

## **Pengusaha Perempuan UMKM Kota Malang Dibingkai Keberlanjutan, Digital Ekonomi serta Kelestarian Lingkungan**

**Dwi Ekasari Harmadji<sup>1\*</sup>, Sukma Perdana<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Wisnuwardhana Malang

Email: [dwiekasari@wisnuwardhana.ac.id](mailto:dwiekasari@wisnuwardhana.ac.id)

(tanda \* menunjukkan koresponden author)

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan memaknai peran Pengusaha perempuan UMKM Kota Malang dibingkai keberlanjutan Bersama digital ekonomi serta kelestarian lingkungan. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan perolehan data melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) serta Forum Group Discussion (FGD). Informan Utama Ibu Peni Budi Astuti selaku *founder* Organisasi Preman Super (singkatan dari: Perempuan Mandiri Sumber Perubahan) di Kota Malang. Hasil penelitian memberikan makna tentang peran organisasi sosial seperti Preman Super yang anggotanya didominasi Pengusaha perempuan UMKM dalam keberlanjutan UMKM di kota Malang sangat penting. Pengusaha perempuan UMKM juga terbiasa memanfaatkan digital ekonomi untuk keberlanjutan UMKM nya. Kelestarian lingkungan melalui proses produksi yang ramah lingkungan pun diterapkan untuk keberlanjutan UMKM di Kota Malang. Hasil penelitian ini bisa dipakai untuk program pendampingan pemberdayaan pengusaha perempuan UMKM yang digiatkan oleh Pemkot Malang secara efisien dan efektif.

**Kata kunci:** Pengusaha Perempuan UMKM; Digital Ekonomi; Kelestarian Lingkungan; Keberlanjutan UMKM

### ***Female Entrepreneurs of Malang City's MSMEs Framed by Sustainability, Digital Economy and Environmental Sustainability***

#### **Abstract**

*This research aims to understand the role of Malang City MSME Women Entrepreneurs framed in sustainability with the digital economy and environmental sustainability. This research is descriptive qualitative research with data obtained through in-depth interviews and Forum Group Discussions (FGD). Main informant Mrs. Peni Budi Astuti as founder of the Super Preman Organization (abbreviation for: Independent Women Source of Change) in Malang City. The research results provide meaning about the role of social organizations such as Preman Super, whose members are dominated by female entrepreneurs, in the sustainability of MSMEs in the city of Malang. Women entrepreneurs are also accustomed to utilizing the digital economy for the sustainability of their MSMEs. Environmental sustainability through environmentally friendly production processes is also implemented for the sustainability of MSMEs in Malang City. The results of this research can be used for an efficient and effective mentoring program to empower women MSME entrepreneurs initiated by the Malang City Government.*

