



DINAMIKA KEWIRAUSAHAAN PEREMPUAN MUDA DALAM MENGELOLA BISNIS STUDI KASUS UMKM DI SEMARANG

Masine Slahanti¹⁾, Novianto Noegroho ²⁾, Johanis Souisa³⁾, Soegihartono ⁴⁾

^{1,2,3,4}Manajemen,Ekonomi,Universitas Semarang, Indonesia
masine_slahanti@usm.ac.id, masine_slahanti@usm.ac.id

ARTICLE HISTORY

Received:
February 14, 2026
Revised
April 15, 2026
Accepted:
April 17, 2026
Online available:
June 05, 2026

Keywords:

Young Women Entrepreneurship, MSMES, Adaptive Strategies, Resilience, Business Sustainability

*Correspondence:

Name: Masine Slahanti
E-mail:
masine_slahanti@usm.ac.id

Editorial Office

Ambon State Polytechnic
Center for Research and
Community Service
Ir. M. Putuhena Street, Wailela-
Rumahtiga, Ambon
Maluku, Indonesia
Postal Code: 97234

ABSTRACT

Introduction: This study aims to explore the entrepreneurial dynamics of young women in managing snack and catering businesses within the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector in Semarang. The research focuses on motivation, challenges, adaptive strategies, and business sustainability orientation

Methods: A qualitative approach with a case study design was employed. Data were collected through in-depth interviews, participatory observation, and documentation involving young women entrepreneurs. Data validity was ensured through source and method triangulation.

Results: The findings reveal that entrepreneurial motivation among young women is driven not only by economic necessity but also by self-actualization and the need for flexibility in balancing domestic and productive roles. The main challenges include limited access to capital, low digital literacy, and intense market competition. In response, entrepreneurs adopt adaptive strategies such as product innovation, digital-based marketing optimization, and strengthening social and customer networks. Furthermore, the study identifies strong resilience and adaptive capacity as key social capital in sustaining business continuity.

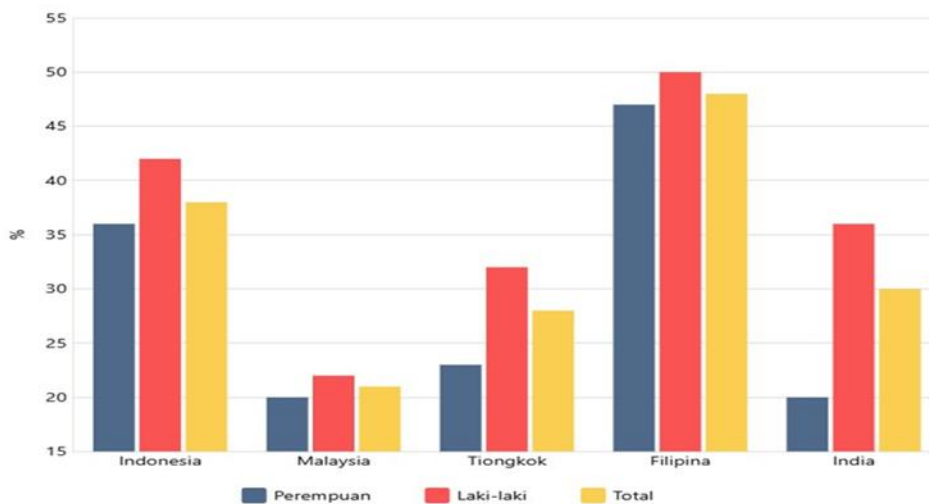
This study contributes to the literature by uncovering the entrepreneurial dynamics of young women as an adaptive process shaped not only by economic factors, but also by the interplay of dual roles, resilience, and adaptive strategies in navigating constraints and a changing business environment. These findings highlight the importance of strengthening young women's entrepreneurial capacity through training, access to financing, and community-based mentoring to enhance the competitiveness and sustainability of MSMEs at the local level.

