

HUBUNGAN BUDAYA BUGIS TERHADAP AKSES FINANSIAL DAN PELATIHAN PADA PEREMPUAN WIRAUSAHA DI SULAWESI SELATAN

Dara Intan Salassa¹, Lukman Mohammad Baga², Etriya³

^{1,2,3}Departemen Agribisnis, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor
Jl. Kamper Wing 4 Level 5 Kampus IPB Dramaga, Indonesia
e-mail: ¹dara05intan@apps.ipb.ac.id

(Diterima 6 September 2022/Revisi 17 Oktober 2022/Diterima 10 Januari 2023)

ABSTRACT

Local culture is expected to be related to women entrepreneurs, including access to finance and training activities. Bugis is one of the Indonesian ethnicities that have cultural values related to women's entrepreneurship. This paper aims to: (1) explain the characteristics of women entrepreneurs and Bugis cultural values: *reso* (hard work), *macca* (smart and skilled), *passibijaang* (kinship), and *barani* (courage to take risks) in women entrepreneurs; and (2) measure the correlations between Bugis cultural values (*reso*, *macca*, *passibijaang*, and *barani*) and access to finance and training. Primary data were obtained from online surveys and surveys by face-to-face interviews. The sampling technique used simple random sampling with a sample size of 205 respondents. The data were analyzed using descriptive statistics and correlation with Person's rank. The results show that (1) The *reso* and *macca* cultures of entrepreneurial women tend to be high, while the *passibijaang* and *barani* cultures of women entrepreneurs tend to be medium; (2) *Macca* and *barani* cultures are positively correlated with access to finance. *Macca* culture is weakly correlated with financial access, while *Barani* culture is pretty strongly correlated with access to finance. *Passibijaang* culture is weakly positively correlated with access to training. The paper recommends establishing a community that helps rural women entrepreneurs enhance entrepreneurship knowledge and skills.

Keywords: Bugis, finance, local culture, training, women entrepreneur

ABSTRAK

Budaya lokal diduga berhubungan dengan perempuan wirausaha, termasuk dalam kegiatan akses ke keuangan dan pelatihan. Bugis merupakan etnis asal Indonesia yang memiliki nilai-nilai budaya yang berkaitan dengan kewirausahaan perempuan. Penelitian ini bertujuan (1) menjelaskan karakteristik perempuan wirausaha dan nilai-nilai budaya Bugis: *reso* (kerja keras), *macca* (cerdas dan terampil), *passibijaang* (kekeluargaan), dan *barani* (keberanian mengambil risiko) pada perempuan wirausaha; dan (2) mengukur hubungan antara nilai budaya Bugis (*reso*, *macca*, *passibijaang*, dan *barani*) dengan akses finansial dan pelatihan. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui survei online dan survei dengan wawancara tatap muka. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 205 responden. Data dianalisis dengan menggunakan statistik deskriptif dan korelasi *pearson's rank*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) budaya *reso* dan *macca* pada perempuan wirausaha cenderung tinggi, sedangkan budaya *passibijaang* dan *barani* pada perempuan wirausaha cenderung menengah; (2) Budaya *macca* dan *barani* berhubungan positif dengan akses finansial. Budaya *macca* memiliki tingkat hubungan yang sangat lemah dengan akses finansial, sedangkan budaya *barani* memiliki tingkat hubungan yang cukup kuat dengan akses finansial. Budaya *passibijaang* berhubungan positif dengan akses pelatihan, dengan tingkat hubungan terkategori lemah. Saran penelitian yaitu dilakukannya pembentukan komunitas guna mawadahi perempuan wirausaha pedesaan dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan berwirausaha.

Kata kunci: Bugis, budaya lokal, finansial, pelatihan, perempuan wirausaha

PENDAHULUAN

Kemampuan perempuan wirausaha dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan kontribusinya membangun perekonomian bangsa telah diakui berdampak signifikan di hampir seluruh negara. Studi Batool & Ullah (2017) mengungkapkan, bahwa secara konsisten, di pasar global perempuan wirausaha lebih aktif dalam memulai bisnis mereka sendiri. Laporan MIWE (2022) menunjukkan, bahwa lingkungan budaya memengaruhi kewirausahaan perempuan. Dalam hal ini, lingkungan budaya mampu memberi dorongan kepada perempuan wirausaha untuk menciptakan bisnisnya sendiri, sekalipun perempuan wirausaha berada di lingkungan budaya yang kurang kondusif.

Sementara itu, akses ke finansial dan pelatihan merupakan hal penting yang perlu dilakukan oleh perempuan wirausaha. Budaya berkaitan dengan akses ke sumber daya finansial dan pelatihan. Budaya mungkin mendorong atau menghambat perempuan wirausaha untuk mengakses sumber finansial atau pelatihan. Misalnya, di negara berpenghasilan tinggi dengan budaya timur tengah yang kuat, seperti Arab Saudi, perempuan wirausaha tidak terdukung oleh norma dan kebudayaan, sehingga membuat perempuan wirausaha terpinggirkan, sekalipun memiliki kualifikasi yang sama baiknya dengan pria wirausaha. Perempuan wirausaha di Arab Saudi sering kali mengalami diskriminasi gender, seperti pinjaman dengan tingkat bunga yang lebih tinggi dan penolakan investor. Meskipun di negara tersebut memiliki akses luas ke pembiayaan operasional UKM, pajak dan birokrasi, dan ketersediaan modal ventura, tetapi kepemilikan rekening bank, hanya dimiliki oleh setengah populasi perempuan (58%) dibandingkan dengan populasi pria (80%) (MIWE, 2022). Syarat pengajuan pinjaman bank, juga harus menyertakan suami sebagai penandatanganan bersama. Hal ini akan membuat perempuan wirausaha enggan mencari pinjaman sejak awal. Perempuan wirausaha Arab Saudi juga terbatas dalam akses ke pelatihan sebagai bagian dari

kepatuhan pada norma dan kebudayaan. Berbeda dengan Amerika Serikat yang terdiri atas masyarakat dengan multi budaya, perempuan wirausaha memiliki kebebasan dalam akses ke pelatihan dan pelayanan yang ramah di lembaga pinjaman. Di Amerika, perempuan wirausaha lebih berpengaruh, sehingga tingkat partisipasi wirausaha dan pembangunan ekonomi pun tinggi (MIWE, 2022).

Di Eropa, negara dengan penghasilan menengah ke atas, seperti Bulgaria memiliki kondisi budaya yang mendukung aktivitas kewirausahaan, termasuk perempuan wirausaha. Hal ini ditunjukkan dengan berhasilnya perempuan wirausaha Bulgaria menduduki posisi peringkat ke-3 sebagai tingginya keterlibatan perempuan wirausaha dalam akses finansial dan pengetahuan (MIWE, 2022). Di Indonesia, kebudayaannya mendukung aktivitas wirausaha, namun keterlibatan perempuan wirausaha seringkali dibatasi oleh nilai-nilai budaya tertentu. Seringkali pula perempuan wirausaha Indonesia mengalami kesulitan akses ke sumber daya finansial dan pelatihan, namun hal ini tidak membuat partisipasi perempuan wirausaha menjadi rendah. Dalam akses finansial dan pengetahuan, perempuan wirausaha Indonesia berada di peringkat ke-34, di atas Arab Saudi dengan peringkat ke-33 (MIWE, 2022). Berdasarkan uraian ini, diketahui bahwa negara dengan kebudayaan wirausaha, tidak seluruhnya mendukung perempuan berwirausaha. Namun, negara dengan kebudayaan yang mendukung wirausaha sepenuhnya, maka keterlibatan dan pemanfaatan akses pun tinggi, hingga berdampak baik pada perekonomian di negara tersebut.