**Keywords:** *Women Entrepreneur; Digital Economy; Environmental Sustainability; MSME Sustainability*

## Pendahuluan

Fenomena yang muncul adalah tingginya peran pengusaha perempuan UMKM untuk menyejahterakan keluarga karena jumlah pengusaha UMKM perempuan di Indonesia sebesar 64,5 % dari total pelaku UMKM (1). Menteri Koperasi dan UMKM (1) Teten Masduki pernah menyatakan bahwa pemberdayaan perempuan pengusaha UMKM sesuai dengan pemberdayaan ekonomi Indonesia. Di Kota Malang 90 % pengusaha UMKM didominasi oleh Perempuan (2). Kepala Diskopindag Kota Malang, Eko Sri Yuliadi menyampaikan bahwa UMKM yang dibina organisasi/paguyuban Preman Super/pengusaha perempuan UMKM di kota Malang ini kebanyakan bergerak di sektor ekonomi kreatif, antara lain: kuliner, kriya, konveksi atau jahit. Tema penelitian ini mengangkat fenomena yang senafas dengan topik riset pengusaha perempuan UMKM yang berbasis pengetahuan khas perempuan (2). Hal ini merupakan kunci penting untuk kemajuan sektor UMKM karena keikutsertaan pengusaha perempuan UMKM yang berpengetahuan khas budaya setempat (*local wisdom*) yaitu: *nggendong indit: ngangkat drajat keluarga iso ngangkat kemakmuran sak kabehe*. Hal ini diterapkan dalam bisnis mereka. Beberapa penelitian 10 tahun terakhir ini membuktikan bahwa peran pengusaha perempuan UMKM sangat besar dalam perkembangan UMKM suatu negara (3). Hal ini terjadi karena kemampuan kognitif, kognisi spasial, dan keadaan emosi saling berkaitan dengan pengetahuan khas perempuan (4). Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa perempuan lebih ramah lingkungan dalam proses produksinya dibandingkan laki-laki; dengan demikian, otonomi alami perempuan menarik lebih banyak energi ramah lingkungan dibandingkan tungku kayu konvensional dalam memasak dan pembakaran bahan bakar fosil untuk keperluan perusahaan dan rumah tangga (5). Pemberdayaan perempuan melalui digital ekonomi dan teknologi akan memotivasi infrastruktur sumber daya manusia yang mengurangi kesenjangan gender dalam sistem sosial-ekonomi dan memungkinkan mereka dalam proses pengambilan keputusan untuk mencapai agenda kelestarian lingkungan (6) dan (7). Pengetahuan khas perempuan yang meliputi orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan model adopsi e-commerce (digital ekonomi) dalam penelitian ini (8) dan (23) mempunyai dampak positif baik secara manajerial maupun akademis. Fokus pada keberlanjutan ((9), studi terdahulu ini menavigasi bidang kewirausahaan berkelanjutan yang berpuncak pada eksplorasi mendetail berbagai peluang dan model bisnis dalam industri fotovoltaik tenaga surya yang ramah lingkungan. Artikel terdahulu (10) dan (24) bertujuan untuk menyarankan elemen-elemen yang mempengaruhi peningkatan pemikiran kewirausahaan Perempuan UMKM yang ramah lingkungan tentang kemungkinan peningkatan melalui standarisasi dan kesetaraan gender yang melekat dalam ekonomi hijau. Hasil penelitian ini (11) membuktikan bahwa terdapat hubungan positif antara perilaku ramah lingkungan pada tingkat individu pengusaha perempuan UMKM dan keberlanjutan UMKM. Makalah ini (12) mengeksplorasi faktor-faktor keberhasilan strategis pengusaha perempuan UMKM yang berkembang pesat, dan strategi gender pengetahuan khas perempuan yang mempengaruhi jalur pertumbuhan bisnis UMKM. Berdasarkan teori feminis sosial dari penelitian kualitatif terdahulu (13) dan (25) menyatakan bahwa pilihan perspektif pengetahuan khas perempuan dapat menjadi prinsip utama di balik perilaku kewirausahaan perempuan dan berhubungan positif dengan keberlanjutan. Temuan penelitian lainnya (14) dan (26) memberikan pemahaman yang lebih beragam tentang pengusaha perempuan UMKM dalam ekonomi digital yang membentuk faktor kunci keberhasilan strategis hubungan dengan klien. Artikel (15) menyatakan adanya hubungan dengan *branding*, nilai dan budaya organisasi, perilaku berjejaring, serta kepemimpinan serta manajemen dengan atribut dan nilai-nilai pengetahuan khas perempuan yang diperoleh melalui sosialisasi.

Berdasarkan fenomena-fenomena diatas maka penelitian ini menentukan **Rumusan masalah pertama** adalah bagaimana cara memanfaatkan pengetahuan khas perempuan yang terkait dengan pengetahuan tradisional, keahlian rumah tangga, atau pengalaman unik yang dapat diubah menjadi produk yang dijual. **Rumusan masalah kedua** adalah bagaimana

pengetahuan khas perempuan bisa membawa perspektif unik terkait dengan kreativitas dan inovasi dalam digital ekonomi, kelestarian lingkungan serta keberlanjutan usahanya. **Rumusan masalah ketiga** adalah bagaimana pengusaha perempuan UMKM yang sukses dalam UMKM dapat menjadi model peran bagi generasi berikutnya, juga sanggup mendorong lebih banyak perempuan untuk terlibat dalam dunia bisnis dan kewirausahaan. **Urgensi** artikel ini adalah untuk memperkuat peran perempuan dalam pemberdayaan ekonomi, karena bisa meningkatkan kemandirian finansial perempuan, memberikan akses yang lebih besar ke sumber daya dan membantu mengurangi kesenjangan gender dalam bidang ekonomi. Keterlibatan perempuan dalam UMKM juga bisa membantu diversifikasi ekonomi kerakyatan yang meningkatkan kesejahteraan Kota Malang pada khususnya dan Indonesia pada umumnya, karena mengurangi ketergantungan pada sektor-sektor tertentu serta menciptakan peluang baru bagi pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. UMKM yang dipimpin oleh perempuan cenderung lebih banyak mempekerjakan Perempuan, kaum difabel (kaum marjinal) dan orang-orang dari komunitas/organisasi lokal. Ini membuka lowongan kerja sehingga mengurangi tingkat pengangguran, terutama di wilayah-wilayah yang memiliki akses terbatas terhadap pekerjaan formal bagi Perempuan (kaum marjinal).

