

Suharyati, S.E., M.M.



Perempuan Penggerak **UMKM** di Era Digital

Keunggulan Kompetitif dan
Kunci Keberhasilan Berkelanjutan



Editor: Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP.

Perempuan Penggerak **UMKM** di Era Digital

**Keunggulan Kompetitif dan
Kunci Keberhasilan Berkelanjutan**

Suharyati, S.E., M.M.



**PEREMPUAN PENGGERAK UMKM DI ERA DIGITAL:
Keunggulan Kompetitif dan Kunci Keberhasilan Berkelanjutan**

Penulis:

Suharyati, S.E., M.M.

Desain Cover:

Septian Maulana

Sumber Ilustrasi:

www.freepik.com

Tata Letak:

Handarini Rohana

Editor:

Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP.

ISBN:

978-634-246-153-2

Cetakan Pertama:

Agustus, 2025

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

by Penerbit Widina Media Utama

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA MEDIA UTAMA

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 519/JBA/2025

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: [@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)

Telepon (022) 87355370

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya buku ini yang berjudul *Perempuan Penggerak UMKM di Era Digital: Keunggulan Kompetitif dan Kunci Keberhasilan Berkelanjutan* dapat diselesaikan. Buku ini merupakan hasil dari refleksi, penelitian, dan pengabdian terhadap geliat ekonomi lokal yang digerakkan oleh perempuan pelaku UMKM, khususnya di wilayah Depok.

Fenomena meningkatnya partisipasi perempuan dalam dunia usaha bukan sekadar data statistik. Ia adalah cerminan dari daya tahan, kreativitas, serta semangat transformasi sosial yang luar biasa. Namun, di balik capaian tersebut, terdapat tantangan yang tidak ringan—terutama dalam mengadopsi teknologi, memperkuat jejaring, serta mempertahankan keberlanjutan usaha dalam lanskap ekonomi digital yang terus berubah.

Buku ini hadir untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap daya saing UMKM perempuan, dengan landasan teori *Resource-Based View* dan pendekatan *Key Success Factors*. Diharapkan, buku ini tidak hanya memperkaya literatur akademik, tetapi juga menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah, lembaga keuangan, komunitas bisnis, serta para pelaku usaha dalam merumuskan strategi pemberdayaan yang lebih inklusif dan berdampak.

Kami menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan buku ini, termasuk para responden, mitra lapangan, serta tim editor dan penerbit. Semoga buku ini dapat memberi manfaat dan menjadi inspirasi dalam upaya kolektif membangun UMKM perempuan yang tangguh dan berdaya saing.

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB 1 PEREMPUAN PENGGERAK UMKM DI ERA DIGITAL	1
A. UMKM Perempuan dalam Mencapai Keberlanjutan dan Daya Saing	1
B. UMKM Perempuan dan Peran Strategis UMKM dalam Perekonomian Nasional	5
C. Perempuan Penggerak UMKM di Era Digital	7
D. Keunggulan Kompetitif dan Kunci Keberhasilan UMKM Perempuan	9
BAB 2 PENTINGNYA KOMPETENSI DALAM MENJAGA KEBERLANGSUNGAN USAHA YANG KOMPETITIF	13
A. Faktor Kendali Keunggulan Kompetitif Perusahaan	13
B. Faktor Kunci Keberhasilan UMKM Perempuan	14
C. Faktor-Faktor Keunggulan Kompetitif	19
BAB 3 KARAKTERISTIK DAN PETA USAHA MIKRO PEREMPUAN	25
BAB 4 PEMETAAN DAYA SAING DAN KEBERHASILAN UMKM PEREMPUAN ..	31
BAB 5 KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM PEREMPUAN	37
A. KMO dan <i>Bartlett's Test</i>	37
B. <i>Communalities</i>	39
C. Total Varian <i>Explained</i>	42
D. Grafik <i>Scree Plot</i>	43
E. <i>Rotated Component Matrix</i> ^a	43
F. Proses Menamai Faktor:	46
BAB 6 IDENTIFIKASI FAKTOR DOMINAN PENENTU KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM PEREMPUAN	47
A. Sembilan Pilar Keunggulan Kompetitif UMKM Perempuan	47
B. Kunci Keberhasilan UMKM Perempuan	49
C. <i>Scree Plot</i> Diagram	52
D. Penutup	57
DAFTAR PUSTAKA	60
PROFIL PENULIS	65