PENDAHULUAN

Kewirausahaan kini menjadi pilar utama perekonomian global dan nasional, dengan minat yang meningkat, khususnya di kalangan generasi muda, termasuk wanita. Perkembangan teknologi, perubahan sosial-ekonomi, dan tingginya pengangguran mendorong banyak wanita terjun ke bisnis, baik skala kecil maupun besar, yang memberi kontribusi nyata bagi masyarakat. Dalam beberapa tahun terakhir, terjadi peningkatan partisipasi generasi muda dalam aktivitas kewirausahaan, termasuk wanita muda, yang didorong oleh perkembangan teknologi, perubahan sosial-

ekonomi, serta keterbatasan lapangan kerja (Lepeley et al., 2019; Misrah, 2023), menurut (Solesvik et al., 2019) motivasi utama mereka meliputi kemandirian finansial, penciptaan peluang baru, fleksibilitas karier, serta dampak positif bagi komunitas. Faktor keluarga dan dukungan lingkungan menjadi pendorong penting, sementara kemampuan berinovasi dan mengambil risiko menjadi modal utama untuk bertahan dan berkembang di pasar yang kompetitif (Calvo et al., 2024).

Di Indonesia, peran perempuan dalam sektor kewirausahaan menunjukkan kontribusi yang signifikan. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2021 menunjukkan bahwa sekitar 64,5% pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dikelola oleh perempuan (Badan Pusat Statistik, 2021). Sementara itu, data dari Databoks menunjukkan bahwa sekitar 36% perempuan usia kerja di Indonesia memilih untuk menjadi pengusaha, dengan dominasi pada sektor informal dan semi-formal. Hal ini mengindikasikan bahwa perempuan memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, terutama melalui sektor UMKM. Kondisi ini menunjukkan bahwa perempuan memiliki posisi strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, terutama melalui sektor UMKM yang menjadi tulang punggung ekonomi nasional.



Gambar 1.1 Jumlah Perempuan Pengusaha

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/umkm/statistik>

Meskipun demikian, keterlibatan wanita muda dalam kewirausahaan tidak terlepas dari berbagai tantangan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa hambatan dalam kewirausahaan perempuan mencakup aspek struktural, sosial, dan personal. Keterbatasan akses terhadap modal, kurangnya pengalaman bisnis, serta stereotip gender yang masih melekat menjadi faktor penghambat dalam pengembangan usaha. Selain itu, perempuan sering kali dipersepsikan kurang tegas dalam pengambilan keputusan bisnis serta menghadapi keterbatasan dalam aspek pendidikan dan wawasan kewirausahaan. Tantangan lain yang tidak kalah penting adalah kemampuan dalam menyeimbangkan peran antara kehidupan pribadi dan aktivitas bisnis.

Di sisi lain, wanita muda juga memiliki potensi besar dalam menciptakan inovasi dan peluang usaha. Kemampuan beradaptasi, kreativitas, serta keberanian dalam mengambil risiko menjadi modal penting dalam menghadapi dinamika pasar yang semakin kompetitif (Bastaman & Juffiasari, 2015). Hal ini terlihat pada praktik kewirausahaan yang dijalankan oleh dua wanita muda melalui usaha snack dan bakery “GBOB” yang dirintis sejak masa pandemi COVID-19. Usaha tersebut awalnya didorong oleh kondisi ekonomi yang tidak menentu, namun hingga saat ini masih bertahan dan berkembang. Dalam perjalanannya, pelaku usaha tidak hanya menghadapi berbagai hambatan, tetapi juga terus membangun motivasi serta harapan untuk keberlanjutan bisnis di masa depan.

Berdasarkan fenomena tersebut, kajian mengenai kewirausahaan wanita muda menjadi penting untuk dilakukan secara lebih mendalam, khususnya dalam memahami pengalaman subjektif pelaku usaha terkait motivasi, hambatan, dan harapan mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menggali dinamika kewirausahaan wanita muda melalui

pendekatan kualitatif, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai realitas yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi: (1) apa saja motivasi yang mendorong wanita muda untuk berwirausaha, (2) hambatan apa yang dihadapi dalam menjalankan bisnis, dan (3) bagaimana harapan mereka terhadap masa depan usaha yang dijalankan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian kewirausahaan perempuan serta memberikan implikasi praktis bagi penguatan ekosistem kewirausahaan wanita muda di Indonesia dengan produk snack dan catering.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori utama penelitian ini berdasarkan Theory of Planned Behavior (TPB): sikap, norma subjektif, dan perceived behavioral control (self-efficacy, kontrol) menjadi penentu utama niat dan tindakan, dengan peran kuat afek dan efikasi diri dalam hal ini menerapkan kepada kreativitas, inovasi, dan keberanian Kewirausahaan menjadi motivasi eberanian yang dilakuakn perempuan untuk masa depan (Vamvaka et al., 2020; Ward et al., 2019)

