



**Motivasi Berwirausaha Melalui Anyaman Tradisional Bagi Ibu Rumah
Tangga Berbantuan E-Commerce**
*Entrepreneurship Motivation Through Traditional Woven for Housewives
Assisted E-Commerce*

¹Saifullah Darlan, ²Seth Miko, ³Mardiana, & ⁴Riri Metriani

Universitas Palangka Raya, Kalmantan Tengah, Indonesia.

ARTIKEL INFO

Diterima
Agustus 2022

Dipublikasi
September 2022

*e-mail :
fuldarlan@gmail.com
sethmiko772@gmail.com
mardianafkipupr@gmail.com
ririmetriani01@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana motivasi berwirausaha melalui anyaman tradisional bagi ibu-ibu rumah tangga di desa Gohong berbantuan media e-commerce, dilaksanakan dengan metode kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari ibu-ibu rumah tangga sebagai sumber data primer, dan sebagai data sekunder masyarakat serta stakeholder yang ada kaitannya dengan objek penelitian ini.

Analisis data dilakukan secara simultan dari awal hingga akhir dan mengikuti yang dianjurkan Miles, Huberman dan Saldana mulai dari (1) data collection), (2) data condensation, (3) data display, dan (4) conclusions: drawing and verifying.

Hasil penelitian bahwa ibu-ibu rumah tangga di desa Gohong pada dasarnya memiliki motivasi untuk berwirausaha melalui anyaman tradisional rotan, namun motif dari hasil produk yang mereka buat masih terbatas dan sederhana karena dipengaruhi tradisi yang sudah melekat dalam masyarakat, akibatnya produk dihasilkan belum memiliki nilai ekonomi signifikan dalam menambah penghasilan rumah tangga.

Kata kunci: Anyaman Tradisional, Ekonomi Kreatif, Jiwa Wirausaha, e-commerce.

ABSTRACT

The objective of this qualitative study was to describe how housewives in the village of Gohong were inspired to pursue entrepreneurship through traditional weaving assisted by e-commerce. Observational, interview-based, and document-based methods of data collection. As primary data sources, the informants for this study were housewives; as secondary data sources, the community and relevant stakeholders were consulted.

Data analysis is conducted simultaneously from beginning to end, as recommended by Miles, Huberman, and Saldana, beginning with (1) data collection, (2) data condensation, (3) data presentation, and (4) conclusions: drawing and verifying.

The results of the study indicate that housewives in Gohong village have the motivation to become entrepreneurs through traditional rattan weaving; however, the motives of the products they produce are still limited and simple because they are influenced by traditions that are inherent to the community; as a result, the products produced have no economic value. increased household income significantly.

Keywords: traditional weaving, an entrepreneurial spirit and a creative economy, e-commerce

PENDAHULUAN

Kalimantan Tengah memiliki Sumber Daya Alam (SDA) yang sangat banyak dan dapat digunakan untuk memenuhi segala kebutuhan hidup manusia, sebagaimana dikonsepsikan dalam Undang-Undang Dasar 1945 pasal 33 ayat (3) dijelaskan bahwa: Bumi air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Karenanya kekayaan berupa SDA yang dimiliki harus dapat memakmurkan masyarakat dan dapat dinikmati secara berkelanjutan dari generasi ke generasi berikutnya. Karena SDA yang dimiliki beragam dan mempunyai peranan yang sangat penting dalam menunjang kehidupan masyarakat. Dalam UU No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup pasal 1 ayat (9) dijelaskan bahwa SDA adalah unsur lingkungan hidup yang terdiri atas sumber daya hayati dan non hayati yang secara keseluruhan membentuk kesatuan ekosistem. (Wardani & Dewi, 2021)

Desa Gohong merupakan salah satu desa yang ada di Kabupaten Pulang Pisau Kalimantan Tengah yang banyak memiliki sumber daya hayati, di antaranya berupa rotan yang banyak tumbuh di hutan atau rotan yang sudah ditanam di kebun-kebun petani. Rotan termasuk salah satu hasil hutan non kayu yang banyak tumbuh di desa Gohong dan dianggap masyarakat dapat membantu menjaga kelestarian hutan, karena cepat tumbuh dan relatif mudah dipanen. Rotan-rotan ini berpotensi untuk dikembangkan menjadi usaha dalam berbagai macam produk olahan. Masyarakat di desa Gohong banyak memanfaatkan umbut rotan dijadikan sayur masakan khas daerah, batangnya dijadikan kerajinan perabot rumah tangga seperti furnitur seperti kursi dan meja, serta souvenir berupa anyaman tradisional seperti tikar, tas, topi, dompet, lawung, hiasan pigura dan

produk lainnya yang dikerjakan pada sektoral non formal sehingga pada akhirnya hasil dari kerajinan tersebut dapat menambah ekonomi rumah tangga.