BAB 1

PEREMPUAN PENGGERAK UMKM DI ERA DIGITAL

A. UMKM PEREMPUAN DALAM MENCAPAI KEBERLANJUTAN DAN DAYA SAING

Perkembangan sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) menjadi kunci penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM memegang peranan penting dalam struktur perekonomian Indonesia, memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (61,1%), penyerapan tenaga kerja (97,1%), dan ekspor (14,4%). Bank Indonesia, sebagai Bank Sentral, berkomitmen untuk memperkuat kontribusi positif UMKM terhadap perekonomian. Pengembangan UMKM oleh Bank Indonesia diintegrasikan dengan tugas pokoknya dan sejalan dengan visi, misi, serta program strategisnya. Fokusnya melibatkan dukungan terhadap pengendalian inflasi, terutama pada sektor *volatile food* dari sisi suplai; pendorong potensi ekspor UMKM dan sektor pariwisata untuk mengurangi defisit transaksi berjalan; serta peningkatan akses keuangan bagi UMKM, yang pada gilirannya mendukung stabilitas sistem keuangan secara keseluruhan. Dengan strategi ini, Bank Indonesia berperan aktif dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Pemerintah telah menjalankan sejumlah program dukungan UMKM, diantaranya bantuan insentif dan pembiayaan melalui program PEN, Kredit Usaha Rakyat, Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI), Digitalisasi pemasaran UMKM, Penguatan Wirausaha Alumni Program Kartu Prakerja Melalui Pembiayaan KUR, dan termasuk pula strategi jangka panjang menaikkan kelas UMKM melalui UU Cipta Kerja, (Bank Indonesia, 2023), (Limanseto, 2021).

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM RI, terdapat sekitar 64,2 juta unit usaha di Indonesia, dengan 99,6% merupakan usaha mikro, 0,30% usaha kecil, 0,07% usaha menengah, dan 0,01% usaha besar. UMKM diperkirakan memberikan kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto Indonesia atau sekitar 8.573.896 Milyar Rupiah setiap tahun, menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional (116 juta orang), terutama oleh usaha mikro, (Anastasya, 2023).

Sektor Usaha mikro, dengan pendapatan di bawah Rp50.000.000,-(lima puluh juta rupiah), sesuai (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun, 2008), dan kini disesuaikan dengan (PP RI, 2021), dimana Usaha Mikro

BAB 2

PENTINGNYA KOMPETENSI DALAM MENJAGA KEBERLANGSUNGAN USAHA YANG KOMPETITIF

A. FAKTOR KENDALI KEUNGGULAN KOMPETITIF PERUSAHAAN

Beberapa penelitian terkait keunggulan kompetitif dan kinerja mikro-*enterprise* menunjukkan temuan yang signifikan. Keunggulan kompetitif UMKM dapat diperoleh melalui adaptabilitas terhadap lingkungan dan pengembangan produk bernilai, (Yuleva-Chuchulayna & Emilova Yuleva, 2019). Terdapat hubungan positif antara modal manusia pengusaha perempuan dan kinerja Perusahaan, (Welsh *et al.*, 2018). Pentingnya hubungan positif dengan pelanggan, pemasok, dan karyawan dalam mendukung model bisnis yang sukses untuk UKM, (Dvorský *et al.*, 2021). Terdapat kontribusi positif kepemimpinan kewirausahaan terhadap kesuksesan kewirausahaan melalui mediasi pengenalan peluang kewirausahaan dan kemampuan inovasi, (Taleb *et al.*, 2023). Modal sosial dan kompetensi kewirausahaan memiliki dampak positif terhadap inovasi dan keunggulan kompetitif mikro-*enterprise*, khususnya yang dimiliki oleh Perempuan, (Ali Fazal *et al.*, 2019), (Nair, 2020). Pentingnya pendanaan, pelatihan kewirausahaan, *mentoring* bisnis, dan kemitraan dalam meningkatkan daya saing UMKM di ASEAN, (Yanah Nakhwatunnisa & Sukarno, 2018). Peran kompetensi kewirausahaan, termasuk kemampuan konseptual, komitmen, dan kemampuan mengorganisir, dalam membentuk kinerja mikro-*enterprise* di Malaysia, (Mamun & Fazal, 2019). Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan yang beragam tentang faktor-faktor yang memengaruhi keunggulan kompetitif dan kinerja mikro-*enterprise* dalam berbagai konteks.