Kewirausahaan dan UMKM

Kewirausahaan dipahami sebagai proses dinamis penciptaan nilai melalui inovasi, pengambilan risiko, dan pemanfaatan peluang, yang berperan penting bagi pembangunan ekonomi dan sosial Kewirausahaan merupakan konsep yang terus berkembang seiring dengan perubahan zaman, kemajuan teknologi, dan dinamika kebutuhan pasar. Para ahli mendefinisikan kewirausahaan sebagai proses dinamis yang melibatkan visi, kreativitas, keberanian, dan semangat dalam menciptakan serta menerapkan ide-ide baru (Dahiya & Arora,2020; Ratten, 2023).Kewirausahaan merupakan proses dinamis yang terus berkembang seiring perubahan zaman, kemajuan teknologi, dan kebutuhan pasar. Definisi modern menekankan pentingnya visi, kreativitas, inovasi, serta keberanian dalam menciptakan dan menerapkan ide-ide baru. Karakteristik utama wirausahawan meliputi motivasi tinggi untuk sukses, kemampuan berinovasi, kepercayaan diri, serta keterampilan manajerial yang kuat. Dalam konteks gender dan usia muda, proses ini menjadi lebih kompleks karena dipengaruhi faktor individual sekaligus struktur sosial dan budaya (Ferreira dos Santos et al., 2019; Suryaningtyas & Wilujeng, 2017)

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah kelompok usaha yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia karena mampu memperluas lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, serta menjadi pilar utama dalam struktur ekonomi nasional.Peran UMKM sendiri a)memberikan peluang kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat b)mendorong pemerataan ekonomi dan stabilitas nasional c)menjadi katalisator inovasi dan kreativitas pelaku usaha d)Pemberdayaan ekonomi berbasis masyarakat lokal

Kewirausahaan Perempuan Muda

Peran dan konteks kewirausahaan perempuan di sektor makanan ringan umumnya mengelola usaha skala kecil/home industry,namun meskipun skala kecil memebrikan berkontribusi nyata pada pendapatan keluarga dan ekonomi lokal (Ekayani, 2018) Banyak perempuan pelaku ekonomi kreatif di Semarang bergerak di makanan, kriya, dan fesyen, setidaknya aktivitas ini memperkuat kemandirian finansial(May et al., 2025) Kewirausahaan perempuan merupakan bagian dari pengembangan ekonomi lokal dan sosial. Perempuan berperan sebagai penggerak ekonomi lokal, inovator usaha, pencipta nilai tambah, serta memperluas pasar, khususnya dalam sektor UMKM. Faktor internal (motivasi, pendidikan, pengalaman usaha) dan eksternal (dukungan keluarga, akses pembiayaan, pelatihan, regulasi) menjadi kunci dalam dinamika kewirausahaan perempuan. dukungan pendidikan, dukungan struktural/relasional, motivasi dan kepribadian (risk taking, adaptability) sebagai prediktor kuat niat dan potensi kewirausahaan (Gallegos et al., 2025)

Dinamika Kewirausahaan Wanita Muda

Studi tentang kewirausahaan perempuan menunjukkan bahwa kompetensi bisnis, orientasi kewirausahaan, dan kemampuan beradaptasi dengan perubahan pasar menjadi penentu kinerja usaha(Ahmetaj et al., 2023).Menurut Brush et al.,(2009)kewirausahaan perempuan perlu dipahami melalui pendekatan yang mempertimbangkan peran gender, karena perempuan sering menghadapi kondisi yang berbeda dibandingkan laki-laki dalam mengakses sumber daya dan peluang usaha. Dalam perspektif gender, kewirausahaan perempuan tidak hanya berfokus pada aktivitas

ekonomi semata, tetapi juga berkaitan dengan dinamika sosial, budaya, serta peran gender yang melekat dalam masyarakat. Dinamika dalam kewirausahaan wanita dapat dideferensiasikan dengan motivasi, hambatan, dan rencana masa depan.