Selama ini pengolahan rotan masih sederhana, setelah diambil dari hutan atau dari kebun kemudian dibersihkan dan dikeringkan langsung dijual secara glondongan atau sekedar diolah menjadi produk tikar dan tas kemudian dijual untuk menambah ekonomi rumah tangga mereka. Pembuat kerajinan anyaman tradisional bahan rotan ini kebanyakan dilakukan ibu-ibu rumah tangga yang berada di desa Gohong, mereka selalu menganyam rotan untuk dijadikan produk kerajinan dalam bentuk anyaman tradisional. Keterampilan mengerjakan anyaman rotan secara tradisional ini merupakan suatu pekerjaan berupa warisan budaya secara turun temurun dari orang tua kepada anak dan cucunya, dibuat terbatas untuk keperluan rumah tangga dalam bentuk tikar dan tas, hasilnya masih sederhana sehingga kerap diidentikkan mengikuti budaya dan tradisi yang sederhana serta kurang dalam pengembangannya. Jasper, J.M, (2007), Jasper (2007) menjelaskan mengenai makna budaya sebagai suatu pemahaman terhadap dunia mental dan perwujudan yang dirasakan bersama.

Walaupun kerajinan anyaman tradisional yang dibuat dari rotan di desa Gohong ini merupakan suatu kerajinan yang sudah lama diwarisi dari generasi ke generasi, dan hasil penjualan dari anyaman ini merupakan salah satu sumber penghasilan tambahan bagi masyarakat. Namun seiring berjalannya waktu dan berkembangnya teknologi dalam membuat produk anyaman sehingga merubah pencitraan terhadap kerajinan anyaman tradisional berbahan rotan yang dihasilkan masyarakat. Masuknya produk anyaman lain yang dibuat dari bahan plastik dengan berbagai bentuk dimana produk

tersebut kualitasnya tidak kalah dengan produk anyaman berbahan rotan, yang dijual dengan harga lebih murah. Kehadiran produk berbahan plastik seperti ini di desa Gohong menimbulkan dampak terhadap pelestarian budaya masyarakat dan berkurangnya minat masyarakat khususnya ibu-ibu rumah tangga dalam berwirausaha melalui pembuatan kerajinan anyam tradisional berbahan rotan. Tahun 2007 pemerintah mencanangkan program “*One Village, One Product*” dengan tujuan untuk membangun kemandirian dan kesejahteraan ekonomi lokal dengan mengandalkan khas dan kebudayaan lokal yang berpotensi. (Suswanti dan Wahyu Hidayat, 2017). (Suswanti & Hidayat, 2017)

Media *e-commerce* selama ini hanya ramai digunakan untuk transaksi pembelian, apalagi di masa awal Covid-19, khususnya para wanita/ibu-ibu (Gumartifa & Alfaresi, 2022; Juniar & Jusrianti, 2021; Neri & Nengsih, 2022; Sumarni et al., 2020). Padahal, *media e-commerce* yang kita kenal selama ini dengan tempat belanja, bisa menjadi ladang uang untuk meraup untung. (Alfina, 2022; Gumartifa & Alfaresi, 2022; Neri & Nengsih, 2022). Apalagi *e-commerce* cenderung mengarah ke perkembangan di dunia teknologi (*Information Technology*) (Helmy et al., 2022), yang sekarang makin banyak diberdayakan oleh orang-orang untuk mengembangkan bisnis di dunia *digital marketing*. (Tolstoy et al., 2022; Tolstoy & Hanell, 2022)

Media *e-commerce* adalah tempat berbelanja secara daring/*online* (Juniar & Jusrianti, 2021). Proses belanjanya sendiri cukup mudah, kita cukup melakukan pemesanan (*check out*) ke keranjang belanja kepada para seller (penjual) di *marketplace* tempat belanja. Adapun hal tersebut dapat dilakukan melalui telepon genggam atau melalui perangkat computer.

