

Penguatan Nilai-Nilai Bugis–Makassar dalam Membentuk Karakter Womenpreneur

Andi Muhammad Rivai^{1*}, Aryan Agus Pratama², Muhammad Novrizal Ramadhan³, Zulfikar⁴, Fatimah Akbal⁵

^{1,2,3,4,5} Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Makassar, Jalan A P Pettarani, Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia, 90221

*Penulis Korespondensi: andi.rivai@unm.ac.id

Abstract. Penguatan karakter perempuan pelaku usaha (*womenpreneur*) tidak hanya membutuhkan peningkatan kompetensi kewirausahaan, tetapi juga nilai dan identitas budaya yang dapat menjadi landasan dalam menjalankan aktivitas usaha. Nilai-nilai Bugis–Makassar memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai sumber pembentukan karakter *womenpreneur*, khususnya dalam aspek integritas, ketangguhan, keberanian, kecerdasan, kepedulian sosial, dan hubungan antarmanusia. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan pemahaman *womenpreneur* Desa Lawallu terhadap nilai-nilai Bugis–Makassar dan relevansinya dengan pembentukan karakter kewirausahaan. Kegiatan dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif melalui sosialisasi dan diskusi kelompok. Materi kegiatan mencakup sebelas nilai, yaitu siri', pacce/pesse, lempu', acca/ammaccang, getteng, warani, reso, sipakatau, sipakainge, sipakalebbi, dan assitinajang. Evaluasi dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui observasi, respons peserta selama diskusi, dan refleksi setelah kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai makna nilai-nilai Bugis–Makassar serta kemampuan menghubungkannya dengan aktivitas kewirausahaan, seperti menjaga kepercayaan pelanggan, mempertahankan reputasi usaha, menghadapi tantangan, mengambil keputusan, bekerja secara konsisten, dan membangun hubungan sosial. Kegiatan menunjukkan bahwa kearifan lokal dapat menjadi pendekatan yang relevan dalam penguatan karakter *womenpreneur*. Namun, peningkatan pemahaman merupakan tahap awal sehingga internalisasi nilai ke dalam perilaku kewirausahaan memerlukan pendampingan dan penerapan secara berkelanjutan.

Keywords: kearifan lokal; karakter kewirausahaan; nilai Bugis–Makassar; pemberdayaan perempuan; *womenpreneur*

1. LATAR BELAKANG

Kewirausahaan perempuan (*women entrepreneurship*) semakin memperoleh perhatian karena perempuan memiliki kontribusi penting terhadap aktivitas ekonomi, penciptaan pendapatan, pemberdayaan keluarga, dan pembangunan masyarakat. Laporan Global Entrepreneurship Monitor menunjukkan bahwa aktivitas kewirausahaan perempuan terus berkembang secara global, meskipun perempuan masih menghadapi kesenjangan dalam kepemilikan usaha yang telah mapan, akses terhadap sumber daya, serta berbagai hambatan sosial dan struktural (Global Entrepreneurship Monitor [GEM], 2023; GEM, 2024). Dalam konteks pembangunan berkelanjutan, kewirausahaan perempuan juga dipandang memiliki keterkaitan dengan pemberdayaan ekonomi, pengurangan kemiskinan, penciptaan lapangan kerja, dan pembangunan yang lebih inklusif (Raman et al., 2022; Barrachina Fernández et al., 2021).

Di Indonesia, perempuan memiliki peran penting dalam aktivitas usaha, terutama pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah. Namun, pengembangan *womenpreneur* tidak hanya menghadapi persoalan permodalan, pemasaran, dan akses teknologi, tetapi juga berkaitan dengan kompetensi, kapasitas psikologis, jaringan sosial, serta lingkungan sosial dan budaya. Penelitian Siregar et al. (2022) menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan dan kapasitas absorptif berperan dalam memperkuat kepemimpinan

perempuan dan keberhasilan kewirausahaan di Indonesia. Penelitian Hilmiana dan Alviani (2023) juga menunjukkan bahwa perempuan menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan kompetensi kewirausahaan ketika berada dalam struktur sosial yang masih memiliki hambatan berbasis gender. Karena itu, intervensi pengembangan *womenpreneur* perlu memperhatikan aspek yang lebih luas daripada keterampilan teknis bisnis.