Penelitian terdahulu telah banyak yang mempelajari pengaruh lingkungan budaya terhadap perempuan wirausaha, dengan hasil yang signifikan (Majenga dan Mashene 2014; Mbiti 2015). Namun, kebanyakan dari peneliti tersebut hanya mempelajari budaya kewirausahaan atau suasana kewirausahaan sebagai variabel utamanya (Lily *et al.* 2022), sementara terdapat beberapa studi tentang budaya kewirausahaan dari perspektif buda-

ya lokal etnis. Banyak di antara peneliti yang telah mempelajari nilai-nilai tertentu dari kebudayaan China. Studi Tandelilin (2020) mempelajari nilai *guanxi* (jaringan keluarga) pada wirausaha Tionghoa. Studi Lily *et al.* (2022) mempelajari hubungan antara nilai *hsiao* (bakti) dan niat kewirausahaan mahasiswa. Studi Sutanto dan Nurrachman (2020) menghasilkan temuan, bahwa nilai kerja keras dan strategi manajemen menjadi nilai inti wirausaha Tionghoa. Penelitian tersebut menjadi inspirasi bahwa perlunya mempelajari kewirausahaan yang ditinjau dari budaya lokal etnis, khususnya di Indonesia. Negara Indonesia memiliki ragam etnis budaya yang berkaitan dengan kewirausahaan. Sejumlah peneliti telah banyak menghasilkan penelitian tentang pengaruh budaya Jawa, Madura, Minang, dan Tionghoa di Indonesia. Akan tetapi, budaya lokal dari etnis Bugis, masih sedikit peneliti yang mengkajinya, khususnya pada bahasan hubungan budaya Bugis dengan akses finansial dan pelatihan kemampuan wirausaha.

Bugis merupakan salah satu etnis yang memiliki sejarah panjang dalam dunia wirausaha. Kesuma (2012) menjelaskan, bahwa masyarakat etnis Bugis Wajo, sebagian besar berprofesi sebagai wirausahawan. Selain itu, etnis Bugis Wajo dikenal sebagai pengelana dan pedagang. Etnis Bugis Wajo telah mendatangi banyak tempat yang dianggap memiliki peluang bisnis dan iklim yang menjamin kebebasan dalam berusaha. Sementara itu, menurut Muin (2020) dalam sejarah, saudagar Bugis Bulukumba memiliki sifat yang dinamis dan berwawasan luas. Hal ini tercermin dari sisi budaya dan bukti keterampilan pembuatan perahu phinisi. Perahu tersebut memiliki filosofi yang menunjukkan bahwa saudagar etnis Bugis Bulukumba telah berdagang hingga ke luar pulau. Etnis Bugis juga dikenal sebagai bangsa pelaut dengan keberaniannya mengambil risiko. Etnis perantau umumnya memiliki keberanian mengambil risiko yang tinggi, seperti halnya etnis Tionghoa, Arab, dan Madura (Agustina, 2016).

Bulukumba memiliki slogan, yaitu 'Bulukumba berlayar' yang mengandung makna

bahwa adanya perahu sebagai refleksi kreativitas masyarakat Bulukumba dan filosofi dagang di dalamnya. Lebih lanjut Muin (2020) mengemukakan, bahwa pengusaha Bugis dikenal dengan keuletannya dalam berbisnis. Hal ini didasarkan dari sejarah yang menunjukkan pengusaha Bugis menguasai pelayaran dan perdagangan antar pulau sampai negara. Fakta sejarah ini, mengindikasikan bahwa saudagar Bugis memiliki sikap dan jiwa kewirausahaan, seperti kemampuan dalam bekerja sama, membangun jejaring, etos kerja yang tinggi, dan berani mengambil risiko.

Tren data UMKM Sulawesi Selatan menunjukkan peningkatan selama 3 tahun terakhir. Ramadhan (2022) melaporkan, bahwa berdasarkan data dinas koperasi dan UMKM Sulawesi Selatan, total pelaku UMKM pada tahun 2019 sebanyak 944.279 usaha. Tahun 2020, pelaku UMKM terus meningkat sebanyak 1.262.952 usaha. Kemudian, akhir tahun 2021 peningkatan masih terjadi walau dalam masa pandemi *covid-19*. Total pelaku UMKM tahun 2021 mencapai 1.565.134 usaha. Pesatnya pertumbuhan UMKM di Sulawesi Selatan dan kewirausahaan yang dipimpin perempuan wirausaha menjadi fokus penelitian ini. Laporan data dinas koperasi usaha kecil dan menengah Sulawesi Selatan menunjukkan, bahwa persentase perempuan wirausaha Bugis Bulukumba hanya mencapai 34,2% (DISKOP, 2021). Angka tersebut masih lebih rendah dibandingkan dengan pria wirausaha Bugis Bulukumba, sebesar 65,8% (DISKOP, 2021). Rendahnya pertumbuhan wirausaha perempuan dapat disebabkan oleh terbatasnya kemampuan perempuan dalam memperoleh akses sumber daya. Oleh karena itu, peningkatan UMKM perempuan Bugis akan lebih baik apabila didukung akses ke sumber daya yang tinggi. Penelitian ini penting dilakukan, sebab mengingat masih kurangnya studi mengenai hubungan antara nilai budaya dan akses sumber daya oleh perempuan, terutama di sektor agribisnis. Di sisi lain, kebudayaan Bugis memiliki beberapa nilai yang berkaitan dengan peran perempuan dalam bekerja termasuk berwirausaha. Nilai

reso (kerja keras), *macca* (cerdas dan terampil), *passibijaang* (kekeluargaan) dan *barani* (berani) merupakan nilai kebudayaan Bugis yang berhubungan dengan akses finansial dan pelatihan.

Dengan demikian, penelitian ini mempelajari kekuatan hubungan antara nilai budaya Bugis terhadap akses finansial dan pelatihan pada perempuan wirausaha produsen gula aren dan gula kelapa. Tujuan penelitian ini adalah (1) menganalisis variabel demografi dan nilai budaya Bugis *reso*, *macca*, *passibijaang*, dan *barani* pada perempuan wirausaha dan (2) menganalisis kekuatan hubungan nilai budaya Bugis *reso*, *macca*, *passibijaang*, dan *barani* dengan akses finansial dan pelatihan pada perempuan wirausaha.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Nilai Budaya Lokal dan Budaya Universal dalam Kewirausahaan

Budaya lokal sebagai konteks kewirausahaan terdiri atas asumsi sosial yang dianut oleh komunitas utama di suatu lokasi (Fredin dan Jogmark, 2017). Budaya lokal akan menghasilkan nilai-nilai lokal yang diwariskan dari generasi ke generasi di masing-masing daerah, hingga menjadi pedoman bagaimana individu dapat menjalankan hidup bermasyarakat. Studi Suaib (2017) mengungkapkan, bahwa terdapat kaitan antara nilai budaya lokal dan budaya universal. Budaya lokal terbentuk sebagai keunggulan budaya masyarakat setempat yang berkaitan dengan kondisi geografis. Budaya lokal merupakan produk budaya masa lalu yang selanjutnya dijadikan pegangan hidup oleh masyarakatnya. Dalam hal ini, walaupun bernilai lokal, tetapi nilai yang terkandung di dalamnya dianggap universal. Nilai budaya universal diartikan bahwa nilai-nilai tersebut tidak hanya menjadi milik satu daerah atau etnis saja, melainkan dimiliki pula oleh banyak daerah lain, bahkan negara.

Menurut Iswanto *et al.* (2017), Indonesia dengan keragaman budaya lokalnya, terdapat beberapa kelompok etnis tertentu yang di-

yakini memiliki kemampuan dalam bidang kewirausahaan. Kelompok etnis tersebut, di antaranya Etnis Minang, Jawa, Tionghoa, Madura, dan Bugis. Nilai budaya pada etnis lokal Indonesia juga memiliki kemiripan dengan nilai budaya universal yang terdapat pada nilai budaya etnis lainnya di dunia. Misalnya, etnis Bugis memiliki nilai budaya *passibijaang* yang serupa dengan nilai *guanxi* yang dimiliki oleh etnis Tionghoa. Kedua nilai tersebut bermakna kekeluargaan. Dengan demikian, walaupun bernilai lokal tetapi nilai-nilai kebudayaan yang terkandung di dalamnya dianggap sebagai budaya universal.