Selanjutnya, setelah melakukan pemilihan barang, kita akan diarahkan untuk

proses pembayaran. Sebelumnya, kita harus sudah memastikan barang yang kita pilih sudah sesuai yang kita mau, lalu cek Kembali alamat tujuan pengiriman melalui kurir yang kita juga harus pilih. Pemilihan kurir akan menyesuaikan kemampuan kita, karena semakin cepat barang tersebut sampai, maka akan makin mahal pula biayanya. Bahkan, baru-baru ini, berbagai *marketplace* menyediakan fitur *Cash on Delivery*. Sehingga, dengan kemudahan yang ada tersebut, maka harapannya menjadi motivasi bagi ibu-ibu untuk berani mengembangkan lebih luas usahanya tersebut, karena produk yang dipromosikan tidak hanya di lokal saja, namun bisa ke internasional.

Anyaman tradisional yang terbantuan dengan adanya *e-commerce* yang ada di Indonesia. Berbagai penelitian telah dilakukan mengenai topik tersebut, baik mengenai digitalisasi industry tekstil dan citra produk melalui *online marketing*. (Pal & Jayarathne, 2022; Radhakrishnan, 2022). Bahkan, di era sekarang para selebritis pun juga menggunakan media online untuk promosi, hingga menjadi *viral* di negara asing (Sandel & Wang, 2022).

Namun, kerajinan tangan yang dihasilkan oleh ibu-ibu rumah tangga di Sei Gohong sangatlah berkualitas dan unik, sehingga diharapkan dengan motivasi tersebut bisa jadi penggebrak di dunia kerajinan tangan. (Darlan, 2022) Meskipun pada kenyataannya, hal tersebut sudah umum dilakukan semenjak ramainya penggunaan telepon pintar dan *social media* sebagai bahan promosi oleh para ibu rumah tangga (Haugen, 1987; Helmy et al., 2022; Neri & Nengsih, 2022), kemudian terkait motivasi dan minat dalam berwirausaha dari tingkat Pendidikan sekolah menengah hingga pengaruh kondisi ekonomi orang tua (Jailani, 2019; Jailani et al., 2019).

Namun, implementasi berbantuan media *e-commerce* untuk daerah desa agaklah sulit, karena terkendala masalah teknis,

seperti listrik dan jaringan di sana. Sehingga, tidak menutup kemungkinan untuk mengembangkan prakarya yang dihasilkan untuk lebih masuk ke ranah global, apalagi bahan yang digunakan pun juga masih ramah lingkungan.

Sehingga, dengan melihat peluang yang ada dengan masih kurangnya penelitian terkait hasil karya ibu rumah tangga mengenai rotan, dengan potensi global, dengan berbantuan e-commerce menjadi nilai kebaruan untuk melengkapi penelitian sebelumnya.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di desa Gohong Kabupaten Pulang Pisau Kalimantan Tengah, sebagai subjek penelitian adalah ibu-ibu rumah tangga dan masyarakat, serta stakeholder yang ada kaitannya dengan objek penelitian. Pendekatan penelitian dilakukan dengan kualitatif, Penelitian kualitatif dilakukan secara mendetail dengan cara pengamatan fenomena atau kejadian untuk mencari tahu jawaban hingga jawaban tersebut benar-benar memuaskan. istilah penelitian kualitatif kami maksudkan sebagai jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya. (Strauss & Corbin, 2017) Penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. (Moleong, 2018; Steven J, Taylor, Robert, Bogdan, Marjorie L, 2016)

Teknik untuk menghimpun data yang diperoleh dari ibu-ibu rumah tangga dan sumber lain yang relevan mengikuti teknik yang dianjurkan Creswel (2016), dilakukan melalui observasi (*observation*), wawancara (*interview*), dan dokumentasi (*documentation*). Selanjutnya analisis data dilakukan secara simultan dari awal sampai akhir penelitian dan dilaksanakan secara lengkap terhadap seluruh data yang dikumpulkan. Begitu pula analisis