Berdasarkan penelitian dan *literature* terkait, terdapat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif suatu perusahaan, di antaranya:

- 1) **Sumber Daya dan Kapabilitas:** Sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki oleh perusahaan dapat menjadi faktor penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Sumber daya dan kapabilitas yang berharga, langka, sulit ditiru, dan tidak dapat digantikan dapat memberikan keunggulan kompetitif jangka panjang bagi perusahaan.

BAB 3

KARAKTERISTIK DAN PETA USAHA MIKRO PEREMPUAN

Untuk memahami konteks sosial dan ekonomi pelaku UMKM perempuan secara lebih mendalam, penting untuk mengkaji karakteristik dasar mereka, baik dari sisi wilayah usaha, jenis kegiatan ekonomi, lama usaha, hingga strategi adaptasi terhadap teknologi digital. Data berikut menggambarkan profil responden yang tersebar di beberapa kecamatan di Kota Depok, dengan dominasi wilayah Cinere sebagai pusat aktivitas UMKM. Mayoritas pelaku usaha bergerak di sektor kuliner dengan skala mikro, baik dari segi modal, omset, maupun jumlah tenaga kerja. Meskipun masih menghadapi keterbatasan dalam kapasitas usaha, terlihat adanya upaya adaptif terhadap digitalisasi, khususnya dalam sistem pembayaran dan promosi daring. Analisis karakteristik ini menjadi fondasi penting untuk memahami potensi dan tantangan yang dihadapi UMKM perempuan dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka di era ekonomi digital.

Tabel 3.1 Profil UMKM Perempuan Terkait Keunggulan Kompetitif

No	Profil	Uraian	Jumlah	%
1	Wilayah Usaha:	1 Kecamatan Limo	14	14%
		2 Kecamatan Cinere	55	55%
		3 Kecamatan Beji dan lainnya	31	31%
			100	100%
2	Jenis Usaha	1 Kerajinan tangan (<i>Craft</i>)	4	4%
		2 <i>Fashion</i>	12	12%
		3 Kuliner	61	61%
		4 Jasa: Salon/ <i>Wedding</i> / <i>Laundry</i>	11	11%
		5 Sembako	12	12%
			100	100%
3	Lama / Usia Usaha	1 dibawah 1 tahun	14	14%
		2 1-3 tahun	30	30%
		3 diatas 3-5 tahun	22	22%
		4 diatas 5-10 tahun	15	15%
		5 diatas 10 tahun	19	19%
			100	100%
4	Modal Usaha	1 < Rp. 10.000.000	70	70%
		2 Rp. 10.000.000-Rp. 25.000.000	17	17%
		3 > Rp. 25.000.000-Rp. 50.000.000	8	8%

BAB 4

PEMETAAN DAYA SAING DAN KEBERHASILAN UMKM PEREMPUAN

Untuk memberikan gambaran kuantitatif mengenai kekuatan dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM perempuan, dilakukan analisis deskriptif terhadap dua kelompok variabel utama, yakni keunggulan kompetitif dan faktor kunci keberhasilan. Penilaian ini berbasis pada persepsi responden menggunakan skala *Likert* 1–5, yang kemudian diolah menjadi skor total untuk masing-masing variabel. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi area yang paling menonjol sebagai kekuatan strategis, sekaligus mengenali aspek yang masih memerlukan penguatan. Tabel berikut menyajikan hasil deskriptif dari masing-masing variabel, yang tidak hanya mencerminkan tingkat kesiapan UMKM perempuan dalam menghadapi dinamika pasar, tetapi juga menggambarkan seberapa besar kontribusi setiap faktor dalam membentuk daya saing dan keberlanjutan usaha mereka di era transformasi digital.