Hubungan Budaya Lokal dan Perempuan Wirausaha

Penelitian terdahulu menyebutkan bahwa terdapat hubungan antara budaya dengan kewirausahaan yang melibatkan interaksi dan karakteristik lingkungan (Amir dan Hasan, 2019). Budaya lokal berhubungan dengan perempuan wirausaha. Dalam hal ini, nilai budaya lokal Bugis, seperti *passibijaang* yang berarti kekeluargaan memiliki kaitan dengan perempuan wirausaha. Kewirausahaan yang didukung dengan budaya *passibijaang* maka akan membawa hubungan yang positif. Dalam studi Adijah (2020) menyebutkan, bahwa konsep *passibijaang* merupakan teknik wirausaha pada masyarakat Bugis yang berlandaskan solidaritas dan kerja sama dalam bentuk saling mengejar dan menarik. Menurut Tandean *et al.* (2020), implementasi nilai kekeluargaan dalam kewirausahaan akan menciptakan sistem distribusi pendapatan yang adil dalam kewirausahaan keluarga. Sementara usaha yang dibangun oleh perempuan, adanya dukungan keluarga, baik moral maupun finansial menjadi hal yang berarti bagi perempuan wirausaha guna mengembangkan usahanya (Chipfunde *et al.* 2021).

Hubungan Budaya Lokal dengan Akses Finansial dan Pelatihan

Akses ke sumber daya finansial dan pelatihan merupakan bagian penting dari

aktivitas kewirausahaan perempuan. Namun, kewirausahaan perempuan sebagian besar dipengaruhi oleh budaya, sehingga penting mengetahui keterkaitan hubungan antara nilai budaya dengan akses finansial dan pelatihan. Nilai budaya *reso*, *macca*, *passibijaang*, dan *barani* dalam etnis Bugis, masing-masing diartikan sebagai kerja keras, cerdas dan terampil, dukungan keluarga, dan berani. Minimnya literatur kebudayaan Bugis terkait penelitian ini, maka nilai budaya Bugis direfleksikan ke dalam budaya universal.

Budaya *reso* direfleksikan oleh *energy level*. Tingginya *energy level* yang dimiliki oleh seorang individu menandakan bahwa ia energik (Thomas dan Mueller, 2000). *Energy level* ini dapat ditunjukkan melalui etos kerja tinggi, antusiasme, *resilience*, dan kegigihan seseorang. Etos kerja yang dibarengi dengan kegigihan, tidak hanya merupakan karakteristik dari wirausahawan sejati, tetapi juga menjadi budaya bagi sebagian besar masyarakat dunia (Igwe *et al.* 2018; Mazonde dan Carmichael, 2016). Perilaku kerja keras dinilai memiliki keterkaitan dengan akses finansial dan pelatihan. Jika perempuan wirausaha memiliki semangat kerja keras dalam dirinya, maka diduga akan mendorong mereka untuk mencari akses ke sumber permodalan finansial dan akses pelatihan untuk menambah ilmu. Oleh karena itu, hipotesis yang akan diuji pada penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H1 : Nilai budaya *reso* (kerja keras) berhubungan positif dengan akses ke finansial pada perempuan wirausaha.

H2 : Nilai budaya *reso* (kerja keras) berhubungan positif dengan akses ke pelatihan pada perempuan wirausaha.

Suatu usaha yang dibangun dan dijalankan, bukan hanya membutuhkan kerja keras, melainkan dibutuhkan kecakapan *managerial skill*. Budaya *macca* yang berarti cerdas dan terampil, direfleksikan oleh dimensi '*managerial skill*' (Zahra *et al.* 2014). *Managerial skill* dianggap mampu mendefinisikan nilai budaya *macca* (cerdas dan terampil), sebab kecerdasan dalam nilai budaya Bugis menandakan

bahwa seseorang memahami seluk beluk pekerjaan yang ia lakukan, terampil, dan mampu memecahkan permasalahannya (Jannah *et al.* 2020). Hal ini sesuai dengan studi Basit *et al.* (2020) bahwa kecerdasan dalam menjalankan usaha dapat merujuk pada keterampilan atau kompetensi dalam perencanaan strategis bisnis, manajemen diri, dan manajemen hubungan (Basit *et al.* 2020). Budaya *macca* yang direfleksikan oleh *managerial skill* dinilai berhubungan dengan akses pelatihan dan finansial. Studi Sahni (2020) mengungkapkan, bahwa program pelatihan manajemen waktu secara signifikan berhasil memengaruhi perilaku peserta pelatihan. Untuk meningkatkan kemampuan managerial, seseorang dapat mengikuti pelatihan atau pembelajaran secara mandiri. Akan tetapi, dengan kehadiran mentor akan lebih efektif (Rezaei *et al.* 2017). *Managerial skill* juga berkaitan dengan akses finansial. Keterampilan dan keyakinan finansial seorang wirausaha akan membawanya pada perilaku untuk mencari akses ke keuangan (Goyal dan Kumar, 2021). Oleh karena itu, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H3 : Nilai budaya *macca* (cerdas dan terampil) berhubungan positif dengan akses ke finansial pada perempuan wirausaha.

H4 : Nilai budaya *macca* (cerdas dan terampil) berhubungan positif dengan akses ke pelatihan pada perempuan wirausaha.

Budaya *passibijaang* direfleksikan oleh dukungan keluarga. Studi Naidu dan Chand (2017) mengungkapkan, bahwa dukungan keluarga dikenal sebagai bantuan dukungan emosional, operasional, dan finansial yang diterima perempuan wirausaha dari keluarganya. Perempuan wirausaha, umumnya menerima bantuan pendanaan dari teman dekat karena keterbatasan dalam memperoleh pendanaan di lembaga formal. Namun, jika perempuan wirausaha lebih didorong oleh orang tua atau anggota keluarga lainnya, maka mereka akan lebih mampu secara pribadi menghubungi dan memenuhi persyaratan skema pinjaman formal (Ondiba dan Matsui, 2019). Selain akses ke keuangan, du-

kungan keluarga juga memungkinkan perempuan wirausaha mampu mengakses ke sumber daya pelatihan untuk menambah pengetahuan dan keterampilan. Studi Gundry dan Ben-Yoseph (2016) mengungkapkan, bahwa keluarga yang mendukung kewirausahaan perempuan, akan mendukung pula keterlibatan perempuan dalam memperoleh pengetahuan dan keterampilan. Selain itu, tempat bagi perempuan wirausaha memperoleh pelatihan dapat berasal dari keluarga, khususnya yang terjalin dalam bisnis keluarga (Gundry dan Ben-Yoseph, 2016). Hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H5 : Nilai budaya *passibijaang* (kekeluargaan) berhubungan positif dengan akses ke finansial pada perempuan wirausaha.

H6 : Nilai budaya *passibijaang* (kekeluargaan) berhubungan positif dengan akses ke pelatihan pada perempuan wirausaha.

Budaya *barani* direfleksikan oleh keberanian mengambil risiko. Berdasarkan studi Hoogendoorn *et al.* (2019), risiko dalam konteks kewirausahaan terkait dengan risiko finansial dan non finansial. Keberanian mengambil risiko berhubungan dengan keberanian wirausaha untuk terlibat dalam akses finansial. Keberanian mengambil risiko ini terdorong atas pengharapan keuntungan dan arah bisnis yang lebih baik (Sefiani, 2013). Phuangrod *et al.* (2017) menemukan, bahwa keberanian mengambil risiko berhubungan positif dengan orientasi belajar dan proaktif. Tingginya perilaku pengambilan risiko seseorang, memungkinkannya untuk terlibat dalam akses pelatihan. Dengan begitu, dampak kecenderungan pengambilan risiko dapat diminimalisir oleh pengetahuan yang diperoleh dari pelatihan. Oleh karena itu, hipotesis penelitian yang dirumuskan, adalah:

H7 : Nilai budaya *barani* (berani mengambil risiko) berhubungan positif dengan akses ke finansial pada perempuan wirausaha.