data mengikuti prosedur penelitian kualitatif, yang dikemukakan Miles, Huberman dan Saldana (2014), mulai dari (1) pengumpulan data (*data collection*), (2) condensasi data (*data condensation*), (3) penampilan data (*data display*), dan (4) verifikasi dan kesimpulan. (*Conclusions: drawing and verifying*). Kemudian untuk mengecek keabsahan data dan memastikan apakah data yang didapatkan dari informan itu benar-benar akurat, peneliti mengikuti prosedur yang dianjurkan oleh Lincoln dan Guba (1985) terdiri dari ketekunan pengamatan, triangulasi, dan *member check*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis data dari temuan lapangan dapat dikemukakan bahwa motivasi ibu-ibu rumah tangga yang berwirausaha melalui anyaman tradisional dengan berbantuan media e-commerce sudah cukup bagus, walaupun demikian masih perlu bimbingan untuk meningkatkan kualitas hasil produk terutama motif dan corak hasil anyaman agar tidak kaku, dan perlu kreasi sehingga menghasilkan anyaman tradisional dengan motif yang bervariasi, serta memiliki ciri khas disbanding produk kerajinan lain.

Hasil observasi dan wawancara kepada beberapa orang informan pengrajin anyaman tradisional didapat informasi bahwa ibu-ibu rumah tangga yang berada di desa Gohong kebanyakan membuat produk anyaman dengan motif klasik dan mereka belum bisa membuat pembaharuan motif yang berbeda dari sebelumnya, sehingga inilah yang menyebabkan kurangnya minat para pembeli untuk membeli hasil anyaman tradisional ini. Kurangnya minat untuk membeli hasil produk anyaman tradisional ini disebabkan karena motif produk masih tradisional sehingga tidak banyak pilihan bagi para pembeli untuk memilih aneka ragam motif anyaman, sementara motif yang ada rata-rata seperti

Lamiang, Sabangkang, Ihing, Plipang Plara, Bunyat Kancing, Liris Bahalai, Handipi, Bintang, Pangar Mata Mandau, Bajakah Kalalawet, Tampung Uwei, Lamantik, Tutang, Asai, dan Buyat. Kondisi seperti inilah sehingga menyebabkan para pembeli tidak banyak pilihan untuk membeli produk anyaman tersebut. Pemasaran yang sukses melibatkan tersedianya produk yang tepat di tempat yang tepat pada waktu yang tepat dan memastikan bahwa pelanggan mengetahui produk tersebut, Westwood dalam Ernawati (2021).

Walaupun para ibu-ibu rumah tangga pengrajin anyaman tradisional yang ada di desa Gohong belum bisa menghasilkan produk dengan motif yang bervariasi namun mereka masih memiliki semangat dan motivasi untuk berwirausaha, walaupun mereka menyadari apa yang dihasilkan tidak mendapatkan nilai ekonomi yang banyak. Namun jika kondisi seperti ini berlangsung secara terus menerus maka tidak mustahil jiwa wirausaha yang selama ini mereka miliki akan pudar. Joseph Schumpeter; Buchori Alma menjelaskan wirausaha adalah orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru dengan menciptakan bentuk organisasi baru atau mengolah bahan baku baru. (Kusumaningrum & Karjono, 2020)

Mencermati hasil temuan penelitian mengenai motivasi dan jiwa entrepreneur yang dimiliki ibu-ibu rumah tangga dalam berwirausaha membuat anyaman tradisional dari bahan rotan patut diapresiasi, walaupun produk yang mereka hasilkan tidak seberapa banyak, namun dari hasil penjualannya dinilai cukup untuk menambah penghasilan keluarga, dengan demikian jiwa dan motivasi ini perlu dipupuk dan bahkan perlu diteruskan kepada anak-anak muda yang ada di desa Gohong. Terdapat dua faktor pendukung bagi ibu-ibu rumah tangga dalam berwirausaha anyaman tradisional rotan:

a. Faktor pendukung

1). Pekerjaan menganyam rotan merupakan suatu budaya yang ada dalam masyarakat desa Gohong yang diwarisi secara turun temurun dari orang-orang tua mereka terdahulu. Informasi ini didapat pada saat peneliti melakukan wawancara kepada para tokoh masyarakat dan ibu-ibu rumah tangga pada saat mereka menganyam rotan, sehingga masyarakat yang ada di desa Gohong terutama bagi orang-orang tua menganyam rotan merupakan suatu tradisi dan budaya yang selalu mereka lestarikan, sehingga Trompenaars dalam Darlan (2020) memaknai budaya *Culture is a shared system of meanings. It dictates what we pay attention to, how we act and what we value. Culture organises such values into.* (budaya adalah sistem makna bersama. Ini mengatur apa yang kita perhatikan, bagaimana kita bertindak dan apa yang kita hargai, seperti nilai budaya seseorang masuk dalam kelompok masyarakat).