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

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

**Tabel 1. persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu**

**Tabel 1**  
**Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu**

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

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



Gambar 1 merupakan diagram alir penelitian yang menggambarkan berikut ini:

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

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

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

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

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

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

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

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

## Metode Penelitian

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

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

yang sama. Jika simpulan telah diyakini memiliki kredibilitas tinggi, maka pengumpulan data dinyatakan selesai.

### **Uji Keabsahan Data**

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

### **Hasil dan Pembahasan**

Peran pengusaha perempuan UMKM bagi peningkatan ekonomi keluarga. Data membuktikan bahwa jumlah pengusaha UMKM perempuan di Indonesia sebesar 64,5 % dari total pelaku UMKM (1). Data lainnya juga membuktikan bahwa jumlah UMKM di Kota Malang yang telah terverifikasi sekitar 21.000 UMKM (2) yang didominasi oleh para perempuan dan ibu rumah tangga. Mereka tergabung dalam beberapa komunitas/paguyuban. Hal ini bermakna bahwa pengusaha perempuan UMKM telah memahami metode peningkatan ekonomi bagi keluarga. Pengusaha UMKM perempuan di Kota Malang yang harus ditingkatkan kuantitas dan kualitasnya. Pengusaha perempuan UMKM memiliki peran penting dalam era ekonomi digital saat ini. Berikut beberapa aspek kunci peran mereka:

1. Pemanfaatan teknologi digital
  - a. Mengadopsi platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar (3).
  - b. Menggunakan media sosial untuk branding dan pemasaran yang efektif (4).
  - c. Memanfaatkan analisis data untuk memahami tren pasar dan preferensi pelanggan (5)
2. Peningkatan efisiensi operasional:
  - a. Mengimplementasikan sistem manajemen inventori digital (6).
  - b. Mengotomatisasi proses administrasi dan keuangan (7).
  - c. Menggunakan aplikasi produktivitas untuk manajemen proyek dan kolaborasi tim (8).
3. Menjangkau pasar yang lebih luas:
  - a. Memasarkan produk/jasa ke pasar global melalui platform online (9).
  - b. Berpartisipasi dalam marketplace digital untuk menjangkau lebih banyak pelanggan (10).
  - c. Memanfaatkan teknologi terjemahan untuk mengatasi hambatan Bahasa (11).
4. Praktik bisnis berkelanjutan:
  - a. - Mengadopsi solusi teknologi ramah lingkungan (12).
  - b. - Mengoptimalkan rantai pasokan untuk mengurangi jejak karbon (13).
  - c. - Mempromosikan produk/jasa ramah lingkungan melalui platform digital (14).
5. Pengembangan keterampilan digital:
  - a. Terus meningkatkan literasi digital dan keterampilan teknologi (15).
  - b. Mengikuti pelatihan online terkait kewirausahaan digital (16).
  - c. Berpartisipasi dalam komunitas pengusaha perempuan UMKM online untuk berbagi pengetahuan (17).
6. **Inovasi produk dan layanan:**

- a. Memanfaatkan teknologi untuk menciptakan produk/jasa baru yang relevan (18).
  - b. Menggunakan umpan balik pelanggan digital untuk perbaikan berkelanjutan (19).
  - c. Berkolaborasi dengan startup teknologi untuk solusi inovatif (20).
7. **Mengatasi tantangan:**
- a. Menemukan keseimbangan antara adopsi teknologi dan interaksi personal (21).
  - b. Mengatasi kesenjangan digital dan akses teknologi (22).
  - c. Menjaga keamanan data dan privasi dalam lingkungan digital (23).
8. **Memberdayakan komunitas:**
- a. Menjadi mentor bagi pengusaha perempuan UMKM lain dalam adopsi teknologi (24).
  - b. Mendukung inisiatif untuk meningkatkan akses teknologi bagi Perempuan (25).
  - c. Beradvokasi untuk kebijakan yang mendukung kewirausahaan digital inklusif (26).

