Communities. Available at SSRN.
- Wijoyo, Hadion, An Analysis of Factors Bringing to Socio Economic Growth in Local Communities (December 23, 2021). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3992240>
- Wijoyo, Hadion, The X Factor of Employee and Team Innovativeness in The Healthcare Industry (December 23, 2021). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3992246>