2). Di wilayah Kabupaten Pulang Pisau masih mudah untuk mendapatkan rotan sebagai bahan baku bagi ibu-ibu rumah tangga dalam membuat anyaman tradisional untuk dijadikan tikar, dompet, tas, topi, lawung, hiasan pigura dan produk lainnya, sehingga para ibu-ibu rumah tangga dengan jiwa *entrepreneur* dan motivasi yang dimiliki untuk berwirausaha perlu didukung sampai menghasilkan produk dengan nilai ekonomi tinggi yang dapat menopang biaya rumah tangga mereka. *Entrepreneur* itu sendiri dikonsepsikan Schumpeter dalam Indarti & Wulandaru (2003) bahwa, *An entrepreneur is a person who carries out new combinations, causing discontinuity. The carrying out of new combinations can include a new good or quality of a good, a new method of production, opening of a new market, conquest of a new source of raw materials or the reorganization of any industry.*

b. Faktor penghambat

Di samping faktor pendukung sebagaimana dikemukakan di atas, juga terdapat faktor penghambat bagi ibu-ibu rumah tangga di desa Gohong untuk berwirausaha berbantuan media e-commerce dalam membuat anyaman tradisional, faktor tersebut di antaranya adalah budaya, pendidikan, modal usaha, kendala teknis jaringan, dan lainnya.

- 1) Faktor budaya, masyarakat desa Gohong masih kuat mengikuti dan memegang teguh budaya yang dimiliki masyarakat sehingga setiap produk anyaman yang dibuat banyak dipengaruhi unsur budaya, oleh karena itu setiap motif anyaman yang dihasilkan mengandung makna, simbol dan identitas akibatnya setiap motif produk anyaman yang dihasilkan sangat tradisional dan sulit untuk dikembangkan. Berkenaan terikatnya masyarakat desa Gohong terhadap budaya ini
- 2) Edward B. Tylor; Richter. Jr. dalam Darlan (2020) memberikan penjelasan sebagai berikut: *Culture as "that complex whole which includes knowledge, art, morals, law, custom and any other capabilities and habits acquired by man as a member of society"*. (budaya sebagai keseluruhan yang kompleks mencakup pengetahuan, seni, moral, hukum, kebiasaan dan kemampuan serta kebiasaan yang dimiliki manusia sebagai anggota masyarakat).
- 3) Faktor pendidikan, masyarakat desa Gohong rata-rata memiliki pendidikan pada tingkat menengah pertama dan sedikit berpendidikan menengah atas serta Sarjana, kondisi seperti ini menyebabkan para ibu rumah tangga di desa Gohong tidak bisa berkreasi untuk mengembangkan usaha anyaman tradisional untuk menciptakan model dan motif baru yang bervariasi, hal ini juga disebabkan karena para ibu-ibu punya keterbatasan kemampuan dalam mengakses internet untuk mencari literatur atau sumber yang

berkaitan dengan motif anyaman rotan. Kusumaningrum & Karjono (2020) berpendapat bahwa karena rendahnya tingkat pendidikan yang pada akhirnya membuat masyarakat di kawasan ini tidak bisa mengelola sumber daya alam secara maksimal dan mengelola keuangan dengan baik.