**Tabel 4.1 Deskripsi Data Penelitian Terkait
Keunggulan Kompetitif UMKM Perempuan**

Variabel	Kode Variabel	Frekuensi Jawaban					Score
		1	2	3	4	5	
<i>Entrepreneurial Leadership</i>	X1	0	3	11	24	62	445
<i>Entrepreneurial Opportunity Recognition</i>	X2	0	0	9	51	40	431
<i>Innovative and Proactive</i>	X3	0	2	12	43	43	427
<i>Risk-Taking</i>	X4	0	3	8	39	50	436
<i>Innovation Capability</i>	X5	0	2	13	47	38	421
<i>Innovation Breadth</i>	X6	0	1	10	37	52	440
<i>Innovativeness</i>	X7	0	1	17	44	38	419
<i>Creative Ideas</i>	X8	0	1	10	42	47	435
<i>Product Innovation</i>	X9	0	2	13	46	39	422
<i>Brand reputation</i>	X10	0	2	13	44	41	424
<i>Entrepreneurial Marketing</i>	X11	0	4	20	45	31	403
<i>Adoption of New Technologies in Marketing</i>	X12	0	6	12	42	40	416
<i>Adopsi E-Commerce</i>	X13	0	4	17	53	26	401
<i>Business Networks</i>	X14	0	2	18	45	35	413
<i>Employee Involvement</i>	X15	0	2	14	41	43	425
<i>Information Technology</i>	X16	0	6	11	40	43	420
<i>Operational efficiency improvement</i>	X17	0	6	12	40	42	418
<i>Competitive Environment</i>	X18	0	1	6	57	36	428
<i>Quality of Business Environment</i>	X19	0	3	17	45	35	412

BAB 5

KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM PEREMPUAN

A. KMO DAN BARTLETT'S TEST

Dari 100 responden yang terdiri dari pelaku usaha UMKM perempuan, telah mengisi kuesioner dengan memberikan tanggapan terhadap 25 pertanyaan dari 25 variabel yang terkait dengan keunggulan kompetitif UMKM Perempuan. Penilaian kuesioner ukur berdasarkan skala *Likert* dengan bobot kategori untuk masing-masing jawaban yang diberikan adalah sebagai berikut: Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju, Skor 4 untuk jawaban Setuju, Skor 3 untuk jawaban Netral atau Ragu-ragu, Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju, dan Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju. Hasil analisis dengan KMO and Bartlett's Test dapat dilihat pada tabel dibawah. Nilai *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO) yang dihasilkan adalah sebesar 0,637 untuk 25 faktor yang diuji. Dengan demikian nilai KMO >0,50, hal ini menunjukkan faktor-faktor Keunggulan Kompetitif UMKM Perempuan, layak untuk dilakukan analisis lebih lanjut.

Tabel 5.1 KMO dan Bartlett's

KMO and Bartlett's Test		
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>		.637
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	654.995
	df	300
	Sig.	.000

Sumber: Data diolah

Uji *Anti Image Matrix*

Untuk menentukan uji kelayakan dari faktor-faktor tersebut, maka diadakan uji *Anti Image Matrice* yang akan menentukan apakah *variable* tersebut layak atau tidak layak untuk diikutsertakan dalam proses pengujian selanjutnya.