Aspek karakter dan kapasitas psikologis menjadi salah satu bagian penting dalam pengembangan *womenpreneur*. Kemampuan untuk bertahan menghadapi kesulitan, memiliki keyakinan terhadap kemampuan diri, mengambil keputusan, membangun relasi, dan mengelola berbagai tuntutan merupakan bagian penting dari kapasitas perempuan dalam menjalankan usaha. Digan et al. (2019) menunjukkan bahwa pemberdayaan kewirausahaan perempuan berkaitan dengan kompetensi yang dirasakan, kemampuan menentukan keputusan, dan kapasitas mengelola usaha, sementara modal psikologis dapat membantu perempuan menghadapi keterbatasan sumber daya dan tantangan kewirausahaan. Dalam konteks Indonesia, Saputri et al. (2025) juga menunjukkan pentingnya modal psikologis yang mencakup efikasi diri, harapan, resiliensi, dan optimisme bagi perempuan dalam menyeimbangkan tuntutan usaha dan keluarga. Dengan demikian, penguatan *womenpreneur* perlu diarahkan tidak hanya pada kemampuan “bagaimana menjalankan usaha”, tetapi juga pada pembentukan nilai dan karakter yang mendukung keberlanjutan perilaku kewirausahaan.

Karakter kewirausahaan pada dasarnya tidak terbentuk dalam ruang sosial yang kosong. Perilaku entrepreneur dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, institusi, dan lingkungan tempat aktivitas kewirausahaan berlangsung (Welter et al., 2017). Lingkungan sosial dapat menyediakan jaringan, kepercayaan, norma, dan dukungan yang membantu perempuan menjalankan aktivitas usaha. Studi mengenai modal sosial menunjukkan bahwa jaringan, kepercayaan, dan norma sosial dapat menjadi sumber daya yang mendukung pemberdayaan perempuan dan perkembangan kewirausahaan (Yudiasuti et al., 2021; Rahmatika et al., 2024). Oleh karena itu, pendekatan pemberdayaan *womenpreneur*, khususnya di wilayah perdesaan, perlu mempertimbangkan nilai-nilai yang telah hidup dalam masyarakat dan menjadi bagian dari hubungan sosial sehari-hari.

Salah satu pendekatan yang relevan adalah memanfaatkan kearifan lokal sebagai basis penguatan karakter kewirausahaan. Kearifan lokal bukan sekadar warisan budaya, tetapi dapat menjadi sumber pengetahuan, norma, identitas, dan pedoman perilaku dalam kehidupan masyarakat. Dalam konteks perempuan pelaku usaha di Indonesia, Irfayanti dan Lord (2024) menemukan bahwa kearifan lokal memengaruhi cara perempuan menjalankan bisnis, terutama dalam mempertahankan identitas budaya sekaligus menyesuaikannya dengan tuntutan modernisasi. Purnamawati et al. (2020) juga menunjukkan adanya keterkaitan antara kewirausahaan perempuan, kearifan lokal, dan kesejahteraan subjektif yang berkelanjutan. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa nilai budaya lokal dapat menjadi sumber daya yang melengkapi kompetensi kewirausahaan modern.

Dalam konteks Sulawesi Selatan, masyarakat Bugis–Makassar memiliki berbagai nilai budaya yang memiliki relevansi dengan pembentukan karakter individu dan hubungan sosial. *Siri'* dan *pesse/pacce*, misalnya, merupakan nilai utama dalam kebudayaan Bugis–Makassar yang berkaitan dengan kehormatan, harga diri, empati, dan solidaritas sosial (Badewi, 2019). Nilai tersebut dapat diterjemahkan ke dalam konteks kewirausahaan melalui upaya menjaga reputasi, kepercayaan, tanggung jawab, dan

kepedulian terhadap lingkungan sosial. Sementara itu, nilai *sipakatau*, *sipakainge*, dan *sipakalebba* mengandung prinsip memanusiakan, saling mengingatkan, dan saling menghargai yang dapat menjadi dasar pembentukan hubungan sosial yang etis (Herlin et al., 2020; Hamzah & Marwati, 2023).