H8 : Nilai budaya *barani* (berani mengambil risiko) berhubungan positif dengan akses ke pelatihan pada perempuan wirausaha.

METODE

Penelitian ini berlokasi di Kabupaten Bulukumba provinsi Sulawesi Selatan. Terpilihnya Kabupaten Bulukumba sebagai lokasi penelitian karena di kabupaten ini terdapat etnis Bugis yang memiliki nilai budaya relevan dengan konsep perempuan wirausaha. Hal ini terlihat dari mulai banyaknya perempuan wirausaha Bugis yang bertindak sebagai pemilik dan turut serta mengelola usahanya. Selain itu, nilai-nilai budaya Bugis memiliki keterkaitan dengan kewirausahaan, sehingga penelitian ini pun mengangkat topik kewirausahaan perempuan Bugis yang ditinjau dari pengaruh budaya. Pengambilan data dilaksanakan pada tanggal 21 Februari 2022 sampai 16 April 2022. Jenis data yang digunakan, yaitu data primer yang diperoleh menggunakan kuesioner *google form* dan wawancara tatap muka.

Metode penarikan sampel pada penelitian ini menggunakan *simple random sampling*. Tahap awal melakukan sampling acak, terlebih dahulu dibangun daftar perempuan wirausaha di Kabupaten Bulukumba sebagai *sampling frame*. Daftar perempuan wirausaha Bugis diperoleh dari dinas koperasi dan UMKM Kab. Bulukumba dan pra survei guna memastikan kembali jumlah daftar perempuan wirausaha Bugis Bulukumba. Populasi penelitian ini adalah perempuan wirausaha yang memiliki usaha mikro dan kecil yang memproduksi gula aren dan gula kelapa dengan usia usaha minimal 1 tahun. Total populasi penelitian berjumlah 477 anggota. Ukuran sampel sebanyak 205 responden. Penerapan metode sampling menghasilkan sebaran responden di tujuh kecamatan, di antaranya Kec. Rilau Ale (30,7%), Kec. Bulukumpa (25,4%), Kec. Herlang (22%), Kec. Kindang (10,2%), Kec. Kajang (7,3%), Kec. Gantarang (2,9%), dan Kec. Ujung Loe (1,5%).

Metode analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif dan analisis korelasi *pearson's rank*. Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan variabel demografi dan nilai budaya Bugis pada perempuan wirausaha. Variabel

nilai budaya Bugis direfleksikan oleh dimensinya masing-masing guna memaknai nilai budaya Bugis secara universal. Nilai *reso* direfleksikan oleh *energy level*. Nilai *macca* direfleksikan oleh *managerial skill*. Nilai *passibijaang* direfleksikan oleh dukungan keluarga. Terakhir, nilai *barani* direfleksikan oleh keberanian mengambil risiko. Keempat variabel nilai budaya diukur menggunakan skala likert dengan skala 1 sampai 7 skala yang menandakan sangat tidak setuju sampai sangat setuju.

Analisis korelasi *pearson's rank* merupakan teknik korelasi yang digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel yang linier (Sugiyono, 2017). Pada penelitian ini, analisis korelasi *pearson's rank* bertujuan mengukur kekuatan hubungan antara nilai budaya Bugis dengan akses finansial dan pelatihan pada perempuan wirausaha. Pengukuran variabel akses finansial dan pelatihan diukur berdasarkan keterlibatan perempuan wirausaha dalam mengakses finansial dan pelatihan. Pemberian nilai "1" apabila perempuan wirausaha mengakses, baik finansial maupun pelatihan. Pemberian nilai "0" apabila perempuan wirausaha tidak mengakses, baik finansial maupun pelatihan.

Korelasi *pearson's rank* dianalisis menggunakan *software* SPSS 24. Adapun rumus korelasi *pearson's rank*, sebagai berikut:

$$r_{x;y} = \frac{n \sum X_i Y - (\sum X_i)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{x;y}$ = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

X = Skor variabel X

Y = Skor variabel Y

$\sum X$ = Jumlah skor variabel X

$\sum Y$ = Jumlah skor variabel Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor variabel X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat skor variabel Y

Penentuan uji hipotesis dilakukan dengan melihat hubungan korelasi dan nilai signifikansi antara kedua variabel. Jika nilai r (*pearson correlation*) menunjukkan positif dan

nilai Sig. (2-tailed) < 0,05, maka terima H1 dan tolak H0. Artinya, terdapat korelasi positif atau hubungan yang signifikan antara variabel satu dengan variabel lainnya. Jika nilai r (*pearson correlation*) menunjukkan negatif dan nilai Sig. (2-tailed) > 0,05, maka terima H0 dan tolak H1. Artinya, tidak terdapat korelasi positif atau hubungan tidak signifikan antara kedua variabel.

Penelitian ini menguji delapan hipotesis, sebagai berikut.

H1 : Nilai budaya *reso* (kerja keras) berhubungan positif dengan akses ke finansial pada perempuan wirausaha.

H2 : Nilai budaya *reso* (kerja keras) berhubungan positif dengan akses ke pelatihan pada perempuan wirausaha.

H3 : Nilai budaya *macca* (cerdas dan terampil) berhubungan positif dengan akses ke finansial pada perempuan wirausaha.

H4 : Nilai budaya *macca* (cerdas dan terampil) berhubungan positif dengan akses ke pelatihan pada perempuan wirausaha.

H5 : Nilai budaya *passibijaang* (kekeluargaan) berhubungan positif dengan akses ke finansial pada perempuan wirausaha.

H6 : Nilai budaya *passibijaang* (kekeluargaan) berhubungan positif dengan akses ke pelatihan pada perempuan wirausaha.

H7 : Nilai budaya *barani* (berani mengambil risiko) berhubungan positif dengan akses ke finansial pada perempuan wirausaha.

H8 : Nilai budaya *barani* (berani mengambil risiko) berhubungan positif dengan akses ke pelatihan pada perempuan wirausaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

KARAKTERISTIK PEREMPUAN WIRAUSAHA

Usia Perempuan Wirausaha

Usia perempuan wirausaha dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua kategori, yaitu usia produktif dan non produktif. Menurut Hakim (2020), usia produktif antara 15 sampai 60 tahun, sedangkan usia non produktif yakni mereka yang berusia 0 sampai 14 tahun dan

lebih dari 60 tahun. Berikut ini merupakan Tabel 1 yang menunjukkan karakteristik perempuan wirausaha berdasarkan sebaran usia.

Tabel 1. Karakteristik Perempuan Wirausaha Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Produktif	194	95
Non produktif	11	5
Total	205	100

Tabel 1 menunjukkan, bahwa mayoritas responden perempuan wirausaha berada pada usia produktif, yakni sebesar 95% atau sebanyak 194 orang dengan rentang usia 23 sampai 60 tahun. Besarnya persentase perempuan usia produktif, sebab perempuan memiliki keinginan untuk membantu memenuhi perekonomian rumah tangganya. Ketidakmampuannya memasuki tenaga kerja formal, menjadikan wirausaha sebagai jalan pilihan terbaik, khususnya bagi ibu rumah tangga. Rata-rata perempuan wirausaha berusia 44 tahun dengan pengalaman usaha lebih dari 12 tahun. Hal ini mengindikasikan, bahwa perempuan wirausaha telah terlibat aktif dalam bisnis kreatif dengan memanfaatkan usianya sebaik mungkin. Umur produktif menandakan kemampuan fisik yang bugar dan kemampuan menghasilkan output yang tinggi. Pemikiran dan pengalaman di sepanjang usia produktif akan berdampak baik pada peningkatan keterampilan wirausahawan. Sehubungan dengan hal tersebut, terdapat faktor psikologis mengenai eksistensi diri yang dirasakan oleh perempuan wirausaha. Pada usia produktif, perempuan akan menunjukkan eksistensinya (keberadaan) pada lingkungan sosial dan keluarga besar. Perempuan wirausaha ingin menunjukkan keberadaannya sebagai perempuan mandiri, bermanfaat, dan berkeahlian. Dengan demikian, dua alasan utama tersebut yang menyebabkan besarnya angka perempuan berwirausaha di usia produktif.

Status Pernikahan

Status pernikahan merupakan bagian latar belakang sosial budaya yang memengaruhi keberadaan perempuan berwirausaha. Hasil penelitian Sari (2020) menunjukkan, bahwa perempuan wirausaha berstatus baik menikah maupun bercerai, di atas usia 40 tahun menunjukkan kecenderungan ikut berwirausaha. Berikut ini merupakan Tabel 2 yang memperlihatkan karakteristik perempuan wirausaha berdasarkan status pernikahan.

Tabel 2. Karakteristik Perempuan Wirausaha Berdasarkan Status Pernikahan

Status Pernikahan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Belum menikah	2	1
Menikah	201	98
Cerai hidup	2	1
Total	205	100

Hasil penelitian menunjukkan, bahwa terdapat responden dengan status menikah, belum menikah, dan cerai hidup. Perempuan wirausaha didominasi dengan status menikah, sebesar 98%, sisanya 1% cerai hidup, dan 1% belum menikah. Dampak yang terjadi ketika sebagian besar perempuan wirausaha berstatus menikah, yakni mereka harus membagi perannya sebagai wirausaha dan seorang isteri. Posisi seorang isteri dalam rumah tangga juga diatur oleh nilai budaya Bugis. Isteri harus mampu mendahulukan tugasnya dalam pekerjaan rumah dan pengasuhan anak, jika menginginkan menjadi wirausaha atau berkarir. Terlebih lagi, bagi masyarakat Bugis, memposisikan perempuan hanya di ranah domestik rumah tangga, sementara pekerjaan menghasilkan nafkah menjadi tanggung jawab pria Bugis. Oleh karena itu, bagi perempuan wirausaha Bugis, mereka harus mampu menyeimbangkan pekerjaan, serta adanya dukungan keluarga menjadi motivasi perempuan wirausaha Bugis.

Berdasarkan temuan penelitian, perempuan wirausaha memperoleh banyak dukungan moral dari suami dan keluarga besar. Perempuan wirausaha seringkali membagi pekerjaan produksi gula aren dan gula kelapa bersama pasangan guna meringankan beban kerja, sebab mayoritas responden tidak mempekerjakan karyawan bayaran.

NILAI BUDAYA BUGIS: *RESO*, *MACCA*, *PASSIBIJAANG*, DAN *BARANI* PADA PEREMPUAN WIRAUSAHA

Budaya *reso* yang berarti 'kerja keras' dimaknai bahwa seorang wirausaha harus memiliki sikap giat bekerja sehingga akan diperoleh hasil yang maksimal dalam pengembangan usaha (Jannah *et al.* 2020). Nilai budaya *reso* direfleksikan oleh dimensi *energy level*. Berdasarkan hasil analisis, budaya *reso* pada perempuan wirausaha memperoleh total *mean* sebesar 6,90 (skala 1-7) (Tabel 3).

Artinya, perempuan wirausaha memiliki *energy level* yang sangat tinggi. Indikator kerja keras dan antusiasme memperoleh nilai *mean* 6,93 lebih tinggi dari indikator lainnya. Berdasarkan hal ini, perempuan wirausaha memiliki antusiasme atau minat yang tinggi pada usaha yang dikelolanya. Timbulnya rasa antusiasme disebabkan pengaruh lingkungan sekitar yang banyak mengusahakan produk gula aren dan gula kelapa. Informasi mengenai keterampilan pengolahan dengan mudah diperoleh perempuan wirausaha dari keluarga dan tetangga sesama produsen. Selain itu, di antara perempuan wirausaha, kegiatan produksi gula telah dilakukan turun temurun dalam keluarga, sehingga semakin meningkatkan minat dan semangat kerja keras dalam usaha tersebut.

Budaya *macca* yang berarti 'cerdas dan terampil' dimaknai sebagai perilaku seorang individu yang mampu menangani urusan pe-

Tabel 3. Statistik Deskriptif Nilai Budaya Bugis: *Reso*, *Macca*, *Passibijaang*, dan *Barani* pada Perempuan Wirausaha

Variabel/Indikator	Mean
Budaya <i>Reso</i>	6,90
Etos kerja	6,93
Antusiasme	6,93
Kegigihan	6,88
<i>Resilience</i>	6,89
Budaya <i>Macca</i>	6,03
<i>Planning and goal setting</i>	6,05
Kemampuan membangun hubungan baik dengan berbagai pihak	6,11
Keterampilan yang dimiliki, membantu mengatasi hambatan usaha	6,11
Pengambilan keputusan	6,12
Delegasi	5,52
Kemampuan manajemen waktu	6,31
Budaya <i>Passibijaang</i>	5,30
Dukungan modal sosial keluarga	6,40
Dukungan pemberian saran positif	6,45
Dukungan moral	6,57
Dukungan finansial	1,78
Budaya <i>Barani</i>	5,01
Berani menghadapi lingkungan bisnis dinamis	6,23
Berani bersaing harga dengan competitor	5,31
Berani membawa produk baru ke wilayah pemasaran saat ini	5,81
Berani memperkenalkan produk baru di pasar yang baru	5,42
Berani melakukan pinjaman dengan nominal yang tinggi dari biasanya	3,79
Berani menjual aset berharga untuk modal usaha	2,50
Berani mengambil suatu keputusan ketidakpastian untuk memaksimalkan peluang potensial	6,03

kerjaan atau usahanya, serta terampil dalam mengerjakannya (Jannah *et al.* 2020). Nilai budaya *macca* direfleksikan oleh dimensi *managerial skill*. Berdasarkan hasil analisis, budaya *macca* pada perempuan wirausaha memperoleh total *mean* sebesar 6,03 (skala 1-7) (Tabel 3). Artinya, perempuan wirausaha memiliki keterampilan manajerial yang tinggi. Indikator kemampuan manajemen waktu memiliki nilai *mean* 6,31 lebih tinggi dari indikator lainnya pada variabel budaya *macca*. Perempuan wirausaha mengungkapkan, bahwa mereka memiliki manajemen waktu yang baik untuk mencapai target pekerjaan. Hal ini ditandai dari bukti keterampilan mereka dalam mengatur waktu dari proses panen hingga pengolahan produk. Kegiatan produksi gula aren dan gula kelapa membutuhkan ketepatan waktu pemasakan nira dari wajan, agar hasil olahan nira dapat matang sempurna. Tidak jarang, di antara perempuan wirausaha mengalami kegagalan pemasakan, sehingga dibutuhkan manajemen waktu yang baik. Studi Kapinga dan Montero, (2017) mengungkapkan, bahwa posisi perempuan yang ditentukan oleh budaya, menghasilkan ketidaksetaraan pada tanggung jawab rumah tangga, sehingga perempuan wirausaha harus mampu mengatur waktu dengan baik agar bisnisnya dapat berjalan. Budaya *passibijaang* merupakan budaya yang menggambarkan nilai kekeluargaan, seperti sikap anggota keluarga dalam memberi motivasi maupun bantuan agar bisnis anggota keluarganya dapat berkembang (Adijah, 2020). Nilai budaya *passibijaang* direfleksikan oleh dimensi dukungan keluarga. Berdasarkan hasil analisis, budaya *passibijaang* pada perempuan wirausaha memperoleh total *mean* sebesar 5,30 (skala 1-7) (Tabel 3). Artinya, rata-rata perempuan wirausaha mendapatkan dukungan keluarga dengan tingkat menengah. Indikator dukungan moral memiliki nilai *mean* 6,57 lebih tinggi dari indikator lainnya pada variabel budaya *passibijaang*. Perempuan wirausaha mendapatkan dukungan moral dari pasangan dan keluarga besar dari awal menjalankan usaha. Dukungan moral tersebut dibutuhkan oleh perempuan wirausaha guna

memotivasi mereka dalam menjalankan usaha.

