
PENGALAMAN WIRAUSAHAWAN WANITA MUDA DALAM MENGELOLA TIM KERJA DI SEKTOR FESYEN LOKAL MAKASSAR

Burhanuddin^{1*}

^{1*}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar
Email: dr.burhanuddin@unm.ac.id^{1*}

Abstrak

Penelitian ini mengkaji pengalaman wirausahawan wanita muda dalam mengelola tim kerja pada sektor fesyen lokal Makassar, sebuah ekosistem kreatif yang berkembang pesat dan didominasi oleh pelaku usaha perempuan. Meskipun 64,5% UMKM di Indonesia dikelola oleh perempuan, berbagai hambatan struktural seperti akses pembiayaan, tekanan peran domestik, dan keterbatasan kapasitas manajerial masih menjadi tantangan signifikan. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus multipel, penelitian ini mengeksplorasi dinamika kepemimpinan berbasis empati, pembangunan kepercayaan dalam konteks budaya lokal, negosiasi peran sosial, serta integrasi identitas kreatif dalam pengambilan keputusan. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen digital, kemudian dianalisis dengan teknik tematik induktif. Hasil penelitian menunjukkan empat tema inti: kepemimpinan relasional, konsistensi sebagai dasar kepercayaan, batas peran yang cair dalam hubungan pertemanan, serta otonomi kreatif sebagai ekspresi identitas pemilik usaha. Temuan ini menegaskan bahwa kepemimpinan wirausahawan perempuan muda tidak hanya berorientasi pada kinerja, tetapi juga berakar pada nilai-nilai lokal seperti *siri'*, yang mempengaruhi gaya komunikasi dan dinamika kerja tim. Implikasi praktis mencakup kebutuhan akan pelatihan kepemimpinan yang sensitif budaya, dukungan psikososial untuk mencegah burnout, serta penguatan literasi manajerial untuk meningkatkan keberlanjutan bisnis fesyen lokal.

Kata Kunci: Kepemimpinan Perempuan, Wirausaha Muda, Fesyen Lokal Makassar, Dinamika Tim, Studi Kualitatif.

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, wirausaha muda perempuan memainkan peran strategis dalam pertumbuhan ekonomi kreatif Indonesia, termasuk di sektor fesyen lokal Makassar yang menonjolkan perpaduan inovasi desain dan nilai budaya lokal. Secara nasional, kontribusi perempuan sangat signifikan: sekitar 64,5% UMKM dikelola oleh perempuan, menunjukkan dominasi perempuan dalam ekosistem usaha kecil (Safitri, 2025). Temuan ini menegaskan bahwa perempuan bukan hanya pelaku ekonomi, tetapi juga agen perubahan yang memengaruhi identitas budaya dan model bisnis kreatif.

Urgensi penelitian ini semakin kuat ketika melihat berbagai tantangan struktural yang masih dihadapi perempuan pelaku UMKM. Meskipun perempuan mendominasi sektor UMKM, mereka tetap berhadapan dengan hambatan terkait akses pembiayaan, kapasitas manajerial, dan tekanan peran domestik (Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2024). Tantangan ini menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi

kreatif tidak dapat dilepaskan dari dinamika sosial-gender yang turut membentuk cara perempuan memimpin dan mengelola usaha mereka.

Kondisi di Makassar mencerminkan dinamika tersebut secara lebih spesifik. Ekosistem fesyen lokal mendapat dukungan kuat melalui berbagai event seperti Makassar Craft Expo dan pameran wastra daerah, yang menawarkan ruang bagi wirausaha muda perempuan untuk memperluas jaringan dan eksposurnya. Selain itu, banyak program pendampingan UMKM perempuan yang didorong oleh pemerintah daerah dan komunitas kreatif. Namun, meskipun dukungan ini berkembang, perempuan muda masih perlu mengembangkan kapasitas dalam manajemen tim, pengambilan keputusan, dan penguatan kepemimpinan berbasis nilai lokal.