Nilai-nilai tersebut memiliki relevansi yang semakin kuat ketika ditempatkan dalam konteks aktivitas usaha. *Lempu'* yang berkaitan dengan kejujuran dan integritas dapat menjadi landasan dalam membangun kepercayaan pelanggan. *Acca/ammaccang* yang berkaitan dengan kecerdasan dan kebijaksanaan dapat mendukung kemampuan mengambil keputusan. *Getteng* dapat diterjemahkan sebagai keteguhan dan konsistensi, *warani* sebagai keberanian menghadapi tantangan, dan *reso* sebagai kerja keras serta kegigihan. Sementara itu, *sipakatau*, *sipakainge*, dan *sipakalebba* dapat memperkuat hubungan antara *womenpreneur*, pelanggan, mitra, keluarga, dan komunitas. Bahkan, penelitian terbaru menunjukkan bahwa nilai-nilai tersebut mulai dibahas dalam konteks etika bisnis UMKM di era digital, yang memperlihatkan bahwa nilai budaya Bugis–Makassar tetap dapat diadaptasikan dalam lingkungan bisnis kontemporer (Hutamy et al., 2025).

Relevansi nilai budaya tersebut menunjukkan bahwa pengembangan *womenpreneur* berbasis kearifan lokal dapat menjadi pendekatan yang kontekstual. Namun demikian, nilai budaya tidak cukup hanya diwariskan atau diketahui secara konseptual; nilai tersebut perlu dipahami kembali dan dihubungkan dengan kebutuhan kehidupan kontemporer agar dapat diterapkan dalam perilaku sehari-hari. Kajian mengenai internalisasi nilai *sipakatau*, *sipakalebba*, dan *sipakainge* menunjukkan bahwa nilai budaya dapat digunakan sebagai dasar pembentukan karakter ketika diterjemahkan ke dalam perilaku nyata dan proses pembelajaran yang kontekstual (Mutmainnah et al., 2025). Hal tersebut memperkuat kebutuhan untuk menghadirkan ruang pembelajaran yang memungkinkan masyarakat merefleksikan kembali nilai budaya yang mereka miliki.

Dalam konteks tersebut, *womenpreneur* Desa Lawallu menjadi kelompok yang relevan untuk memperoleh penguatan nilai-nilai budaya sebagai bagian dari pengembangan karakter kewirausahaan. Aktivitas usaha yang berlangsung dalam lingkungan perdesaan tidak hanya berhubungan dengan transaksi ekonomi, tetapi juga dengan hubungan sosial, kepercayaan, keluarga, dan komunitas. Oleh karena itu, nilai budaya yang dekat dengan kehidupan masyarakat dapat menjadi pintu masuk untuk membangun pemahaman mengenai perilaku kewirausahaan yang berintegritas, tangguh, berani, cerdas, peduli, dan menghargai sesama.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui sosialisasi dan diskusi kelompok bagi *womenpreneur* Desa Lawallu. Kegiatan berfokus pada penguatan pemahaman terhadap sebelas nilai Bugis–Makassar, yaitu *siri'*, *pacce/pesse*, *lempu'*, *acca/ammaccang*, *getteng*, *warani*, *reso*, *sipakatau*, *sipakainge*, *sipakalebba*, dan *assitinajang*. Tujuan kegiatan adalah meningkatkan pemahaman peserta mengenai makna nilai-nilai tersebut dan relevansinya dengan pembentukan karakter *womenpreneur*. Dengan pendekatan tersebut, kearifan lokal diharapkan tidak hanya berfungsi sebagai identitas budaya, tetapi juga sebagai sumber nilai yang dapat diaktualisasikan dalam perilaku kewirausahaan perempuan di Desa Lawallu.

2. KAJIAN TEORITIS

2.1 Womenpreneur dan Kewirausahaan Perempuan

Womenpreneur merupakan istilah yang merujuk pada perempuan yang terlibat dalam aktivitas kewirausahaan sebagai pendiri, pemilik, pengelola, maupun pengembang usaha. Kewirausahaan perempuan tidak hanya berkaitan dengan penciptaan nilai ekonomi, tetapi juga memiliki dimensi sosial karena aktivitas usaha perempuan sering kali berhubungan dengan keluarga, komunitas, dan lingkungan sosial tempat usaha tersebut dijalankan. Dalam konteks Indonesia, kewirausahaan perempuan menjadi salah satu instrumen penting dalam meningkatkan kemandirian ekonomi dan kapasitas perempuan. Siregar et al. (2022) menunjukkan bahwa pengembangan kewirausahaan perempuan di Indonesia berkaitan dengan berbagai faktor internal dan eksternal, termasuk kompetensi kewirausahaan, kapasitas absorptif, serta lingkungan sosial dan budaya.