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

Peneliti juga menerapkan *naturalistic inquiry* (27) berdasarkan fakta, data, informasi strategi dan praktik digital ekonomi yang digunakan oleh pengusaha perempuan UMKM di Kota Malang untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka. Temuan-temuan original, autentik dan *genuine* (28) yang tak sekedar indrawi semata akan terbaca di dampak positif serta negatif dari aktivitas digital ekonomi yang dilakukan oleh pengusaha perempuan UMKM terhadap lingkungan yang juga dilakukan bersamaan dengan identifikasi praktik-praktik berkelanjutan (29). Hal ini terkait dengan menyelami kedalaman makna yang *latent* (30) menjadi manifestasi atas implementasi pengusaha perempuan UMKM untuk adaptif dalam digital ekonomi, serta menjaga kelestarian lingkungan, dan potensi dampaknya terhadap keberlanjutan UMKM. Kesadaran Pengusaha perempuan UMKM perlu ditingkatkan, secara aktif dan inovatif mengikuti teknologi dan perkembangan zaman. Perempuan harus tahu pengelolaan pendapatan bagi keluarga, di samping suaminya yang juga mendapatkan penghasilan dari pekerjaan mereka.

## Simpulan

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

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

## Daftar Pustaka (Times New Roman 11)

- (1) DOI: <https://www.antaraneews.com/berita/3953202/menkop-ukm-sebut-64-persen-pelaku-umkm-adalah-perempuan> diunggah tanggal 27-2-2024 jam 20.07 WIB
- (2) DOI: <https://kotamalang.memontum.com/90-persen-umkm-di-kota-malang-didominasi-perempuan> diunggah tanggal 5-3-2024 jam 15.45 WIB ]
- (3) Mbaye, L.M . (2020). Weather Shocks and Women Empowerment. In Women and Sustainable Human Development; Palgrave Macmillan: Cham, Switzerland, 37–49. doi: [https://doi.org/10.1007/978-3-030-14935-2\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-030-14935-2_3).

- (4) Pirani, N.; Ricker, B.A.; Kraak, M.J. (2020). Feminist cartography and the United Nations Sustainable Development Goal on gender equality: Emotional responses to three thematic maps. *Can. Geog. Geogr. Can.*, 64, 184–198. <https://doi.org/10.1111/cag.12575>
- (5) Mujeed, S.; Li, S.; Jabeen, M.; Nassani, A.A.; Askar, S.E.; Zaman, K.; Abro, M.M.Q.; Sriyanto; Jambari, H. (2021). Technowomen: Women's Autonomy and Its Impact on Environmental Quality. *Sustainability*, 13, 1611. <https://doi.org/10.3390/su13041611>
- (6) Nhamo, G.; Mukonza, C. Opportunities for women in the green economy and environmental sectors. *Sustain. Dev.* 2020
- (7) Octavia, A., & Sriayudha, Y. (2021). Model of marketing performance: Role of innovation capability in women entrepreneurs. *Dinasti International Journal of Management Science*, 3(2), 374–384. <https://doi.org/10.31933/dijms.v3i2.1007>.
- (8) Octavia, A., Indrawijaya, S., Sriayudha, Y., Heriberta, Hasbullah, H., & Asrini. (2020). Impact on e-commerce adoption on entrepreneurial orientation and market orientation in business performance of smes. *Asian Economic and Financial Review*, 10(5), 516–525. <https://doi.org/10.18488/journal.aefr.2020.105.516.525>.
- (9) Ye, Q., Zhou, R., Anwar, M. A., Siddiquei, A. N., & Asmi, F. (2020). Entrepreneurs and environmental sustainability in the digital era: Regional and institutional perspectives. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(4), 1355. <https://doi.org/10.3390/ijerph17041355>.
- (10) Mitić, N., Srebro, B., Popović, J., Kvrgić, G., & Deđanski, S. (2021). Factors influencing development of green women's entrepreneurship in Serbia. *Ekonomika Poljoprivrede*, 68(3), pp. 627–644. <https://doi.org/10.5937/ekopolj2103627>.
- (11) Maniu, I., Costache, C., & Dumitraşcu, D. D. (2021). Adoption of green environmental practices in small and medium-sized enterprises: Entrepreneur and business policies patterns in Romania. *Sustainability*, 13(9), 4968. <https://doi.org/10.3390/su13094968>.
- (12) Huq, A., Tan, C. S. L., & Venugopal, V. (2020). How do women entrepreneurs strategize growth? An investigation using the social feminist theory lens. *Journal of Small Business Management*, 58(2), 259–287. <https://doi.org/10.1080/00472778.2019.1659679>.
- (13) Habib, M. A., Bao, Y., & Ilmudeen, A. (2020). The impact of green entrepreneurial orientation, market orientation and green supply chain management practices on sustainable firm performance. *Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1743616>.
- (14) Gbadamosi, A. (2019). Women-entrepreneurship, religiosity, and value-co-creation with ethnic consumers: Revisiting the paradox. *Journal of Strategic Marketing*, 27(4), 303–316. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2017.1344293>.
- (15) Gast, J., Gundolf, K., & Cesinger, B. (2017). Doing business in a green way: A systematic review of the ecological sustainability entrepreneurship literature and future research directions. *Journal of Cleaner Production*, 147, 44–56. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.01.065>.
- (16) Chu, F., Zhang, W., & Jiang, Y. (2021). How does policy perception affect green entrepreneurship behavior? An empirical analysis from China. *Discrete Dynamics in Nature and Society*, 2021, pp. 1–9. <https://doi.org/10.1155/2021/7973046>.
- (17) Cabrera, E. M., & Mauricio, D. (2017). Factors affecting the success of women's entrepreneurship: A review of literature. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 9(1), pp. 31–65. <https://doi.org/10.1108/IJGE-01-2016-0001>.
- (18) Bodlaj, M., & Cater, B. (2018). The impact of environmental turbulence on the perceived importance of innovation and innovativeness in SMEs. *Journal of Small Business Management*. 57(S2), pp. 417–435. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12482>.
- (19) Byrne, J., Fattoum, S., & Diaz Garcia, M. C. (2019). Role models and women entrepreneurs: Entrepreneurial superwoman has her say. *Journal of Small Business Management*, 57(1), 154–184. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12426>.
- (20) Zlatkov-Cvetković, Marina. (2015). Women entrepreneurship in Serbia: A