BAB 6

IDENTIFIKASI FAKTOR DOMINAN PENENTU KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM PEREMPUAN

A. SEMBILAN PILAR KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM PEREMPUAN

Analisis terhadap 25 faktor yang berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif UMKM, dilakukan 3 kali putaran untuk mendapatkan hasil yang berkorelasi $>0,5$. Seperti terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 6.1 Variabel Faktor-Faktor Keunggulan Kompetitif

VARIABEL	KMO & Sig	MSA	Communalities	Eigen values	Rotated Component Matrix	Total Variance Explained (% Cum)
Faktor-faktor Keunggulan Kompetitif	0,6490 0,000	$> 0,5$	$> 0,5$	> 1	9	69.010

Sumber: Data diolah

Tabel diatas memberikan beberapa indikator statistik yang penting dari analisis faktor untuk variabel yang terkait dengan keunggulan kompetitif. Adapun makna dari nilai-nilai tersebut adalah

1. KMO & Sig:
 - a. KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy*): Nilai KMO adalah 0,649. Nilai ini menunjukkan apakah data yang digunakan cocok untuk analisis faktor. Nilai KMO berkisar dari 0 hingga 1, dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan kecocokan yang lebih baik. Nilai di atas 0,5 umumnya dianggap memadai.
 - b. Sig: Nilai signifikansi untuk uji Bartlett adalah 0,000. Nilai ini menunjukkan bahwa uji Bartlett signifikan, yang berarti ada korelasi yang cukup kuat antara variabel-variabel untuk melanjutkan analisis faktor.
2. MSA (*Measure of Sampling Adequacy*): Nilai ini untuk setiap variabel dalam tabel ini lebih besar dari 0,5, menunjukkan bahwa setiap variabel cocok untuk analisis faktor.
3. *Communalities*: Nilai ini menunjukkan proporsi varians dari setiap variabel yang dapat dijelaskan oleh faktor yang diekstrak. Nilai ini lebih besar dari 0,5 untuk semua variabel, menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki kontribusi yang memadai terhadap faktor yang diekstrak.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdelwahed, N. A. A., Bano, S., Al Doghan, M. A., Aljughiman, A. A., Shah, N., & Soomro, B. A. (2024). Empowering women through digital technology: unraveling the nexus between digital enablers, entrepreneurial orientation and innovations. *Equality, Diversity and Inclusion*. <https://doi.org/10.1108/EDI-02-2024-0072>
- Adelia, A., Hamid, R. S., Syamsuddin, S., & Ikbai, M. (2024). Innovation Orientation, Self-Motivation, and Marketing Communication: Their Role in Supporting the Marketing Performance of Women Entrepreneurs in Micro, Small, and Medium Enterprises. *Proceedings Series on Social Sciences & Humanities*, 15, 9–14. <https://doi.org/10.30595/pssh.v15i.917>
- Alam, S. S., Md Salleh, M. F., Masukujaman, M., Al-Shaikh, M. E., Makmor, N., & Makhbul, Z. K. M. (2022). Relationship between Entrepreneurial Orientation and Business Performance among Malay-Owned SMEs in Malaysia: A PLS Analysis. *Sustainability (Switzerland)*, 14(10). <https://doi.org/10.3390/su14106308>
- Ali Fazal, S., Al Mamun, A., Mansori, S., & Abir, T. (2019). *Entrepreneurial Competencies and Micro-Enterprises Performance: A study among the poor and low-income households in Malaysia*. <https://www.researchgate.net/publication/338335565>
- Alzamel, S. (2024). Exploring the Role of E-Entrepreneurship in Fostering Future Green Economy and Environmental Policies: A Study on Saudi Women Entrepreneurs. *Journal of Environmental Assessment Policy and Management*, 26(1). <https://doi.org/10.1142/S1464333224500029>
- Anastasya, A. (2023, July 8). *Data UMKM, Jumlah dan Pertumbuhan Usaha Kecil Mikro dan Menengah*. Ukm.Indonesia.Id.
- antaranews. (2024, February 7). *Menkop UKM sebut 64 persen pelaku UMKM adalah perempuan*. Antaranews.
- Arnet Kelmanutu. (2023, August 14). *Ekbis UMKM Perempuan Kota Depok Diedukasi: Bangun Pertumbuhan Ekonomi dengan Pemberdayaan UMKM*. Radar Depok.
- Bahari, N., Saufi, R. A., Zainol, N. R., Samad, N. S. A., & Yaziz, M. F. A. (2023). Entrepreneur's Personality Traits and Firm Performance of Malaysian SMES: Mediated by Market Orientation. *International Journal of Professional Business Review*, 8(1).