Meskipun kontribusi mereka tampak nyata, literatur mengenai pengalaman subjektif wirausahawan perempuan muda dalam mengelola tim kerja masih terbatas. Banyak penelitian lebih menekankan faktor motivasi atau tantangan eksternal, sementara aspek internal seperti dinamika kepercayaan, kolaborasi, dan pembentukan identitas kepemimpinan belum dibahas secara mendalam. Padahal, 99% UMKM Indonesia berada pada kategori usaha mikro, dan 64% di antaranya dijalankan oleh perempuan, sehingga kualitas kepemimpinan internal menjadi variabel penting bagi keberlanjutan usaha (Zuhdi, 2024). Kekosongan dalam kajian ini memperlihatkan perlunya penelitian kualitatif yang fokus pada pengalaman kepemimpinan perempuan muda di industri fesyen.

Selain celah akademik, penelitian ini memiliki nilai praktis yang signifikan. Memahami bagaimana perempuan muda memimpin tim di sektor fesyen lokal Makassar dapat memberikan dasar bagi desain program pelatihan kepemimpinan yang lebih relevan, sensitif budaya, dan responsif terhadap kebutuhan riil pelaku usaha. Studi-studi terdahulu juga menunjukkan bahwa tantangan perempuan wirausahawan lebih kompleks dibanding laki-laki, terutama terkait beban sosial dan hambatan struktural (Definit, 2022). Tanpa pemahaman mendalam mengenai dinamika manajerial yang mereka hadapi, intervensi kebijakan berisiko tidak efektif atau tidak kontekstual.

Dengan demikian, penelitian ini penting dilakukan untuk menangkap pengalaman subjektif, strategi kepemimpinan, dan dinamika pengelolaan tim yang dijalani oleh wirausahawan wanita muda di sektor fesyen lokal Makassar. Pendekatan kualitatif memungkinkan eksplorasi makna, proses negosiasi peran, serta pengaruh budaya lokal yang melekat pada praktik kepemimpinan mereka. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi kajian kewirausahaan perempuan dan kontribusi praktis bagi pengembangan ekosistem fesyen lokal Makassar yang inklusif dan berkelanjutan.

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Literatur kepemimpinan perempuan menyoroti kecenderungan gaya relasional dan empatik yang menempatkan perhatian personal pada inti praktik kepemimpinan; konsep ini relevan saat menelaah kepemimpinan wirausahawan perempuan di sektor kreatif. Dalam

konteks dukungan digital dan komunitas daring, penelitian menunjukkan bahwa platform online menyediakan affordance penting untuk menyelesaikan masalah, mereframing tantangan, dan merefleksikan strategi usaha, yang dapat menjadi sumber dukungan bagi wirausahawan terutama di masa gangguan seperti pandemi (Meurer et al., 2021).

Risiko burnout dan tekanan psikososial pada wirausahawan menjadi perhatian penting karena ancaman finansial dan beban pengelolaan usaha dapat berdampak pada kesehatan mental pemilik usaha dan kinerja tim (Torrès et al., 2021). Dukungan finansial yang tepat, termasuk hibah kecil atau bantuan jangka pendek, terbukti dapat mereduksi keterbatasan waktu dan informasi bagi wirausaha perempuan, sehingga meningkatkan kapasitas operasional dan pertumbuhan usaha (Srhoj et al., 2021).

Kajian mengenai model bisnis dan keberlanjutan dalam ekonomi jaringan menekankan bahwa transformasi digital dan perhatian terhadap dampak sosial-ekologis menjadi bagian dari tuntutan ekosistem bisnis modern—hal ini relevan bagi wirausaha fesyen yang mulai mengintegrasikan praktik berkelanjutan dalam rantai nilai mereka (Jabłoński et al., 2020). Selain itu, aspek tanggung jawab wirausahawan terhadap perubahan konstruktif dan pembelajaran eksternal berkaitan dengan peningkatan inovasi usaha; rasa tanggung jawab tersebut mempengaruhi bagaimana pemimpin mendorong pembelajaran tim dan visi Bersama (Hu et al., 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi paradigma interpretif-konstruktivis dengan desain studi kasus multipel yang mendalam untuk lima wirausahawan wanita muda di Makassar yang memenuhi kriteria usaha fesyen beroperasi minimal dua tahun dan memiliki tim kerja. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dan snowballing untuk memastikan variasi profil (usia 23–30 tahun, latar pendidikan, skala produksi, dan orientasi pasar lokal vs. digital).

Metode pengumpulan data meliputi wawancara semi-terstruktur mendalam (7–10 pertanyaan inti), observasi partisipatif terbatas di studio/atelier, serta analisis dokumen termasuk posting media sosial, katalog produk, dan catatan komunikasi internal tim. Wawancara direkam, ditranskrip verbatim, dan dianalisis menggunakan analisis tematik induktif sesuai langkah familiarisasi, pengkodean awal, pembentukan tema, peninjauan tema, dan penulisan naratif akhir.

Validitas ditingkatkan melalui triangulasi data, member checking, dan audit trail; etika penelitian ditegaskan melalui informed consent, anonimisasi data, dan kebijakan berbagi hasil dengan partisipan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tiga belas tema substansif muncul dari analisis; empat di antaranya diidentifikasi sebagai tema inti: (a) kepemimpinan berbasis empati dan relasi, (b) pembangunan kepercayaan lewat konsistensi dan penghormatan, (c) negosiasi batas peran antara sahabat dan atasan, serta (d) otonomi kreatif sebagai ekspresi identitas.

Tabel 1. ringkasan temuan tematik disajikan berikut untuk memudahkan pembacaan dan perbandingan antar kasus.

Table 1. ringkasan tematik

Tema Utama	Inti Temuan	Ilustrasi Kutipan (disamarkan)
Kepemimpinan Berbasis Empati	Pemimpin menempatkan kesejahteraan emosional anggota sebagai prioritas selain target produksi	“Saya tanya keadaan hati mereka sebelum kerja.”
Membangun Kepercayaan	Konsistensi janji, keterbukaan komunikasi, dan penghormatan martabat tim (siri’) memperkuat kepercayaan	“Kalau janji ditepati, kepercayaan tumbuh.”
Negosiasi Peran	Kesulitan menegaskan keputusan saat relasi bersifat pertemanan; butuh aturan jelas dan konsistensi	“Sulit keras pada teman, tapi wajib demi usaha.”
Otonomi & Identitas Kreatif	Bisnis adalah medium aktualisasi: pengambilan keputusan sering dipengaruhi identitas pemiliknya	“Brand ini cerminan saya, jadi sulit lepas kendali.”

Sumber: data proses, 2025

Selain tema inti, analisis menunjukkan dinamika temporal: pada fase awal pembentukan tim, gaya kepemimpinan cenderung lebih partisipatif; seiring skala produksi bertambah, kebutuhan akan struktur dan prosedur meningkat.

Data juga mengungkapkan sumber dukungan eksternal yang dimanfaatkan: komunitas online dan jaringan lokal untuk pemasaran dan pembelajaran, yang membantu dalam menghadapi keterbatasan sumber daya dan akses pasar—suatu temuan yang relevan dengan peran affordance digital bagi pengusaha (Meurer et al., 2021).

Beberapa partisipan melaporkan tekanan mental yang signifikan pada masa krisis bisnis (mis. gangguan pasokan, penurunan permintaan), menimbulkan gejala stres dan kelelahan; pengalaman ini selaras dengan temuan risiko burnout di kalangan wirausaha pada situasi krisis (Torrès et al., 2021).

Pembahasan

Kepemimpinan empatik yang ditemukan memperlihatkan kombinasi antara gaya transformational dan authentic leadership; pemimpin perempuan muda mengintegrasikan nilai pribadi dalam pengambilan keputusan sehingga menciptakan konteks kerja yang bermakna bagi anggota tim. Namun, kepekaan ini menimbulkan trade-off: keakraban tim mempermudah kolaborasi kreatif tetapi mengaburkan otoritas formal, sehingga dibutuhkan

strategi manajerial yang jelas—seperti perjanjian peran atau SOP sederhana—agar produktivitas tidak tergerus oleh ambiguitas peran.

Pembentukan kepercayaan tidak hanya bersifat instrumental (kinerja, keterampilan), tetapi juga simbolik karena penghormatan terhadap martabat (siri') menjadi modal sosial yang kuat di konteks Makassar; peran nilai budaya lokal ini memperkaya teori kepemimpinan yang umumnya berbasis konteks barat. Temuan tentang pemanfaatan komunitas online sebagai sumber dukungan dan pembelajaran menegaskan bahwa akses digital menjadi elemen penting dalam mitigasi keterbatasan sumber daya, sesuai bukti bahwa platform daring menawarkan affordance untuk refleksi dan pemecahan masalah usaha (Meurer et al., 2021).