Kewirausahaan perempuan juga perlu dipahami berdasarkan konteks tempat perempuan menjalankan aktivitas usahanya. Welter et al. (2017) menjelaskan bahwa kewirausahaan merupakan fenomena yang beragam dan sangat dipengaruhi oleh konteks sosial, budaya, institusional, dan geografis. Perspektif ini penting dalam memahami *womenpreneur* di wilayah perdesaan karena karakteristik usaha dan tantangan yang dihadapi dapat berbeda dengan perempuan pengusaha di wilayah perkotaan. Dengan demikian, pendekatan pemberdayaan *womenpreneur* perlu mempertimbangkan lingkungan sosial dan budaya yang menjadi bagian dari kehidupan pelaku usaha.

Dalam perspektif tersebut, *womenpreneur* tidak hanya dipandang sebagai aktor ekonomi yang mengejar keuntungan, tetapi juga sebagai aktor sosial yang membangun hubungan dengan pelanggan, keluarga, mitra, pemasok, dan masyarakat. Hubungan tersebut membutuhkan kepercayaan, komunikasi, tanggung jawab, dan kemampuan membangun jaringan sosial. Karena itu, pengembangan *womenpreneur* perlu mencakup penguatan kompetensi ekonomi sekaligus karakter dan nilai yang mendukung keberlanjutan aktivitas usaha.

2.2 Karakter Kewirausahaan

Karakter kewirausahaan merujuk pada seperangkat kualitas personal, sikap, dan kecenderungan perilaku yang mendukung seseorang dalam mengenali peluang, mengambil keputusan, menghadapi ketidakpastian, mengatasi hambatan, dan menciptakan nilai. Karakter tersebut antara lain keberanian, ketekunan, kreativitas, orientasi pada peluang, kemampuan mengambil keputusan, kepercayaan diri, serta integritas. Karakter menjadi penting karena lingkungan kewirausahaan selalu menghadirkan ketidakpastian dan perubahan yang menuntut pelaku usaha untuk mampu beradaptasi.

Dalam konteks *womenpreneur*, karakter memiliki dimensi yang semakin kompleks karena perempuan sering menjalankan berbagai peran secara bersamaan. Perempuan pelaku usaha dapat berperan sebagai pengelola usaha sekaligus memiliki tanggung jawab terhadap keluarga dan kehidupan sosial. Kondisi tersebut membutuhkan kemampuan personal untuk mengelola tekanan, mempertahankan motivasi, mengambil keputusan, dan membangun dukungan sosial. Kadiyono dan Yuliafitri (2023) menunjukkan bahwa aspek psikologis dan kompetensi kewirausahaan memiliki relevansi penting dalam kemampuan perempuan mengelola UMKM di Indonesia.

Karakter kewirausahaan juga tidak dapat dipisahkan dari nilai yang menjadi pedoman perilaku. Integritas, misalnya, menentukan bagaimana pelaku usaha menjalankan transaksi dan membangun kepercayaan; keberanian memengaruhi kesediaan mengambil peluang; sedangkan ketekunan menentukan kemampuan bertahan ketika menghadapi kegagalan atau keterbatasan. Dengan demikian, karakter tidak hanya

merupakan atribut individual, tetapi juga dapat dibentuk dan diperkuat melalui lingkungan sosial, pengalaman, pendidikan, dan nilai budaya.

2.3 Kearifan Lokal sebagai Basis Pengembangan Kewirausahaan

Kearifan lokal merupakan pengetahuan, nilai, norma, dan praktik yang berkembang dalam suatu komunitas dan diwariskan antargenerasi. Kearifan lokal dapat berfungsi sebagai pedoman masyarakat dalam menentukan perilaku yang dianggap baik, tepat, dan sesuai dengan lingkungan sosialnya. Dalam konteks kewirausahaan, kearifan lokal dapat menjadi sumber nilai yang membentuk identitas pelaku usaha sekaligus memengaruhi cara mereka mengambil keputusan dan membangun hubungan dengan lingkungan.