Motivasi

Maslow dan penerusnya menekankan kebutuhan dasar dan nilai yang diberikan pada tugas (penting, menarik, bermanfaat) sebagai pendorong utama perilaku (Urhahne & Wijnia, 2023). Motivasi utama perempuan untuk berwirausaha sering kali terkait dengan kebutuhan ekonomi keluarga, keinginan untuk mandiri secara finansial, serta pemanfaatan keterampilan dan hobi menjadi peluang usaha. Namun, dinamika mereka ditandai kombinasi antara peluang baru (digitalisasi, ekonomi kreatif) dan hambatan struktural yang masih kuat (Fauzi et al., 2023; Sneha S. Sukalkar & Dr. Bharati Pujari, 2025).

Hambatan dan tantangan

Hambatan kewirausahaan perempuan muda terutama berkisar pada keterbatasan modal, kurangnya literasi dan pengalaman bisnis, lemahnya jaringan dan mentoring, serta kuatnya norma gender dan beban domestik, yang kini diperparah kesenjangan digital. Upaya mengatasinya perlu paket terpadu: akses pembiayaan ramah gender, pelatihan praktis dan pendampingan, penguatan jejaring, peningkatan literasi digital, dan intervensi sosial-budaya yang mendorong dukungan keluarga dan masyarakat. (Nevi et al., 2025). Perempuan tetap menghadapi tantangan seperti stereotip gender, keterbatasan akses modal, dan beban domestik yang seringkali menjadi penghambat utama dalam pengembangan usaha. Kewirausahaan perempuan (termasuk generasi muda) berkembang pesat dan dipandang penting bagi pertumbuhan ekonomi, inovasi, dan pemberdayaan sosial, terutama di negara berkembang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini untuk mendalami dinamika kewirausahaan wanita muda dengan pendekatan kualitatif studi kasus deskriptif UMKM brand GBOB yang berkembang cukup baik, bergerak di bidang *snack* dan *bakery* modern dua perempuan muda. Fokusnya untuk memahami secara mendalam motivasi, hambatan, dan harapan bisnis yang telah berjalan ±4 tahun pasca Covid-19, melalui kata-kata, perilaku, dan konteks alamiah. Data dikumpulkan terutama lewat beberapa kali wawancara semi terstruktur maupun terstruktur dan observasi, dianalisis dengan model Miles & Huberman (reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan) (Fadli, 2021). Usaha dengan produksi di rumah sedangkan GBOB outlet ada di Alun Alun Kauman kota Semarang. Lokasi penelitian dipilih agar peneliti dapat melakukan observasi langsung terhadap proses produksi dan penjualan sehingga memperoleh gambaran nyata mengenai dinamika usaha. Penelitian dilaksanakan dalam kurun waktu empat bulan dengan informan enam orang terdiri dari pemilik, orang tua pemilik dan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini GBOB *Snack & Catering* dimulai pada masa pandemi COVID-19 sebagai upaya untuk membantu kondisi keuangan keluarga. Kedua pemiliknya merupakan dua wanita muda memulai usaha ini dari rumah, dan kemudian membuka outlet di Semarang. Meskipun beberapa outlet sempat ditutup karena berbagai kendala, mereka tetap mempertahankan usaha di Alun-Alun Kauman Semarang. Produk andalan adalah kue, *snack*, dan roti yang sedang tren dan cukup populer di kalangan masyarakat.

Informan satu dan kedua sebagai peemilik usaha motivasi membuka usaha karena ingin membantu orang tua sehingga terpikir untuk membuat usaha yang tidak jauh *passion* mereka, kebetulan *passion*nya adalah memiliki toko roti yang berisi *snack* modern yang mulai *trend* pada saat itu. Hambatan yang sering dihadapi adalah permodalan serta manajemen keuangan dikarenakan belum paham pengelolaan keuangan, serta peran orang tua yang kadang beda pendapat. Kondisi usaha saat sekarang sudah jauh lebih stabil dan sudah bisa mengatur keuangan dengan baik dan harapan masa depan memiliki toko di lokasi strategis, untuk meningkatkan penjualan salah satunya menggunakan media sosial sebagai sarana promosi.

Informan ketiga dan keempat yaitu ayah dan ibu pemilik usaha pandemi menjadi titik awal memulai usaha, sebagai orang tua berharap anak-anaknya fokus kepada study namun dimasa pandemi menghadapi masalah keuangan, hambatan pada waktu perbedaan pandangan antara orang tua dan anak, itu pada akhirnya memberikan dukungan penuh dalam merintis sehingga pada saat sekarang dapat dilihat keberhasilan usaha yang sudah dirintis.

Informan ke lima dan ke enam pelanggan yang sudah beberapa kali datang membeli *snack* dan kue karena mereka sangat puas dengan layanan serta inovasi produk *snack* dan kue yang ditawarkan.

Dinamika kewirausahaan wanita muda

Kewirausahaan wanita muda semakin menjadi fenomena di era sekarang, dengan banyak wanita yang memanfaatkan keterampilan dan passion mereka untuk berbisnis. Mereka dikenal sebagai individu yang dinamis dan optimis, serta mampu memanfaatkan teknologi digital untuk mempercepat perkembangan usaha mereka. Dukungan keluarga, khususnya orang tua, menjadi faktor penting dalam keberhasilan usaha mereka. Dinamika kewirausahaan wanita muda dapat dipahami sebagai perubahan, tantangan, dan peluang yang terus bergerak dalam proses wanita muda memulai, mengelola, dan mengembangkan usaha. Dinamika ini motivasi, tantangan dan harapan bisnis dimasa depan mencakup faktor pribadi, keluarga, sosial-budaya, hingga konteks digital dan ekonomi modern. (Neonane et al., 2025)

Motivasi

Motivasi utama pemilik usaha memulai usaha adalah kebutuhan ekonomi akibat dampak pandemi terhadap keuangan keluarga serta keinginan untuk mandiri secara finansial sejak usia muda, Passion atau minat pribadi di bidang tertentu (misal kuliner) juga menjadi pendorong kuat untuk diwujudkan dalam bentuk usaha dimulai dari skala UMKM. (Pandur Rudy Widyatama & Mohamad Rifqi Hamzah, 2025), disini dapat memunculkan bahwa kebutuhan akan keuangan atau terdesaknya situasi menimbulkan motivasi mengembangkan dan mewujudkan passion

Tantangan dan hambatan

Tantangan terbesar pada pendirian usaha ini meliputi keterbatasan modal awal, kurangnya pengalaman manajerial (termasuk pemisahan keuangan bisnis vs keluarga), persaingan pasar yang ketat, serta kesulitan membagi waktu antara studi dan bisnis, hal ini juga dialami pada masa-masa mendirikan usaha. (Bouichou et al., 2021; Kumar, 2024; Sunilkumar Chovatia, 2024), sejalan dengan waktu tantangan bukan lagi tentang modal namun juga persaingan dalam usaha, menuntut adaptasi cepat terhadap teknologi, pemasaran digital, dan perubahan perilaku konsumen (Sugiarto, 2016)

Harapan bisnis dimasa depan

Pemilik usaha memiliki visi untuk mengembangkan bisnis mereka dengan membuka toko fisik dan menambah variasi produk. Mereka juga ingin lebih mengoptimalkan pemasaran melalui media sosial dan platform e-commerce, strategi yang dilakukan dan sudah dimulai mereka berencana untuk terus berinovasi dalam produk dan memperkuat pengelolaan keuangan serta manajemen usaha. Selain itu, mereka juga ingin membangun identitas merek yang kuat dan menggunakan media sosial sebagai sarana promosi yang lebih efektif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara mendalam dengan informan (pemilik usaha, orang tua, dan pelanggan) dari *GBOB Snack & Catering*, serta observasi lapangan, berikut adalah kesimpulan yang dapat diambil

Motivasi Kewirausahaan

Wanita muda dalam penelitian ini terdorong untuk memulai usaha kuliner karena beberapa faktor, di antaranya: a) Kondisi keuangan keluarga yang terdampak pandemi COVID-19, yang mendorong mereka untuk mencari cara mengatasi kesulitan tersebut b) Keinginan untuk mandiri secara finansial dan memiliki penghasilan dari usaha sendiri c) *Passion* di bidang pembuatan snack yang sudah ada sejak kecil, serta dorongan keluarga yang mendukung) studi tetap menjadi prioritas utama

Hambatan yang Dihadapi

Beberapa hambatan yang dihadapi oleh pemilik usaha antara lain a) modal terbatas karena memulai usaha dengan modal terbatas, b) manajemen waktu membagi waktu antara kuliah dan usaha sangat sulit, terutama bagi pemilik usaha yang juga masih berstatus mahasiswa, c) persaingan pasar dengan banyaknya pesaing di industri kuliner, yang mengharuskan mereka untuk selalu berinovasi agar tetap menarik di mata konsumen.

Kondisi Usaha Saat Ini

Usaha *GBOB Snack & Catering* sudah berjalan dengan stabil meskipun mengalami beberapa pasang surut. Meskipun demikian, usaha ini telah dapat bertahan sejak masa awal pandemi, dengan produk yang cukup dikenal oleh masyarakat.

Harapan untuk Masa Depan

Pemilik usaha berharap untuk memperluas bisnis mereka dengan membuka toko fisik dan menambah varian produk. Selain itu, mereka ingin terus berinovasi, meningkatkan pengelolaan keuangan, dan memperluas pemasaran melalui media sosial dan e-commerce.

Peran Keluarga dan Dukungan Sosial

Dukungan keluarga, khususnya orang tua, sangat penting dalam mendukung usaha ini. Orang tua memberikan motivasi dan arahan yang membantu dalam mengelola bisnis, terutama dalam hal manajemen keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmetaj, B., Kruja, A. D., & Hysa, E. (2023). Women Entrepreneurship: Challenges and Perspectives of an Emerging Economy. *Administrative Sciences*, 13(4). <https://doi.org/10.3390/admsci13040111>
- Badan Pusat Statistik. (2021). Statistik Usaha Mikro, Kecil, dan M. (UMKM) I. J. B. (n.d.).
- Bastaman, A., & Juffiasari, R. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Bagi Wanita Untuk Berwirausaha (Studi Kasus Anggota Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia DKI Jakarta). *Prosiding Seminar Nasional 4 UNS SME's Summit & AWARDS 2015*, 4, 265–277. https://psp-kumkm.lppm.uns.ac.id/wp-content/uploads/sites/21/2016/01/aam-bastaman-prosiding-sme-s-combinedpdf_1.pdf
- Bouichou, E. H., Abdoulaye, T., Allali, K., Bouayad, A., & Fadlaoui, A. (2021). Entrepreneurial intention among rural youth in moroccan agricultural cooperatives: The future of rural entrepreneurship. *Sustainability (Switzerland)*, 13(16). <https://doi.org/10.3390/su13169247>
- Brush, C. G., de Bruin, A., & Welter, F. (2009). A gender-aware framework for women's entrepreneurship. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 1(1), 8–24. <https://doi.org/10.1108/17566260910942318>
- Calvo, N., Neira, I., & Atrio, Y. (2024). Analysis of entrepreneurs' motivations and role models for growth expectations in the time of coronavirus. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 20(2), 841–866. <https://doi.org/10.1007/s11365-023-00905-x>
- Dahiya, S., & Arora, S. (2020). Robert D. Hisrich, Michael P. Peters and Dean A. Shepard, Entrepreneurship . *SEDME (Small Enterprises Development, Management & Extension Journal): A Worldwide Window on MSME Studies*, 47(2), 163–164. <https://doi.org/10.1177/09708464211035645>
- Ekayani, I. A. P. H. (2018). Entrepreneur community prospect of snack made from local food by balinese women. *International Journal of Life Sciences*, 2(3), 151–163. <https://doi.org/10.29332/ijls.v2n3.237>
- Fadli, M. R. (2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif*. 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v2i1.1>
- Fauzi, M. A., Sapuan, N. M., & Zainudin, N. M. (2023). Women and female entrepreneurship: Past, present, and future trends in developing countries. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 11(3), 57–75. <https://doi.org/10.15678/EBER.2023.110304>
- Ferreira dos Santos, V., Macedo Morais, G., Ribeiro, F. F. de A., & Jardim Pardini, D. (2019). Female Entrepreneurship: Evolution, Current Challenges, and Future Prospects. *International Journal of Business Administration*, 10(5), 24. <https://doi.org/10.5430/ijba.v10n5p24>
- Gallegos, A., Rodríguez-Zavala, L., Martínez-Valera, P., Bouroncle-Velásquez, M. R., Vega-Mori, L., Teodori-de-la-Puente, R., & Valencia-Arias, A. (2025). Factors that determine female entrepreneurial intention: A systematic review of the literature. *Intangible Capital*, 21(1), 78–115. <https://doi.org/10.3926/IC.2785>
- Kumar, P. (2024). Challenges and Opportunities for Young Entrepreneurs in Digital Age. *Interantional Journal of Scientific Research in Engineering and Management*, 08(05), 1–5. <https://doi.org/10.55041/ijrsrem35116>
- Lepeley, M. T., Kuschel, K., Beutell, N., Pouw, N., & Eijdenberg, E. L. (2019). The wellbeing of women in entrepreneurship: A global perspective. In *The Wellbeing of Women in Entrepreneurship: A Global Perspective*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429279836>
- May, N., Sundari, P., Hendrayanti, S., Fauziyanti, W., & Estuti, E. P. (2025). *SOCIETY: Jurnal Pengabdian Masyarakat , Women ' s Empowerment in Semarang ' s Creative Economy Sector : Pathways to Financial Autonomy SOCIETY: Jurnal Pengabdian Masyarakat , . 4(3)*, 483–491.
- Misrah, M. (2023). Potensi Pengembangan Kaum Milenial Melalui Ekonomi Kreatif Dengan Penguatan Kewirausahaan Pada Smas Batara Kabupaten Gowa. *EJOIN : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(8), 890–898. <https://doi.org/10.55681/ejoin.v1i8.1472>
- Neonane, T., Belo, Y., Ji, A., Besar, K., Rw, R. T., Besar, K., Batuceper, K., & Tangerang, K. (2025). *Vol.3+No+1+2025+Hal+90-103*. 1(1).
- Nevi, G., Ancillai, C., Pascucci, F., & Palladino, R. (2025). Investigating female entrepreneurship: a micro-perspective of drivers and barriers for aspiring and experienced women entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 21(1), 1–28. <https://doi.org/10.1007/s11365-024-01012-1>
- Pandu Rudy Widyatama, & Mohamad Rifqi Hamzah. (2025). Motivasi dan Tantangan Mahasiswa dalam Berwirausaha: Perspektif Generasi Muda di Era. *Journal Of Economic Research*, 1(2), 58–69. <https://doi.org/10.56799/joer.v1i2.9>