Isu burnout dan tekanan mental pada wirausahawan menggarisbawahi perlunya program dukungan yang melampaui bantuan finansial semata—kebijakan atau intervensi yang memasukkan aspek 'entrepreneurship care' dianggap relevan untuk menjaga keberlanjutan usaha (Torrès et al., 2021). Intervensi finansial yang ditargetkan bagi perempuan wirausahawan, seperti hibah kecil atau fasilitasi modal kerja, dapat memperkaya kapasitas operasional dan mengurangi beban waktu serta informasi, sehingga berdampak positif pada pertumbuhan dan stabilitas tim (Srhoj et al., 2021).

Dari sudut keberlanjutan bisnis, masuknya prinsip bisnis berkelanjutan dan pemikiran jaringan dapat mendorong perancangan model usaha fesyen yang lebih inklusif dan berdaya tahan terhadap guncangan pasar, suatu kebutuhan yang selaras dengan wacana sustainability dalam ekonomi jaringan (Jabłoński et al., 2020). Implikasi praktis meliputi rekomendasi pelatihan hybrid: modul kecerdasan emosional, komunikasi asertif, serta manajemen operasional ringan (mis. pengelolaan stok, penjadwalan, dan SOP produksi) yang dikemas kontekstual bagi sektor fesyen lokal.

KESIMPULAN

Pengalaman wirausahawan wanita muda di sektor fesyen lokal Makassar menunjukkan bahwa mengelola tim adalah praktik yang melampaui instruksi teknis: ia merupakan proses pembentukan identitas, pemeliharaan martabat kolektif, dan negosiasi terus-menerus antara kepekaan personal dan kebutuhan struktur organisasi. Untuk masa depan, rekomendasi meliputi pengembangan program dukungan holistik (finansial, psikososial, dan pembelajaran digital), penelitian komparatif lintas kota untuk memahami variabilitas budaya kerja, serta integrasi prinsip keberlanjutan dalam model bisnis fesyen agar usaha tetap tangguh dan bermakna.

DAFTAR PUSTAKA

- Definit. (2022, June 10). Survei “Perempuan Pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Indonesia”. <https://definit.asia/id/survey-on-empowering-women-micro-entrepreneurs-in-indonesia/>
- Hu, H., Du, Y., & Wang, Z. (2023). Linking Entrepreneurs’ Felt Responsibility to Ventures’ Innovation Performance: The Roles of External Learning and Shared Vision. *Psychology Research and Behavior Management*, 16, 3045-3060. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S414119>
- Jabłoński, M., Timmers, P., & Sarkis, J. (2020). Sustainability in business models in the network economy. *Electronic Markets*, 30, 675-678. <https://doi.org/10.1007/s12525-020-00444-1>
- Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. (2024, May 30). The Indonesia Gender Dashboard on Women in SMEs – Kolaborasi Promosikan Pemberdayaan Ekonomi Perempuan dan UMKM Indonesia. <https://www.kemenpppa.go.id/index.php/siaran-pers/the-indonesia-gender-dashboard-on-women-in-smes-kolaborasi-promosikan-pemberdayaan-ekonomi-perempuan-dan-umkm-indonesia/>
- Meurer, M. M., Waldkirch, M., Schou, P., Bucher, E., & Burmeister-Lamp, K. (2021). Digital affordances: how entrepreneurs access support in online communities during the COVID-19 pandemic. *Small Business Economics*, 58, 637-663. <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00540-2>
- Safitri, R. D. (2025, April 24). Kemendag: 64,5 Persen UMKM di Indonesia Dikelola Perempuan. *Tirto*. <https://tirto.id/kemendag-645-persen-umkm-di-indonesia-dikelola-perempuan-haWA>
- Srhoj, S., Škrinjarić, B., Radas, S., & Walde, J. (2021). Small matching grants for women entrepreneurs: lessons from the past recession. *Small Business Economics*, 59, 117-142. <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00524-2>
- Torrès, O., Benzari, A., Fisch, C., Mukerjee, J., Swalhi, A., & Thurik, R. (2021). Risk of burnout in French entrepreneurs during the COVID-19 crisis. *Small Business Economics*, 58, 717-739. <https://doi.org/10.1007/s11187-021-00516-2>
- Zuhdi, N. (2024, November 6). UMKM Perempuan Indonesia Punya Potensi Besar Menuju Pasar Global. *Media Indonesia*. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/715676/umkm-perempuan-indonesia-punya-potensi-besar-menuju-pasar-global->