- 4) Faktor modal usaha, ibu-ibu rumah tangga yang bekerja membuat produk anyaman tradisional dari bahan rotan di desa Gohong pada umumnya tergolong masyarakat kelas menengah ke bawah, walaupun mereka memiliki motivasi dan jiwa entrepreneur dalam berwirausaha namun dengan terbatasnya modal, akibatnya dapat memudarkan semangat untuk berkreasi dalam mengembangkan model dan motif produk anyaman, sehingga secara perlahan motivasi berwirausaha mereka akan pudar. Maka tidak heran jika modal usaha dikatakan sebagai pemicu minat berwirausaha seorang individu (Wardani & Dewi, 2021) 2021).
- 5) Kendala jaringan pada penelitian ini sangatlah memberikan pengaruh besar, karena agenda utama penelitian ini adalah motivasi berwirausaha dari para ibu-ibu berbantuan media teknologi dan komunikasi, e-commerce (Melović et al., 2020; Mogaji et al., 2020; Setkute & Dibb, 2022; Varadarajan et al., 2022) Hal yang menjadi kendala pada jaringan adalah sering tidak stabilnya kondisi jaringan di lokasi penelitian, karena kurangnya pemancar yang ada.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian sebagaimana diuraikan pada bagian terdahulu dapat disimpulkan bahwa ibu-ibu rumah tangga di desa Gohong pada dasarnya selalu membuat anyaman tradisional dari bahan rotan, karena menganyam rotan merupakan pekerjaan yang

sudah ada secara turun terurun. Dalam setiap motif anyaman tradisional dihasilkan selalu mengandung makna, simbol dan identitas budaya masyarakat. Para ibu-ibu rumah tangga memiliki motivasi dan jiwa berwirausaha karena setiap hasil anyaman tradisional yang dihasilkan mereka jual kepada siapa saja yang berminat untuk membelinya, sebagai penambah penghasilan ekonomi rumah tangga.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfina, P. P. (2022). An Analysis of Housewives Awareness and Readiness as Potential Customers of Eco-friendly Household Goods Company in Indonesia. *Asian Journal of Research in Business and Management*, 4(3), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.55057/ajrbm.2022.4.3.1>
- Creswell, John W. (2016). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (4th ed.). Pustaka Pelajar.
- Darlan, S. (2020). *Moral Ekonomi Petani*. Pohon Cahaya.
- Darlan, S. (2022). Evaluasi Hasil Pelaksanaan Pelatihan Keterampilan Menganyam Rotan. *Tunas: Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, VII(2), 92–96. <https://doi.org/https://doi.org/10.33084/tunas.v7i2.3687>
- Ernawati, E., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2021). Strategi Pengembangan Kerajinan Anyaman Purun untuk Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 17(229), 27–40. <https://doi.org/https://doi.org/10.21067/jem.v17i1.5215>
- Gumartifa, A., & Alfaresi, B. (2022). Sosialisasi Peningkatan Pendapatan Ekonomi Rumah Tangga Melalui E-Commerce Pada Masa Pandemi di Kecamatan Plaju Ulu Kota Palembang. *MARTABE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(IV), 1328–1332. <https://doi.org/10.31604/jpm.v5i4.1328-1332>
- Haugen, R. A. (1987). The incredible January effect: the stock market's unsolved mystery. In J. Lakonishok (Ed.), *January effect*. Dow Jones-Irwin.
- Helmy, A., Farouk, G., & Abd, A. S. (2022). Impacts of e-commerce on planning and designing commercial activities centers: A developed approach. *Ain Shams Engineering Journal*, 13(4), 101634. <https://doi.org/10.1016/j.asej.2021.11.003>
- Indarti, N., & Wulandaru, D. R. (2003). Profil dan motivasi entrepreneur wanita di Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 18(4), 361–373. <https://doi.org/https://doi.org/10.22146/jieb.6651>
- Jailani, M. (2019). Hubungan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Motivasi Anak Untuk Berwirausaha. *Pedagogik: Jurnal Pendidikan*, 14(1), 35–42. <https://doi.org/10.33084/pedagogik.v14i1.835>
- Jailani, M., Putra, C. A., & Supriyadi, A. (2019). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Terhadap Sikap Berwirausaha Siswa SMA Muhammadiyah I Palangkaraya Melalui Minat Berwirausaha Sebagai Mediator. *Pedagogik: Jurnal Pendidikan*, 14(2), 71–77. <https://doi.org/10.33084/pedagogik.v14i2.1043>
- Jasper, James, M. (2007). Cultural Approaches in the Sociology of Social Movements. In *Handbook of Social Movements Across Disciplines in Bert Klendermans & Conny Roggeband (eds), Handbook of Social Movements Across Disciplines* (p. 58). Amsterdam: University Department of Social Sciences and Texas A & M University, College Station.
- Juniar, A. M., & Jusrianti. (2021). Belanja Online di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus Ibu-ibu Rumah Tangga di Makassar. *Emik*, IV(1), 37–51. <https://doi.org/https://doi.org/10.46918/emik.v4i1.850>
- Kusumaningrum, D., & Karjono. (2020). Pengembangan Wirausaha Dalam Meningkatkan Sumber Daya Isteri Nelayan Masyarakat Pesisir Kabupaten Batang. *Majalah Ilmiah Gema Maritim*, 22(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.37612/gema-maritim.v22i2.112>