Budaya *barani* dimaknai sebagai sikap wirausaha dalam keberaniannya mengambil risiko usaha (Amir dan Hasan, 2019). Budaya *barani* pada penelitian ini direfleksikan oleh dimensi keberanian mengambil risiko. Berdasarkan hasil analisis, budaya *barani* pada perempuan wirausaha memperoleh total *mean* sebesar 5,01 (skala 1-7) (Tabel 3). Artinya, rata-rata perempuan wirausaha berani mengambil risiko dengan tingkat menengah. Indikator berani menghadapi lingkungan bisnis yang dinamis memiliki nilai *mean* 6,23 lebih tinggi dari indikator lainnya. Masa awal pandemi *covid-19* merupakan peristiwa yang mengguncang perekonomian, serta dampaknya sangat dirasakan oleh pelaku usaha kecil, termasuk perempuan wirausaha industri gula aren dan gula kelapa. Walaupun begitu, perempuan wirausaha masih dapat bertahan. Mereka mengandalkan keterampilan dan kecermatannya dalam mengoperasikan usaha, sehingga keberanian menghadapi lingkungan bisnis dinamis masih dapat diyakini sampai sekarang.

HUBUNGAN BUDAYA BUGIS DENGAN AKSES FINANSIAL DAN PELATIHAN PADA PEREMPUAN WIRAUSAHA

Hubungan Budaya Bugis *Reso* dengan Akses Finansial dan Pelatihan

Hasil korelasi *pearson's rank* menunjukkan, bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara budaya *reso* dengan akses ke finansial ($r = -0,07; p > 0,05$). Sama halnya dengan akses ke pelatihan. Hubungan antara budaya *reso* dengan akses ke pelatihan, berhubungan negatif secara signifikan ($r = -0,26; p < 0,01$).

Hasil temuan penelitian menunjukkan, bahwa perempuan wirausaha menerapkan budaya *reso* (kerja keras) yang tinggi dalam dirinya. Walaupun telah memiliki semangat kerja keras yang tinggi, tetapi hal tersebut tidak berkaitan dengan akses ke finansial dan pelatihan. Kerja keras dapat terdorong karena adanya motivasi dari lingkungan sosial

(Dewantoro dan Maria, 2022). Perempuan wirausaha dalam menerapkan perilaku kerja keras akibat terdorong oleh desakan kebutuhan ekonomi. Ketidakmampuan dalam memperoleh sumber modal pinjaman keuangan, menyebabkan perempuan wirausaha harus mandiri. Bagi perempuan wirausaha Bugis, membangun kemandirian adalah yang terpenting, sehingga sesuatu yang tidak mereka dapatkan tidak membuatnya menyerah dan pasrah.

Sikap ini ditunjukkan pula oleh perempuan wirausaha China. Dalam penelitian Wang *et al.* (2019) ia menemukan, bahwa lingkungan kelembagaan dan implementasi kebijakannya lebih mendukung pria wirausaha yang dibuktikan dari persepsi pria dan perempuan wirausaha. Mendapati adanya ketidaksetaraan dalam lingkungan regulasi, membuat perempuan wirausaha China lebih ambisius dalam membangun usahanya, serta didukung oleh orientasi budaya mandiri.

Mayoritas perempuan wirausaha juga tidak mengakses pelatihan. Perempuan wirausaha lebih banyak memperoleh informasi dan keterampilan bisnis melalui kerabat. Namun, perolehan pengetahuan tersebut tidak sebaik dan seefektif jika mengikuti pelatihan. Sikap semangat kerja kerasnya yang tinggi hanya tercurahkan untuk bisnis dan ketercapaian keseimbangan kerja. Oleh karena itu, akan lebih baik bagi perempuan wirausaha apabila bersemangat pula dalam memperoleh pengetahuan di jejaring yang lebih luas. Dengan demikian, hipotesis H1 dan H2 tidak terkonfirmasi.

Hubungan Budaya Bugis Macca dengan Akses Finansial dan Pelatihan

Tabel 4 menunjukkan, bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara budaya *macca* dengan akses ke finansial ($r = 0,18$ ($p < 0,05$)). Nilai koefisien bersifat positif yang menjelaskan bahwa semakin tinggi budaya *macca*, semakin tinggi pula akses ke finansial oleh perempuan wirausaha. Tingkat hubungan di antara keduanya menunjukkan hubungan yang sangat lemah. Perempuan wirausaha, selain memiliki kemampuan manajemen waktu yang baik, mereka juga andal dalam pengambilan keputusan dan perencanaan. Selaras dengan hal tersebut, studi Kappal dan Rastogi (2020) mengungkapkan, bahwa perempuan wirausaha adalah perencana yang sangat baik, mereka menabung untuk kebutuhan bisnis dan keperluan pribadi. Perencanaan usaha dengan melibatkan faktor keuangan dan pengambilan keputusan, mampu memberi keterkaitan pada akses finansial.

Perempuan wirausaha menyadari bahwa ketersediaan keuangan akan membantu bisnisnya berkembang. Dengan melakukan perencanaan yang matang dan pengambilan keputusan, memungkinkan perempuan wirausaha untuk terlibat pada layanan lembaga keuangan.

Perempuan wirausaha di lokasi penelitian menemukan hambatan untuk berpartisipasi memanfaatkan lembaga pinjaman, dibuktikan sebesar 76% tidak terlibat akses ke sumber daya finansial. Selain karena pendidikan yang rendah, kualifikasi yang tidak memenuhi persyaratan, diduga masih adanya ketidakperca-

Tabel 4. Hasil Uji Korelasi Pearson's Rank

		Akses finansial	Akses pelatihan
Budaya <i>reso</i>	<i>Pearson correlation</i>	-0,07	-0,26**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	0,29	0,00
Budaya <i>macca</i>	<i>Pearson correlation</i>	0,18*	0,02
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	0,01	0,74
Budaya <i>passibijaang</i>	<i>Pearson correlation</i>	-0,07	0,23**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	0,35	0,00
Budaya <i>barani</i>	<i>Pearson correlation</i>	0,52**	0,08
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	0,00	0,25

Keterangan : * Correlation is significant at the 0,05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0,01 level (2-tailed)

yaan investor pada perempuan wirausaha. Oleh karena itu, dibutuhkan peran pemerintah agar tidak terjadi diskriminasi pada perempuan wirausaha. Hal tersebut mengingatkannya, bahwa perempuan wirausaha dipengaruhi oleh budaya, sementara budaya berhubungan dengan akses finansial.

Budaya *macca* dengan akses ke pelatihan, tidak terdapat hubungan yang signifikan ($r = 0,02$; $p > 0,05$). Hal ini dapat disebabkan sedikitnya komunitas tani atau wirausaha yang menginisiasi kegiatan pelatihan. Perempuan wirausaha yang menjadi responden hanya sebesar 13% terlibat pelatihan yang diadakan pemerintah. Walaupun dalam penelitian ini tidak terdapat hubungan antara budaya *macca* dan akses pelatihan, tetapi keterlibatan perempuan wirausaha dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan sangat penting. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Basit *et al.* (2020), bahwa pengetahuan adalah pembelajaran yang berkelanjutan, kompetensi, keterampilan, dan pengalaman yang dapat membantu perempuan wirausaha meningkatkan kemampuan dan mengurangi stress, sehingga mampu mencapai tujuan. Pelatihan dibutuhkan untuk mengasah keahlian dan pembentukan karakter perempuan wirausaha (Miftakhuljanah *et al.* 2016). Dengan demikian, hipotesis H3 terkonfirmasi, sedangkan H4 tidak terkonfirmasi.

Hubungan Budaya Bugis *Passibijaang* dengan Akses Finansial dan Pelatihan

Pada Tabel 4, diketahui bahwa tidak terdapat hubungan antara budaya *passibijaang* dengan akses ke finansial ($r = -0,07$, $p > 0,05$). Berdasarkan hasil temuan penelitian, hanya sebesar 24% perempuan wirausaha terlibat akses ke lembaga finansial. Selain itu, bentuk dukungan finansial keluarga kepada perempuan tergolong rendah, dibandingkan dengan dukungan modal sosial, dukungan moral, dan pemberian saran positif. Temuan ini bertentangan dengan hasil penelitian Batool dan Ullah (2017) yang menemukan, bahwa terdapat hubungan signifikan antara dukungan

keluarga dengan akses ke finansial pada perempuan wirausaha Pakistan.

Berbeda dengan hasil yang diperoleh pada budaya *passibijaang* dengan akses ke pelatihan. Hasil korelasi *pearson's rank* menunjukkan, bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara budaya *passibijaang* dengan akses ke pelatihan ($r = 0,23$; $p < 0,01$). Semakin tinggi budaya *passibijaang*, maka semakin tinggi akses ke pelatihan oleh perempuan wirausaha. Sementara itu, tingkat hubungan di antara keduanya terkategori lemah. Hal ini dapat dijelaskan berdasarkan temuan penelitian. Sebesar 97% perempuan wirausaha tidak terlibat dalam akses ke tempat pelatihan. Meskipun memahami bahwa mengikuti kegiatan pelatihan penting dilakukan, namun karena tidak adanya komunitas yang menginisiasi kegiatan tersebut, maka partisipasi perempuan wirausaha pun rendah. Oleh karena keterbatasan tersebut, keluarga menjadi tempat perempuan wirausaha dalam memperoleh informasi dan keterampilan berbisnis.

Penelitian ini juga memberikan gambaran kehidupan perempuan wirausaha pedesaan. Walaupun terbatas akses ke pelatihan, tetapi jalinan interaksi sosial masyarakat pedesaan yang tinggi menjadi kelebihan untuk perempuan wirausaha menumbuhkan usahanya. Perempuan wirausaha pedesaan saling berbagi informasi dan bekerja sama, terlebih dalam satu desa sesungguhnya masih dalam satu keluarga besar.

Temuan ini selaras dengan penelitian terdahulu, studi Igwe *et al.* (2018) menyoroti hubungan antara keluarga dan perilaku kewirausahaan pada etnis Igbo di Nigeria. Dalam penelitiannya, Igwe *et al.* (2018) menemukan, bahwa budaya kewirausahaan Igbo menekankan pada nilai-nilai kekeluargaan. Keluarga menawarkan pembelajaran bisnis dengan skema magang pada anggota termuda. Skema tersebut memungkinkan anggota keluarga termuda dapat mempelajari bisnis dari anggota keluarga besar, sehingga nantinya ia akan siap membangun bisnisnya sendiri. Selain itu, etnis Igbo juga membangun jaringan keluarga dengan mempertahankan

interaksi positif, akibat besarnya diskriminasi di Nigeria. Temuan lainnya datang dari perempuan wirausaha di negara Eropa. Studi Gundry dan Ben-Yoseph (2016) mengungkapkan, bahwa hubungan keluarga memberikan landasan pelatihan bagi perempuan wirausaha agar dapat membangun hubungan selanjutnya dengan pelanggan, investor, dan karyawan. Dengan demikian, hipotesis H5 tidak terkonfirmasi, sedangkan H6 terkonfirmasi.

Hubungan Budaya Bugis *Barani* dengan Akses Finansial dan Pelatihan

Tabel 4 menunjukkan, bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara budaya *barani* dengan akses ke finansial ($r = 0,52, p < 0,01$). Nilai koefisien tersebut menjelaskan bahwa arah hubungan antara budaya *barani* dan akses ke finansial bersifat positif. Artinya, semakin tinggi budaya *barani*, maka semakin tinggi akses ke finansial oleh perempuan wirausaha. Tingkat hubungan di antara keduanya tergolong cukup kuat. Perempuan wirausaha menerapkan nilai budaya *barani*, yakni keberanian mengambil risiko dalam aktivitas usahanya. Hal ini terlihat dari keberaniannya dalam menghadapi lingkungan bisnis yang dinamis dan pengambilan keputusan dari situasi ketidakpastian.

Walaupun begitu, perempuan wirausaha tetap akan melakukan berbagai pertimbangan sebelum mengambil keputusan, termasuk menilai segala risiko. Hal ini merupakan ciri perempuan wirausaha yang senantiasa memperhitungkan risiko, sebab sikap tersebut menunjukkan kelangsungan bisnis jangka panjang (Basit *et al.* 2020; Kemkar dan Sharma, 2016).

Berkaitan dengan akses finansial, perempuan wirausaha pun cukup berani untuk terlibat dengan lembaga pinjaman, serta melakukan pinjaman dengan nominal yang tinggi. Meskipun realitanya hanya sebanyak 24% yang terlibat dengan lembaga pinjaman. Hal ini disebabkan pengetahuan perempuan wirausaha dalam prosedur pinjaman masih kurang, serta kualifikasi perempuan wira-

usaha tidak memenuhi prasyarat peminjaman.

Studi Kappal dan Rastogi (2020) menegaskan, bahwa wirausaha perempuan memiliki pengetahuan yang terbatas tentang instrumen keuangan, serta perempuan wirausaha menganggap risiko dalam konteks keuangan sebagai ketidakpastian dan peluang. Adanya peluang ini yang mendorong perempuan wirausaha untuk berani terlibat dalam akses finansial.

Sementara hubungan antara budaya *barani* dengan akses ke pelatihan, tidak terdapat hubungan yang signifikan ($r = 0,08, p > 0,05$). Dengan demikian, H7 terkonfirmasi, sedangkan H8 tidak terkonfirmasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Budaya *reso* dan *macca* pada perempuan wirausaha cenderung tinggi, sedangkan budaya *passibijaang* dan *barani* pada perempuan wirausaha cenderung menengah. Budaya *macca* dan *barani* berhubungan positif dengan akses finansial. Budaya *macca* memiliki tingkat hubungan yang sangat lemah, sedangkan budaya *barani* memiliki tingkat hubungan yang cukup kuat dengan akses finansial. Budaya *passibijaang* berhubungan positif dengan akses pelatihan, dengan tingkat hubungan terkategori lemah.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, adapun saran yang dapat diberikan untuk perempuan wirausaha, pemerintah dan pemangku kepentingan, dan peneliti lain dalam rangka pengembangan penelitian selanjutnya. Bagi perempuan wirausaha, diharapkan dapat meningkatkan semangatnya pada orientasi belajar. Pembelajaran dinilai akan berdampak baik untuk ketercapaian tujuan usaha.

Bagi pemerintah dan pemangku kepentingan setempat, diharapkan keterlibatannya dalam pembentukan komunitas atau kelompok perempuan wirausaha di masing-masing desa. Selain sebagai wadah bagi perempuan