Pendekatan kewirausahaan berbasis kearifan lokal semakin relevan ketika aktivitas ekonomi berhadapan dengan globalisasi dan modernisasi. Modernisasi tidak selalu berarti menghilangkan nilai lokal. Sebaliknya, nilai lokal dapat dikombinasikan dengan pengetahuan dan praktik bisnis modern. Irfayanti dan Lord (2024) menemukan bahwa perempuan yang menjalankan usaha di industri kreatif Indonesia menggunakan kearifan lokal dalam praktik bisnisnya dan berupaya mengintegrasikan pengetahuan lokal dengan kebutuhan bisnis modern. Temuan ini menunjukkan bahwa kearifan lokal dapat menjadi sumber daya yang memperkuat identitas dan keberlanjutan usaha perempuan.

Purnamawati et al. (2020) juga menunjukkan adanya hubungan antara kewirausahaan perempuan, kearifan lokal, dan kesejahteraan subjektif yang berkelanjutan. Kearifan lokal dapat memberikan kerangka nilai yang membantu perempuan memaknai aktivitas kewirausahaan tidak semata-mata berdasarkan keuntungan ekonomi, tetapi juga berdasarkan kesejahteraan, hubungan sosial, dan kebermaknaan aktivitas usaha. Dengan demikian, kearifan lokal dapat ditempatkan sebagai salah satu sumber modal sosial dan budaya dalam pengembangan *womenpreneur*.

Penggunaan kearifan lokal dalam pengembangan kewirausahaan juga memiliki keuntungan dari sisi proses pembelajaran. Nilai yang berasal dari lingkungan masyarakat relatif lebih dekat dengan pengalaman peserta sehingga lebih mudah digunakan sebagai bahan refleksi. Pendekatan ini memungkinkan proses pemberdayaan tidak dimulai dari konsep yang sepenuhnya eksternal, tetapi dari nilai yang telah dikenal oleh masyarakat kemudian diterjemahkan ke dalam kebutuhan kewirausahaan kontemporer.

3. METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif melalui sosialisasi dan diskusi kelompok. Pendekatan tersebut dipilih karena kegiatan tidak hanya bertujuan menyampaikan informasi mengenai nilai-nilai Bugis–Makassar, tetapi juga mendorong peserta untuk memahami, merefleksikan, dan menghubungkan nilai budaya tersebut dengan aktivitas mereka sebagai *womenpreneur*. Pendekatan partisipatif memberikan ruang bagi peserta untuk menyampaikan pengalaman, pandangan, dan pemaknaan terhadap nilai budaya berdasarkan kondisi kehidupan dan aktivitas usaha yang mereka jalankan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif melalui sosialisasi dan diskusi kelompok. Pendekatan partisipatif menempatkan masyarakat sebagai subjek kegiatan yang tidak hanya menerima informasi, tetapi juga terlibat dalam proses identifikasi, pemaknaan, dan refleksi terhadap persoalan yang berkaitan dengan kehidupan mereka. Pendekatan tersebut relevan digunakan dalam kegiatan pemberdayaan karena pengetahuan dan pengalaman masyarakat dapat menjadi bagian dari proses pembelajaran dan pemecahan masalah (Cornwall, 2016; Siregar et al., 2022). Dalam kegiatan ini, pendekatan partisipatif digunakan untuk membantu

womenpreneur memahami nilai-nilai Bugis–Makassar dan menghubungkannya dengan pengalaman mereka dalam menjalankan usaha.

Sasaran kegiatan adalah perempuan pelaku usaha (*womenpreneur*) di Desa Lawallu. Pemilihan sasaran didasarkan pada pertimbangan bahwa perempuan pelaku usaha tidak hanya berperan sebagai aktor ekonomi, tetapi juga memiliki hubungan yang erat dengan keluarga dan lingkungan sosial. Pengembangan kapasitas *womenpreneur* karena itu perlu memperhatikan aspek kompetensi, psikologis, sosial, dan budaya secara bersamaan (Kadiyono & Yuliafitri, 2023; Siregar et al., 2022). Kegiatan diarahkan pada penguatan pemahaman nilai budaya sebagai tahap awal pembentukan karakter kewirausahaan.

Pelaksanaan kegiatan terdiri atas tiga tahapan utama, yaitu tahap persiapan, tahap sosialisasi dan diskusi kelompok, serta tahap evaluasi dan refleksi. Pembagian tahapan tersebut digunakan untuk memastikan bahwa kegiatan tidak berhenti pada penyampaian materi, tetapi memberikan kesempatan kepada peserta untuk menginterpretasikan dan menghubungkan nilai budaya dengan praktik kewirausahaan.



3.1 Tahap Persiapan

Tahap persiapan dilakukan melalui identifikasi kebutuhan dan penyusunan materi kegiatan. Materi disusun berdasarkan tujuan pengabdian, yaitu memperkuat karakter *womenpreneur* melalui nilai-nilai budaya Bugis–Makassar. Sebelas nilai yang menjadi fokus kegiatan adalah *siri'*, *pacce/pesse*, *lempu'*, *acca/ammaccang*, *getteng*, *warani*, *reso*, *sipakatau*, *sipakainge*, *sipakalebbi*, dan *assitinajang*.

Setiap nilai kemudian dikaitkan dengan karakter dan perilaku yang relevan dalam aktivitas kewirausahaan. *Siri'* dikaitkan dengan upaya menjaga kehormatan dan reputasi usaha; *pacce/pesse* dengan empati dan solidaritas; *lempu'* dengan kejujuran dan integritas; *acca/ammaccang* dengan kecerdasan dan kebijaksanaan; *getteng* dengan keteguhan dan konsistensi; *warani* dengan keberanian; *reso* dengan kerja keras dan kegigihan; *sipakatau* dengan penghargaan terhadap sesama; *sipakainge* dengan sikap saling mengingatkan; *sipakalebbi* dengan saling menghormati; dan *assitinajang* dengan kepatutan serta kesesuaian dalam bertindak. Pengaitan nilai budaya dengan karakter kewirausahaan didasarkan pada perspektif bahwa kearifan lokal dapat menjadi sumber pembentukan identitas, etika, dan perilaku usaha (Irfayanti & Lord, 2024; Purnamawati et al., 2020).

3.2 Sosialisasi dan Diskusi Kelompok

Tahap kedua merupakan inti kegiatan yang dilaksanakan melalui sosialisasi dan diskusi kelompok. Sosialisasi diawali dengan penyampaian materi mengenai pentingnya karakter dalam aktivitas kewirausahaan. Peserta diperkenalkan pada nilai-nilai Bugis–Makassar beserta makna dan relevansinya terhadap kehidupan *womenpreneur*. Penyampaian materi dilakukan secara kontekstual dengan menggunakan contoh situasi yang dekat dengan aktivitas usaha peserta.

Setelah sosialisasi, kegiatan dilanjutkan dengan diskusi kelompok. Diskusi digunakan untuk memberikan kesempatan kepada peserta menyampaikan pengalaman, pandangan, dan pemaknaan mereka terhadap nilai-nilai yang telah dibahas. Peserta didorong untuk mengidentifikasi bagaimana nilai budaya dapat diterapkan dalam menghadapi berbagai situasi usaha, seperti membangun kepercayaan pelanggan, menghadapi persaingan, mempertahankan kualitas produk atau pelayanan, mengambil keputusan, menghadapi kegagalan, serta membangun hubungan dengan pelanggan dan mitra usaha.

Diskusi kelompok juga diarahkan untuk mengidentifikasi nilai yang telah diterapkan peserta dalam kehidupan sehari-hari maupun aktivitas usaha serta nilai yang masih perlu diperkuat. Proses tersebut penting karena internalisasi nilai tidak hanya terjadi melalui pemberian informasi, tetapi melalui proses refleksi dan keterhubungan antara pengetahuan baru dengan pengalaman peserta. Pendekatan pembelajaran berbasis pengalaman dan refleksi memungkinkan peserta mengembangkan pemahaman yang lebih kontekstual terhadap materi yang diberikan (Kolb, 2015).

3.3 Evaluasi dan Refleksi

Tahap ketiga merupakan evaluasi dan refleksi terhadap hasil kegiatan. Evaluasi dilakukan secara deskriptif dengan memperhatikan keterlibatan peserta selama sosialisasi dan diskusi, respons peserta terhadap materi, kemampuan peserta menjelaskan kembali makna nilai budaya, serta kemampuan menghubungkan nilai tersebut dengan aktivitas kewirausahaan.

Indikator keberhasilan kegiatan difokuskan pada peningkatan pemahaman peserta terhadap nilai-nilai Bugis–Makassar dan relevansinya dengan karakter *womenpreneur*. Evaluasi tidak diarahkan untuk mengukur peningkatan pendapatan, omzet, atau kinerja usaha karena kegiatan ini secara khusus berfokus pada penguatan pemahaman nilai dan karakter. Penetapan indikator tersebut juga menghindari klaim yang melampaui data yang diperoleh dari kegiatan.

Data kegiatan dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Informasi yang diperoleh melalui observasi, respons peserta dalam diskusi, dan refleksi setelah kegiatan dikelompokkan berdasarkan sebelas nilai Bugis–Makassar yang menjadi fokus kegiatan. Selanjutnya, informasi tersebut diinterpretasikan untuk menggambarkan perubahan pemahaman peserta mengenai hubungan antara nilai budaya dan karakter kewirausahaan.

Hasil evaluasi kemudian digunakan untuk mengidentifikasi nilai-nilai yang paling mudah dipahami dan dikaitkan oleh peserta dengan aktivitas usaha serta nilai-nilai yang masih memerlukan penguatan. Pendekatan evaluasi semacam ini sesuai dengan karakter kegiatan pengabdian yang menempatkan peningkatan kapasitas dan pemahaman masyarakat sebagai salah satu hasil utama kegiatan, bukan semata-mata perubahan indikator ekonomi jangka pendek.

Dengan demikian, metode kegiatan membentuk suatu alur sosialisasi → pemahaman → diskusi → refleksi → penguatan pemaknaan nilai. Alur tersebut diharapkan menjadi tahap awal proses internalisasi nilai Bugis–Makassar ke dalam karakter *womenpreneur*. Penguatan karakter selanjutnya membutuhkan proses yang berkelanjutan melalui pendampingan dan penerapan nilai dalam aktivitas usaha sehari-hari.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pelaksanaan Kegiatan dan Peningkatan Pemahaman Peserta

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan melalui sosialisasi dan diskusi kelompok memberikan ruang bagi *womenpreneur* Desa Lawallu untuk mengenali kembali nilai-nilai Bugis–Makassar dan menghubungkannya dengan aktivitas kewirausahaan. Kegiatan tidak diarahkan sebagai pelatihan teknis pengelolaan usaha, tetapi sebagai proses penguatan pemahaman mengenai nilai budaya yang dapat menjadi landasan karakter dalam menjalankan usaha. Pendekatan tersebut penting karena pengembangan kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan keterampilan bisnis, tetapi juga dengan faktor psikologis, sosial, dan budaya yang membentuk perilaku pelaku usaha (Siregar et al., 2022; Kadiyono & Yuliafitri, 2023).

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai makna nilai-nilai Bugis–Makassar dan relevansinya dengan aktivitas kewirausahaan. Pada awal kegiatan, nilai budaya lebih banyak dipahami sebagai bagian dari identitas dan kehidupan sosial masyarakat. Setelah memperoleh sosialisasi dan mengikuti diskusi, peserta mulai menghubungkan nilai tersebut dengan perilaku yang dapat diterapkan dalam menjalankan usaha. Proses ini terlihat dari kemampuan peserta memberikan contoh mengenai pentingnya kejujuran dalam transaksi, menjaga hubungan dengan pelanggan, bekerja keras, berani menghadapi tantangan, dan mempertahankan kepercayaan dalam menjalankan usaha.

Temuan tersebut memperlihatkan bahwa sosialisasi menjadi pintu masuk untuk membangun pemahaman, sedangkan diskusi kelompok memberikan ruang bagi proses refleksi. Proses refleksi menjadi penting karena nilai budaya tidak cukup hanya diketahui secara konseptual, tetapi perlu dihubungkan dengan pengalaman nyata agar memiliki makna praktis. Pendekatan berbasis pengalaman menjelaskan bahwa pembelajaran menjadi lebih bermakna ketika individu mampu menghubungkan pengetahuan dengan pengalaman dan melakukan refleksi terhadap pengalaman tersebut (Kolb, 2015).

Peningkatan pemahaman tersebut belum dapat diartikan sebagai bukti bahwa karakter peserta telah berubah secara permanen. