



**KONSEP DIRI PEREMPUAN PENGUSAHA DAN RESILIENSI
BISNISNYA DI ERA PANDEMI COVID-19
(Studi Fenomenologi Perempuan Pelaku Bisnis di Jadetabek)**

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi**

**UNIVERSITAS
OLEH
MERCU BUANA
SEPTINA CHRISTIANI RIZKY**

55219110060

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2021**

ABSTRAK

Perempuan adalah makhluk yang lemah lembut dan penuh kasih sayang. Gambaran citra perempuan yang sering terdengar di kita adalah bahwa perempuan merupakan makhluk yang lemah dan lebih mengandalkan emosinya, sedangkan laki-laki dianggap sebagai makhluk yang kuat dan mengandalkan logikanya. Sosok perempuan di Indonesia, dimana masyarakatnya masih menganut budaya patriarki, merupakan figur yang lebih banyak berperan dalam rumah tangga, namun dalam beberapa tahun terakhir, hal ini mengalami pergeseran. Pada era modern, telah banyak perempuan yang bekerja di luar rumah dan banyak dari antara mereka menjadi wanita karir. Karir yang digeluti juga bukan hanya terbatas di perusahaan saja, namun juga hingga dunia politik. Perempuan-perempuan yang hidup di era modern adalah perempuan-perempuan yang menjalankan lebih banyak peran dalam hidupnya, tidak hanya peran keluarga pun juga peran ekonomi dan bahkan peran agama. Pergeseran peran perempuan tersebut menghilangkan stigma perempuan yang dulu terkesan lemah dan tidak mampu melakukan pekerjaan seperti yang laki-laki lakukan. Fenomena pergeseran perempuan, menggiring kita pada istilah yang sering kali dipakai pada era modern, yaitu “kesetaraan gender”. Kesamaan peran dan fungsi perempuan dan laki-laki. Kesetaraan gender dapat dilihat dari bagaimana perempuan masa kini menunjukkan eksistensinya di berbagai bidang.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji perubahan konsep diri perempuan pengusaha, perubahan motif dan perubahan kesadaran yang perempuan pengusaha usahakan dan lakukan sehingga mampu bertahan menjalankan bisnisnya di era pandemi. Penelitian dengan pendekatan kualitatif ini menggunakan metode fenomenologi dan paradigma konstruktivis. Selanjutnya, teori dan konsep yang menjadi dasar penelitian ini adalah teori fenomenologi, interaksi simbolik, konsep diri, konsep perempuan, konsep pengusaha, dan konsep resiliensi. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan dua konsep diri perempuan pengusaha dalam menjalani bisnisnya, yaitu konsep diri dengan model kepemimpinan transformasional dan transaksional.

Kata kunci: Gender, Perempuan Pengusaha, Konsep Diri, Interaksionisme Simbolik, Fenomenologi, Pandemi, COVID-19

ABSTRACT

Women are gentle and loving creatures. The image of women that is often heard among us is that women are weak creatures and rely more on their emotions, while men are considered as strong creatures and rely on their logic. The figure of women in Indonesia, where society still adheres to a patriarchal culture, is a figure who plays more roles in the household, but in recent years, this has experienced a shift. In the modern era, many women have worked outside the home and many of them have become career women. His career is also not only limited to the company, but also to the world of politics. Women who live in the modern era are women who carry out more roles in their lives, not only the role of the family but also the role of the economy and even the role of religion. The shift in women's roles removes the stigma of women who used to seem weak and unable to do work like men do. The phenomenon of women's shift has led us to a term that is often used in the modern era, namely "gender equality". Equal roles and functions of women and men. Gender equality can be seen from how women today show their existence in various fields.

The purpose of this study is to examine changes in the self-concept of women entrepreneurs, changes in motives and changes in awareness that women entrepreneurs try and do so that they are able to survive running their businesses in the pandemic era. This research uses qualitative method with phenomenology and constructivist paradigm. Furthermore, the theories and concepts that form the basis of this research are phenomenological theory, symbolic interaction, self-concept, women's concept, entrepreneur concept, and resilience concept. Based on the research, found two women entrepreneurs' self concept in running the business in the era of the COVID-19 pandemic, namely the self-concept and model of transformational and transactional leadership.

Keywords: *Gender, Women-entrepreneur, Self Concept, Symbolic Interactionism, Phenomenology, Pandemic, COVID-19*

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Konsep Diri Perempuan Pengusaha dan Resiliensi Bisnisnya di Era Pandemi COVID-19

Nama : Septina Christiani Rizky

N I M : 55219110060

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 08 Agustus 2021

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 8 Agustus 2021

The image shows a 1000 Rupiah postage stamp from Indonesia, featuring the Garuda Pancasila emblem. The stamp is partially obscured by a handwritten signature in black ink. Below the stamp, the text "(Septina Christiani Rizky)" is printed. The stamp's serial number "DFC8BAJX256234727" is also visible.

(Septina Christiani Rizky)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Septina Christiani Rizky
NIM : 55219110060
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi , CorCom

dengan judul “SELF-CONCEPT OF INDONESIAN WOMEN ENTREPRENEURS AND ITS BUSINESS RESILIENCE IN THE ERA OF THE COVID-19 PANDEMIC (Phenomenological Study of Women Business Actors in Jabetabek Area “ telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 31 Juli 2021 , didapatkan nilai persentase sebesar 19%.

Jakarta, 03 Agustus 2021

Administrator Turnitin

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Sukadi, SE., MM



PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Septina Christiani Rizky
NIM : 55219110060
Jenjang Pendidikan : Magister
Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
Judul Karya Akhir/Tesis : Konsep Diri Perempuan Pengusaha dan Resiliensi
Bisnisnya di Era Pandemi COVID-19

Jakarta, 8 Agustus 2021

Dosen Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Dr. Henni Gusfa, M.Si)



PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Septina Christiani Rizky
NIM : 55219110060
Jenjang Pendidikan : Magister
Konsentrasi : Corporate and Marketing Communication
Judul Karya Akhir/Tesis : Konsep Diri Perempuan Pengusaha dan Resiliensi
Bisnisnya di Era Pandemi COVID-19

Jakarta, 8 Agustus 2021

Dosen Pembimbing

(Dr. Henni Gusfa, M.Si)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi

(Dr. Heri Budianto, M Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah atas berkat dan rahmat-Nya yang tidak terhitung, sehingga saya dapat menyusun dan menyelesaikan Tesis dengan baik dan tepat pada waktunya.

Tesis dengan judul Konsep Diri Perempuan Pengusaha dan Resiliensi Bisnisnya di Era Pandemi COVID-19 (Studi Fenomenologi Perempuan Pelaku Bisnis di Jadedabek) disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memenuhi syarat kelulusan serta untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi pada Universitas Mercu Buana Jakarta.

Pengembangan proposal Tesis ini, tentunya tidak lepas dari dukungan Bapak dan Ibu Dosen Universitas Mercu Buana Jakarta, keluarga tercinta, serta sahabat-sahabat peneliti. Secara khusus, peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Henni Gusfa M.Si selaku dosen Pembimbing Tesis yang telah banyak meluangkan waktu, energi, dan pikiran demi selesainya Tesis ini.
2. Ibu Elly Yuliyawati selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Heri Budianto, M. Si selaku Kaprodi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Afdal Makkuraga, M.Si selaku Sekprodi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Ketua penguji dan penelaah yang sudah membuka cakrawala berpikir saya dalam hal penyusunan Tesis dengan metode studi fenomenologi, sehingga penelitian ini menjadi lebih menarik untuk dibaca, dipelajari, dan digunakan oleh peneliti lain sebagai referensi.
6. Seluruh Dosen Program Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana yang telah membagikan ilmunya kepada saya selama masa perkuliahan berlangsung.

7. Terima kasih kepada seluruh narasumber penelitian, Ibu Lely Suryani S.E., M.M., Mbak Irma Sustika, Mbak Farida Achmad, Ibu Hastuti, Mbak Bimbing Sari, Mbak Sri Setiasih, Mbak Evilita Andriani, Teh Mpeh, Dea Rahma, Dea Aprilia, Rachela Dearta, dan Elisabeth Lydia Sirait, S.H., M.H.
8. Ucapan terima kasih saya ucapkan juga kepada teman bertukar pikiran dalam penyusunan Tesis ini dari awal hingga akhir yang telah sepenuhnya memberikan dukungan semangat, perhatian, dan doa di setiap waktu, suami tercinta, Arince Guntamor Sinaga, S.T., M.E.
9. Tesis ini juga saya persembahkan untuk alm. Papa tercinta, Ir. Charles Napitupulu, M.T., untuk Mama, Tumiar Tambunan, Bimo Andreas Napitupulu, S.E., dan keluarga Sinaga di Depok.
10. Grup RED RANGERS, Farida Achmad yang selalu peduli dengan saya serta perkembangan Tesis ini, ketua kelas Rezza Rahmad, Denias Ismail, dan teman-teman sekelas yang ikut mendukung penyelesaian Tesis.
11. Seluruh pihak yang telah banyak membantu peneliti dalam penyusunan Tesis ini yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Saya menyadari bahwa penulisan tesis ini masih jauh dari sempurna, namun saya berharap, agar hasil penelitian ini dapat bermanfaat tidak hanya bagi dunia pendidikan khususnya dalam bidang ilmu komunikasi, tetapi juga untuk para perempuan pengusaha di Indonesia yang bisnisnya terkena dampak pandemi. Kiranya pandemi COVID-19 dapat memberikan banyak pembelajaran bagi para pembaca serta seluruh perempuan pengusaha terutama yang bisnisnya berada di zona merah atau mengalami penurunan omset di tengah pandemi. Akhir kata, peneliti berharap Allah berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penyusunan tesis ini.

Jakarta, 8 Agustus 2021



Septina Christiani Rizky

Peneliti

DAFTAR ISI

COVER	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
PERNYATAAN	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK	v
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	vi
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.5.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kajian Teori.....	30
2.2.1 Konsep Diri.....	30
2.2.2 Interaksionisme Simbolik	32
2.2.3 Teori Fenomenologi.....	39
2.2.4 Konsep Gender- dan Perempuan	43
2.2.5 Konsep Pengusaha	47
2.2.6 Konsep Resiliensi.....	48

2.3 Kerangka Pemikiran	51
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	52
3.1 Objek Penelitian	52
3.2 Paradigma Penelitian	52
3.3 Metode Penelitian	53
3.4 Informan Kunci dan Informan Penelitian	53
3.5. Teknik Pengumpulan Data	55
3.5.1. Data Primer	55
3.5.2. Data Sekunder	59
3.6. Teknik Analisis Data	61
3.7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1 Deskripsi Perempuan Pengusaha.....	65
4.2 Hasil Penelitian.....	70
4.2.1 Makna Diri Perempuan Pengusaha Bertahan Dalam Berbisnis di Era Pandemi COVID-19.....	70
4.2.2 Konsep Diri Perempuan Pengusaha Di Era Pandemi COVID-19.....	71
4.2.3 Tindakan Yang Dilakukan Perempuan Pengusaha Untuk Bertahan Di Era Pandemi COVID-19.....	86
4.2.4 Motif Tindakan Perempuan Pengusaha Dalam Menjalani Bisnisnya di Era Pandemi COVID-19	90
4.2.5 Pemahaman Bersama (<i>Intersubjective Understanding</i>) Perempuan Pengusaha Akan Resiliensi Bisnisnya di Era Pandemi COVID-19.....	97
4.2.6 Realitas Resiliensi Bisnis Perempuan Pengusaha di Era Pandemi COVID-19 dan Keterkaitannya Dengan Konsep Diri berbasis “ <i>We-Thou Relationship</i> ” dan “ <i>Other-They Relationship</i> ”.....	105
4.3 Pembahasan	114

4.3.1 Konsep Diri Perempuan Pengusaha di Era Pandemi COVID-19.....	114
4.3.2 Motif Perempuan Pengusaha Bertahan Dalam Menjalankan Bisnisnya di Era Pandemi COVID-19	119
4.3.3 Perubahan Kesadaran Perempuan Pengusaha dan Resiliensi Bisnisnya di Era Pandemi COVID-19	122
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	129
5.1 Kesimpulan.....	129
5.2 Saran.....	133
5.2.1 Saran Akademis.....	133
5.2.2 Saran Praktis	133
DAFTAR PUSTAKA	134
LAMPIRAN I.....	137



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2.2	Perbedaan Gender Perempuan dan Laki-Laki.....	44
Tabel 4.1	Konsep Diri Model Kepemimpinan Transformasional dan Transaksional	85
Tabel 4.2	Tindakan Perempuan Pengusaha Dalam Menghadapi Pandemi COVID-19.....	89
Tabel 4.3	Motif Perempuan Pengusaha Dalam Menghadapi Pandemi COVID-19	97
Tabel 4.4	Pemahaman Bersama Perempuan Pengusaha Atas Resiliensi Bisnisnya di Era Pandemi COVID-19	102
Tabel 4.5	Pengalaman Perempuan Pengusaha dan Resiliensi Bisnisnya di Era Pandemi COVID-19.....	113



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Rasio Total Kegiatan Wirausaha Perempuan & Laki-Laki 2018/2019.....	4
Gambar 2	<i>Potential Winners and Losers In The Short Term Diagram</i>	6
Gambar 3	Bagan Kerangka Pemikiran.....	51
Gambar 4	Teknik Keabsahan Data Triangulasi	63
Gambar 5	Bagan Sektor Usaha Yang Mengalami Kenaikan dan Penurunan di Era Pandemi COVID-19	70
Gambar 6	Bagan Sektor Usaha Yang Mengalami Kenaikan dan Penurunan di Era Pandemi COVID-19	73
Gambar 7	Tim PJJ dan PJA Bersama Ibu Hastuti Sedang Rapat Jarak Jauh Secara Virtual Sebagai Ketaatan Pada Peraturan Pemerintah Atas Anjuran WFH. Slogan baru PJJ dan PJA “Berani Berubah Di Era New Normal“	74
Gambar 8	Kedai KOTUNGSU di Jakarta Barat yang mengirimkan pesanan makanan minuman ke pelanggannya selama pandemi dengan jadwal dan rute pengantaran, dari wilayah DKI Jakarta, Depok dan Bekasi..	79
Gambar 9	Aplikasi Ngaji <i>Online</i> “Syarihuh” Buatan Evilita Andriani	82
Gambar 10	Foto Serah Terima Sertifikat Halal Untuk Produk “Do It Chocolate” dari MUI Provinsi Banten Kepada Ibu Lely Suryani.....	83
Gambar 11	Publikasi Kegiatan “Womenpreneur Community“ di Indonesia Yang Didirikan Mbak Irma Sustika.....	85
Gambar 12	Produk “Bakedbykarinxrachel” Hampers Hari Raya.....	96
Gambar 13	Tim Absolut EO berfoto di dalam Stadion Lukas Enembe, tempat diselenggarakannya PON XX di bulan Oktober 2021 mendatang....	106
Gambar 14	Artikel Tentang Profil Farida Achmad, Pengusaha Perempuan Sukses dan Bahagia.....	107
Gambar 15	Bagan Pemetaan Hasil Penelitian Atas Konsep Diri Perempuan Pengusaha dan Resiliensi Bisnisnya di Era Pandemi COVID-19.....	128