- <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i1.1260>
- Bank Indonesia. (2023). *Frame Work Pengembangan UMKM Bank Indonesia*. BI.Go.Id.
- Barney, J. B., & Clark, D. N. (2007). *Resource-Based Theory Creating and Sustaining Competitive Advantage*.
- Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2019). *Strategic management and competitive advantage: concepts and cases*. Pearson.
- Berita Depok. (2024, May 22). *KemenKopUKM Dukung Program WUB dan Perempuan Pengusaha Pemkot Depok*. Berita Depok.
- bri.co.id. (2023). *Digitalisasi UMKM Dongkrak Pendapatan UMKM di 2022*. Bri.Co.Id.
<https://developers.bri.co.id/id/news/digitalisasi-umkm-dongkrak-pendapatan-umkm-di-2022>
- Cahyani Pangestuti, D., Nastiti, H., Husniaty, R., & Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, U. (2022). Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Untuk Berwirausaha Di Wilayah Depok. In *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 5, Issue 2).
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/abdimas>
- Chaidi, I., Papoutsis, C., Drigas, A., & Skianis, C. (2022). *Women : E-Entrepreneurship and Emotional Intelligence*. 30(2020), 214–237.
- Din, F. M. (2023). Digital Connectivity as a Springboard to Professionalisation: Social Media Groups of Pakistani Women. *International Quarterly for Asian Studies*, 54(4), 389–408.
<https://doi.org/10.11588/iqas.2023.4.21080>
- Dsouza, A., & Panakaje, N. (2023). Factors Affecting Women Entrepreneurs' Success: A Study of Small and Medium-Sized Enterprises-A Review. *India. International Journal of Case Studies in Business*, 7(2), 2581–6942.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.7810386>
- Dvorský, J., Čepel, M., Simionescu, M., & Ďurana, P. (2021). The influence of competitiveness on start-up in smes segment. *E a M: Economie a Management*, 24(1), 102–117.
<https://doi.org/10.15240/TUL/001/2021-1-007>
- Feng, J., Ahmad, Z., & Zheng, W. (2023). Factors influencing women's entrepreneurial success: A multi-analytical approach. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1099760>
- Franco, C. E., & Kumar, S. (2016). Entrepreneurship-a Key for Women Empowerment. *International Journal of Research-GRANTHAALAYAH*, 4(3SE), 45–51.
<https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v4.i3se.2016.2776>