- Ratten, V. (2023). Entrepreneurship: Definitions, opportunities, challenges, and future directions. *Global Business and Organizational Excellence*, 42(5), 79–90. <https://doi.org/10.1002/joe.22217>
- Sneha S. Sukalkar, & Dr. Bharati Pujari. (2025). Women Entrepreneurs: A Systematic Review on Problems, Challenges, and Success. *International Journal on Science and Technology*, 16(1), 1–7. <https://doi.org/10.71097/ijst.v16.i1.1952>
- Solesvik, M., Iakovleva, T., & Trifilova, A. (2019). Motivation of female entrepreneurs: a cross-national study. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26(5), 684–705. <https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2018-0306>
- Sugiarto. (2016). Masa Depan Kewirausahaan Dan Inovasi: Tantangan Dan Dinamika Dalam Era Digital. *Andrew's Disease of the Skin Clinical Dermatology.*, 4(1), 1–23.
- Sunilkumar Chovatia, S. (2024). Youth Entrepreneurship: Navigating Challenges and Leveraging Opportunities. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 13(10), 1906–1908. <https://doi.org/10.21275/sr241024165416>
- Suryaningtyas, D., & Wilujeng, S. (2017). Jurnal Ekonomi MODERNISASI. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 5(2), 166–174.
- Urhahne, D., & Wijnia, L. (2023). Theories of Motivation in Education: an Integrative Framework. In *Educational Psychology Review* (Vol. 35, Issue 2). Springer US. <https://doi.org/10.1007/s10648-023-09767-9>
- Vamvaka, V., Stoforos, C., Palaskas, T., & Botsaris, C. (2020). Attitude toward entrepreneurship, perceived behavioral control, and entrepreneurial intention: dimensionality, structural relationships, and gender differences. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-020-0112-0>
- Ward, A., Hernández-Sánchez, B. R., & Sánchez-García, J. C. (2019). Entrepreneurial Potential and Gender Effects: The Role of Personality Traits in University Students' Entrepreneurial Intentions. *Frontiers in Psychology*, 10(December), 1–18. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02700>