- Lincoln, Y.S, Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. SAGE.
- Melović, B., Jocović, M., Dabić, M., Vulić, T. B., & Dudic, B. (2020). The impact of digital transformation and digital marketing on the brand promotion, positioning and electronic business in Montenegro. *Technology in Society*, 63, 101425. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101425>
- Miles, M.B, Huberman, A.B, Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. SAGE.
- Mogaji, E., Soetan, T. O., & Kieu, T. A. (2020). The implications of artificial intelligence on the digital marketing of financial services to vulnerable customers. *Australasian Marketing Journal*, 29(3), 235–242. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2020.05.003>
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. REMAJA KARYA.
- Neri, S., & Nengsih, Y. K. (2022). Efforts of Housewives in Increasing Household Income Through E-Commerce During the Pandemic in Solok City. *SPEKTRUM Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, X(1), 131–135. <https://doi.org/10.24036/spektrumpls.v10i1.112843>
- Pal, R., & Jayarathne, A. (2022). *Digitalization in the textiles and clothing sector* (B. L. MacCarthy & D. B. T.-T. D. S. C. Ivanov (eds.); pp. 255–271). Elsevier. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/B978-0-323-91614-1.00015-0>
- Radhakrishnan, S. (2022). Biotechnological approaches for sustainable pretreatment of textile materials. In O. L. B. T.-A. of B. for S. T. P. Shanmugasundaram (Ed.), *The Textile Institute Book Series* (pp. 99–133). Woodhead Publishing. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/B978-0-323-85651-5.00002-5>
- Sandel, T. L., & Wang, Y. (2022). Selling intimacy online: The multi-modal discursive techniques of China's wanghong. *Discourse, Context & Media*, 47, 100606. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.dcm.2022.100606>
- Setkute, J., & Dibb, S. (2022). “Old boys” club”: Barriers to digital marketing in small B2B firms.” *Industrial Marketing Management*, 102, 266–279. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2022.01.022>
- Steven J, Taylor, Robert, Bogdan, Marjorie L, D. (2016). *Introduction to Qualitative Research Methods* (4th ed.). Wiley.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2017). *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif. Tatalangkah dan Teknik-teknik Teoritisasi Data. Terjemahan Muhammad Shodiq & Imam Muttaqien* (v). Pustaka Pelajar.
- Sumarni, N., Faddila, S. P., & Fauji, R. (2020). Perilaku Belanja Online Pada Ibu Rumah Tangga di saat Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga di Anjun Karawang). *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, VI(1), 1–22. <https://doi.org/https://doi.org/10.36805/manajemen.v6i2.1186>
- Suswanti, & Hidayat, W. (2017). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bersaing terhadap Kinerja Penjualan Home Industry Anyaman Bambu (Studi pada Produk Peralatan Rumah Tangga Anyaman Bambu Desa Cibuyur, Pematang). *JIAB: Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis*, VI(2), 56–68. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/16142>
- Tolstoy, D., & Hanell, S. M. (2022). Effectual market creation in the and medium-sized enterprises. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 0(0), 1–20. <https://doi.org/10.1177/02662426211072999>
- Tolstoy, D., Rovira, E., & Vu, U. (2022). The indirect effect of online marketing capabilities on the international performance of e-commerce SMEs. *International Business Review*, 31(3), 101946. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2021.101946>
- Varadarajan, R., Welden, R. B., Arunachalam, S., Haenlein, M., & Gupta, S. (2022). Digital product innovations for the

greater good and digital marketing innovations in communications and channels: Evolution, emerging issues, and future research directions. *International Journal of Research in Marketing*, 39(2), 482–501. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2021.09.002>

Wardani, N. T., & Dewi, R. M. (2021). Pengaruh Motivasi , Kreativitas , Inovasi dan Modal Usaha terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, IX(1), 77–93. <https://doi.org/https://doi.org/10.26905/jmdk.v9i1.5806>