- Gafur, I., & Islam, R. (2024). Performance of Female Entrepreneurs: An Organized Assessment of the Literature Addressing the Factors Affecting Bangladeshi Women Entrepreneurs' Performance. *European Journal of Theoretical and Applied Sciences*, 2(3), 215–224.
[https://doi.org/10.59324/ejtas.2024.2\(3\).18](https://doi.org/10.59324/ejtas.2024.2(3).18)
- Galadanchi, H. A., & Alkali, Z. (2023). Does Entrepreneurial Orientation Affect the Performance of Women-owned SMEs in the Banditry Zone? The Empirical Evidence from Kebbi State, Nigeria. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 23(21), 9–18.
<https://doi.org/10.9734/ajeba/2023/v23i211111>
- Hadi Mousavi, M. D. N. (2020). A new decade for social changes. *Technium Social Sciences Journal*, 6(December), 101–105.
- Hamiza Mohd Noor, N., Maizura Abd Rashid, I., Kamarolzaman, N., Azmawati Husain, N., & Binti Norman, H. (2023). Marketing Orientation, Customer Orientation, Entrepreneurship Education and Women Entrepreneurship Sustainability in Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in Malaysia. In *Information Management and Business Review* (Vol. 15, Issue 4).
- Jiang, Y., & Huang, Y. (2023). How mumpreneurs achieve high entrepreneurial opportunity recognition and development: Evidence from China. *Women's Studies International Forum*, 100.
<https://doi.org/10.1016/j.wsif.2023.102804>
- Kakeesh, D. F. (2024). Female entrepreneurship and entrepreneurial ecosystems. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*.
<https://doi.org/10.1108/JRME-09-2023-0158>
- KEMENKO PMK. (2023, November 28). *Pentingnya Kewirausahaan Perempuan dan Pemuda Untuk Capai Indonesia Maju 2045*. KEMENKO PMK.
- Khoo, C., Yang, E. C. L., Tan, R. Y. Y., Alonso-Vazquez, M., Ricaurte-Quijano, C., Pécot, M., & Barahona-Canales, D. (2024). Opportunities and challenges of digital competencies for women tourism entrepreneurs in Latin America: a gendered perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 32(3), 519–539. <https://doi.org/10.1080/09669582.2023.2189622>
- Kominfo. (2023). *Pemerintah Dorong Perempuan Pelaku UMKM Kembangkan Bisnis*. Kominfo.
<https://www.kominfo.go.id/content/detail/47720/pemerintah-dorong-perempuan-pelaku-umkm-kembangkan-bisnis/0/berita>
- Limanseto, H. (2021, May 5). *UMKM menjadi pilar penting dalam perekonomian Indonesia*. www.Ekon.Go.Id.

- Loan, N. T., Brahmi, M., Nuong, L. T., & Binh, L. T. (2023). Do innovation and proactiveness impact the business performance of women-owned small and medium-scale enterprises in Vietnam? A study using the PLS-SEM approach. *Nurture*, 17(3), 253–271.
<https://doi.org/10.55951/NURTURE.V17I3.314>
- Mamun, A. Al, & Fazal, S. A. (2019). Entrepreneurial knowledge, skills, competencies and Entrepreneurial knowledge, skills, competencies and performance. *Emerald Insight*, 13(1), 29–48.
<https://doi.org/10.1108/APJIE-11-2018-0067>
- Mawarsari, M. A. (2023). *Tren Digitalisasi UMKM di Indonesia 2023: Tantangan dan Peluang*. DailySocial. <https://dailysocial.id/post/tren-digitalisasi-umkm-di-indonesia-2023-tantangan-dan-peluang>
- Muh Arif, & Rahmad Solling Hamid. (2023). The Role of Family Support in Enhancing Self-Confidence and Business Performance in Women Entrepreneurs. *Kontigensi : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(2), 429–435.
<https://doi.org/10.56457/jimk.v11i2.488>
- Nair, S. R. (2020). The link between women entrepreneurship, innovation and stakeholder engagement: A review. *Journal of Business Research*, 119, 283–290. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.06.038>
- Nastiti, H., Cahyani Pangestuti, D., & Husniati, R. (2023). Pendampingan Pemberdayaan Wanita Melalui Wirausaha Kain Batik Ecoprint Di Wilayah Limo Depok. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 03(02), 148–162. <https://doi.org/10.37850/ta>
- Nikmah, F. K., Gumintang, B., Adipratama, R., & Purwati, P. (2023). Institutional Support in Increasing Entrepreneurial Self-efficacy and Performance of Woman Entrepreneurs. *Bulletin of Counseling and Psychotherapy*, 5(1), 100–110. <https://doi.org/10.51214/bocp.v5i1.542>
- Porter, M. E. (1998). *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance*. Free press, Macmillan.
<https://doi.org/10.1108/08858629410073199>
- PP RI. (2021). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 TAHUN 2021*. Prokopim.depok. (2024, June 7). *Produk Unggulan UMKM Kota Depok Banyak Diminati Pengunjung ICE 2024*. Prokopim.Depok.
- Rizvi, S., & Ahmad, B. (2024). Performance of Women Entrepreneurs: Does Financial Literacy Really Matter? *Journal of Business and Social Review in Emerging Economies*, 10(1).
<https://doi.org/10.26710/jbsee.v10i1.2888>
- Sharma, M. (2023). A Study On Women Entrepreneurship In India. In *Journal of Survey in Fisheries Sciences* (Vol. 10, Issue 1). www.wwjmr.com,