wirausaha memperoleh ilmu, juga sebagai tempat untuk mengembangkan kemampuan berorganisasi, membangun hubungan, dan menjangkau relasi luas.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada kriteria responden. Perempuan wirausaha yang menjadi responden, mayoritas tidak mengakses finansial dan pelatihan. Oleh karena itu, saran untuk penelitian mendatang, yakni menargetkan responden dengan akses finansial dan pelatihan yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adijah, A. (2020). Upaya Pelestarian Pengetahuan Lokal dalam Entrepreneur Bugis. *JSBPSDM*, 1(3), 288-299.
- Agustina, T. S. (2016). Mengungkap Perilaku Inovatif 3 Etnis Wanita Pedagang di Surabaya. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 7(1), 23-37. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v7i1.2683>
- Amir, E., & Hasan, M. (2019). Perbandingan Kompetensi Wirausaha Mahasiswa melalui Pembelajaran Kewirausahaan Berbasis Budaya Lokal dengan yang Tidak Berbasis Budaya Lokal. *Lentera pendidikan*, 22(1), 110-125.
- Basit, A., Hassan, Z., & Sethumadhavan, S. (2020). Entrepreneurial Success: Key Challenges Faced by Malaysian Women Entrepreneurs in 21st Century. *International Journal of Business and Management*, 15(9), 122-138. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v15n9p122>
- Batool, H., & Ullah, K. (2017). Successful Antecedents of Women Entrepreneurs: A Case of Underdeveloped Nation. *Entrepreneurship Research Journal*, 7(2). <https://doi.org/10.1515/erj-2016-0066>.
- Dewantoro, S., & Maria, M. (2022). Motivasi Generasi Muda terhadap Pekerjaan Sektor Pertanian di Desa Jumo Kecamatan Kedungjati Kabupaten Grobogan. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 10(1), 152-158. <https://doi.org/10.29244/jai.2022.10.1.152-158>.
- [DISKOP] Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. 2021. Data Usaha Kecil dan Menengah. Dinas Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah Provinsi Sulawesi Selatan. Makassar.
- Fredin, S., & Jogmark, M. (2017). Local Culture As A Context for Entrepreneurial Activities. *European Planning Studies*, 25(9), 1556-1574. <https://doi.org/10.1080/09654313.2017.1306028>.
- Goyal, K., & Kumar, S. (2021). Financial Literacy: A Systematic Review and Bibliometric Analysis. *International Journal of Consumer Studies*, 45(1), 80-105. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12605>.
- Gundry, L. K., & Ben-Yoseph, M. (2016). Women Entrepreneurs in Romania, Poland, and The United States: Cultural and Family Influences on Strategy and Growth. *Family Business Review*, 11(1), 61-73. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.1998.00061.x>.
- Hakim, L. N. (2020). Urgensi Revisi Undang-Undang tentang Kesejahteraan Lanjut Usia. *Aspirasi: Jurnal Masalah-masalah Sosial*, 11(1), 43-55. <https://doi.org/10.46807/aspirasi.v11i1.1589>.
- Hoogendoorn, B., van der Zwan, P., & Thurik, R. (2019). Sustainable Entrepreneurship: The Role of Perceived Barriers and Risk. *Journal of Business Ethics*, 157(4), 1133-1154. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3646-8>.
- Igwe, P. A., Newbery, R., Amoncar, N., White, G. R. T., & Madichie, N. O. (2018). Keeping It in The Family: Exploring Igbo Ethnic Entrepreneurial Behaviour in Nigeria. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(1), 34-53. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-12-2017-0492>
- Iswanto, B., H. Kara, M., Amiruddin, A., & Sabri AR, Moh. (2017). Nilai Falah pada Kearifan Lokal dalam Perdagangan

- Perbatasan Indonesia-Malaysia. *Jurnal Diskursus Islam*, 5(2), 242-260. <https://doi.org/10.24252/jdi.v5i2.7027>.
- Jannah, S., Siradjuddin, S., & Syaharuddin, S. (2020). Internalisasi Nilai-Nilai Macca Na Malempu' dalam Etika Bisnis Islam Sebagai Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan CV. Iklan Waranie Perkasa (Mabello Indonesia). *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Perbankan Syariah*, 4(2), 42-56. <https://doi.org/10.24252/al-mashrafiyah.v4i2.15194>.
- Kapinga, A. F., & Montero, C. S. (2017). Exploring The Socio-Cultural Challenges of Food Processing Women Entrepreneurs in Iringa, Tanzania and Strategies Used To Tackle Them. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 7(1), 1-24. <https://doi.org/10.1186/s40497-017-0076-0>.
- Kappal, J. M., & Rastogi, S. (2020). Investment Behaviour of Women Entrepreneurs. *Qualitative Research in Financial Markets*, 12(4), 485-504. <https://doi.org/10.1108/QRFM-04-2020-0053>
- Kemkar, M., & Sharma, J. (2016). Women Entrepreneurship-Factors Leading to Success of Women Led Enterprises. *Research Journal of Management Sciences*, 5(9), 46-50.
- Kesuma, A. I. 2012. Moral Ekonomi Manusia Bugis. Ed. ke-1. Makassar: Rayhan intermedia.
- Lily, Z., Fanzhu, K., & Xiurang, Y. (2022). Study on The Relationship Between Confucian Filial Piety Culture and Chinese Youth's Entrepreneurial Intention. *Frontiers in psychology*, 12, 1-9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.783399>.
- Majenga, A., & Mashenene, R. G. (2014). Socio-Cultural Factors and Financial Performance Among Women Small and Medium Enterprises in Tanzania. *European Journal of Business and Management*, 6(32), 153-164.
- Mazonde, N. B., & Carmichael, T. (2016). The Influence of Culture on Female Entrepreneurs in Zimbabwe. *The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*, 8(1), 1-10. <https://doi.org/10.4102/sajesbm.v8i1.101>
- Mbiti, F. M. (2015). The Influence of Socio-Cultural Factors on Growth of Women-Owned Micro and Small Enterprises in Kitui County, Kenya. *International Journal of Business and Social Science*, 6(7), 242-250.
- Miftakhuljanah, O., Priatna, W. B., & Suharno, S. (2016). Karakter Wanita Wirausaha pada Industri Kecil Kerupuk Kemplang di Kabupaten Ogan Ilir. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 4(2), 123. <https://doi.org/10.29244/jai.2016.4.2.123-136>
- MIWE. 2022. *The Mastercard Index of Women Entrepreneurs 2021/2022 Report*. Mastercard Index of Women Entrepreneurs. London.
- Muin, S. 2020. Kinerja Usaha Pelaku UMKM Etnis Bugis Makassar: Suatu Tinjauan Kemampuan Usaha, Budaya Berusaha, dan Kewirausahaan. Ed. ke-1. Indramayu: Adanu Abimata CV.
- Naidu, S., & Chand, A. (2017). National Culture, Gender Inequality and Women's Success in Micro, Small and Medium Enterprises. *Social Indicators Research*, 130(2), 647-664. <https://doi.org/10.1007/s11205-015-1203-3>.
- Ondiba, H. A., & Matsui, K. (2019). Social Attributes and Factors Influencing Entrepreneurial Behaviors among Rural Women in Kakamega County, Kenya. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1), 1-10. <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0123-5>.
- Ramadhan, B. 2022. Pelaku UMKM Sulsel terus bertambah sejak pandemi. <http://www.republika.co.id>. [10 Oktober 2022].

- Sahni, J. (2020). Managerial Training Effectiveness: An Assessment through Kirkpatrick Framework. *TEM Journal*, 9(3), 1227-1233. <https://doi.org/10.18421/TEM93-51>.
- Sari, I. M. (2020). Faktor-Faktor Sukses Wirausaha Wanita di Sumatera Barat. *Jurnal Manajemen Strategik dan Simulasi Bisnis*, 1(2), 91-111. <https://doi.org/10.25077/mssb.1.2.91-111.2020>.
- Suaib, H. 2017. Suku Moi: Nilai-Nilai Kearifan Lokal Dan Modal Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat. Jakarta: An1mage.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sutanto, O., & Nurrachman, N. (2020). Makna Kewirausahaan pada Etnis Jawa, Minang, dan Tionghoa: Sebuah Studi Representasi Sosial. *Jurnal Psikologi Ulayat*, 5(1), 86-108. <https://doi.org/10.24854/jpu73>
- Tandean, J., Said, & Mediaty. (2020). Kearifan Lokal Suku Kajang: Sebuah Dasar Etika dalam Praktik Bisnis dan Akuntansi. *Paradoks: Jurnal ilmu ekonomi*, 3(2), 18-29.
- Tandelilin, E. (2020). Entrepreneurial values of Indonesian Chinese and Javanese on Micro and Small Enterprises. *Proceedings of the 17 Th International Symposium on Management (INSYMA 2020)*. Proceedings of the 17 th International Symposium on Management (INSYMA). (2020). Vung Tau City, Vietnam: Atlantis Press (251-255).
- Thomas, A. S., & Mueller, S. L. (2000). A Case for Comparative Entrepreneurship: Assessing the Relevance of Culture. *Journal of International Business Studies*, 31(2), 287-301. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490906>.
- Zahra, A., Fakhrisadat, N., & Narges, I. (2014). Explaining the Role of Managerial Skills of Entrepreneurship in Business Success. *International Journal of Management Sciences*, 4(1), 42-52.