- qualitative study of the perceived enabling factors for the female entrepreneurship. Master Thesis, Swedish University of Agricultural Sciences.
- (21) Zlatkov-Cvetković, Marina. (2015). Women entrepreneurship in Serbia: A qualitative study of the perceived enabling factors for the female entrepreneurship. Master Thesis, Swedish University of Agricultural Sciences
- (22) United Nations. (2020). Goal 5: Gender Equality. Goal 5: Achieve Gender Equality and Empower All Women and Girls. doi:<https://doi.org/10.1891/9780826190123.0016> Available online: <http://www.un.org/development/desa/disabilities/envision2030-goal5.html> (accessed on 4 December 2020).
- (23) Mutmainah, Nurfitri (2020). Peran Perempuan dalam Pengembangan Ekonomi Melalui Kegiatan UMKM di Kabupaten Bantul. *Wedana: Jurnal Kajian Pemerintahan, Politik dan Birokrasi* Vol.6 (1) April 2020. DOI: [https://doi.org/10.25299/wedana.2020.vol6\(1\),4190](https://doi.org/10.25299/wedana.2020.vol6(1),4190)
- (24) Rizal, Muhammad, Dias Setianingsih, R. C. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi wanita berwirausaha (Studi Kasus Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 5(2). <https://ejournalunsam.id>
- (25) Canizares, S.M.C. dan Garcia, F.I.F. (2010). Gender Differences in Entrepreneurial Attitudes, Equality, Diversity and Inclusion. *An International Journal*, Vol. 29 (8). pp. 766-786. DOI: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/02610151011089519>
- (26) Hattab, H. (2012). Towards Understanding Female Entrepreneurship in Middle Eastern and North African Countries: A Cross-Country Comparison of Female Entrepreneurship, Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues. Emerald Group Publishing Limited, Vol.5 (3), pp.171-186. DOI: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/17537981211265561>
- (27) Neuman, W. L2 006. *Social Research Methods. Qualitative and Quantitative Approach*. Sixth edition. Person International Edition.
- (28) Snow, D. A., Morrill, C., & Anderson, L. (2003). Elaborating Analytic Ethnography. In *Ethnography* (Vol. 4, Issue 2, pp. 181–200). SAGE Publications. DOI: <https://doi.org/10.1177/14661381030042002>
- (29) Stahl, B. C. (2005). A Critical View of The Ethical nature of Interpretive Research: Paul Ricoeur and The Other. *Proceedings of the Thirteenth European Conference on Information Systems*, 25.
- (30) Lee, Y., Wang, S., VORLICEK M, Surendran, P., Schepard, A. I., Emery, R. E., Rose, W., Rogers, E. M., Everett, M., Robinson, L., Robinson, L., Raphael, G., Pedro, J., Ortiz, M., Otieno, O. C., Liyala, S., Odongo, B. C., Abeka, S., Olushola, T., ... Assumptions, C. (2017). TAM References. *Business Management and Strategy*, 3(1), 121. DOI:<https://murdoch.is/teaching/slides/2014-COMPGA11-7.pdf><http://pubsonline.informs.org/doi/abs/10.1287/mnsc.35.8.982>[https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/MT\\_Globalization\\_Report\\_2018.pdf](https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/MT_Globalization_Report_2018.pdf)<http://eprint>