- Taleb, T. S. T., Hashim, N., & Zakaria, N. (2023). Entrepreneurial Leadership and Entrepreneurial Success: The Mediating Role of Entrepreneurial Opportunity Recognition and Innovation Capability. *Sustainability (Switzerland)*, 15(7). <https://doi.org/10.3390/su15075776>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. 1*.
- Wahyu Hati, S., & Syarifah, S. (2023). Success Factors for Female Entrepreneurs in Small and Medium Micro Enterprises (SMEs)-Fish Crackers Business. *Journal of World Science*, 2(7), 1088–1105. <https://doi.org/10.58344/jws.v2i7.375>
- Welsh, D. H. B., Kaciak, E., & Shamah, R. (2018). Determinants of women entrepreneurs' firm performance in a hostile environment. *Journal of Business Research*, 88, 481–491. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.12.015>
- Wiig, H., Schou, P. K., & Hansen, B. (2024). Scaling the great wall: how women entrepreneurs in China overcome cultural barriers through digital affordances. *Entrepreneurship and Regional Development*, 36(3–4), 294–311. <https://doi.org/10.1080/08985626.2023.2261393>
- Yadav, U. S., Tripathi, R., Kumar, A., & Shastri, R. K. (2024). Evaluation of Factors Affecting Women Artisans as Entrepreneurs in the Handicraft Sector: A Study on Financial, Digital Technology Factors and Developmental Strategies About ODOP in Uttar Pradesh to Boost Economy. *Journal of the Knowledge Economy*. <https://doi.org/10.1007/s13132-024-01837-9>
- Yahaya, H. D., & Nadarajah, G. (2023). Determining key factors influencing SMEs' performance: A systematic literature review and experts' verification. In *Cogent Business and Management* (Vol. 10, Issue 3). Cogent OA. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2251195>
- Yanah Nakhwatunnisa, H., & Sukarno, T. A. (2018). Strategy to Increase the Competitiveness of SME's Enterprises. *Jejak*, 11(1), 138–150. <https://doi.org/10.15294/jejak>
- Yuleva-Chuchulayna, R., & Emilova Yuleva, R. (2019). *Competitive Advantages And Competitive Strategies Of Small And Medium-Sized Enterprises*. <https://www.researchgate.net/publication/348430203>
- Zapalska, A. M., & McCutcheon, R. (2024). "Tourism and hospitality industry: A case study of Polish female firms." *Problems and Perspectives in Management*, 22(1), 514–523. [https://doi.org/10.21511/ppm.22\(1\).2024.41](https://doi.org/10.21511/ppm.22(1).2024.41)

PROFIL PENULIS

Suharyati, S.E., M.M.



Penulis memiliki jabatan akademik: Lektor, penulis adalah dosen tetap pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis-UPN Veteran Jakarta. Mengampu berbagai mata kuliah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, diantaranya Manajemen Pemasaran, Pemasaran Digital (*e-Marketing*), Pemasaran Jasa, Kewirausahaan, Manajemen Koperasi dan UMKM. Melakukan sejumlah penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang dipublikasikan pada berbagai jurnal terindeks Sinta dan beberapa terindeks scopus/Internasional. Hasil pengabdian kepada masyarakat diantaranya adalah pendirian Koperasi Bunda Sejahtera di Kota Depok, pada tahun 2012 yang telah berbadan hukum dan aktif hingga saat ini. Menulis beberapa *book chapter* dan monograf. Penulis juga memiliki sertifikasi profesi sebagai dosen dan beberapa sertifikasi lainnya diantaranya sertifikasi profesi General Banking, sertifikasi Manajemen Resiko dan sertifikasi CMiP (*Certification of Mitigation in Procurement*). Serta memiliki beberapa HAKI atas hak cipta karya tulis.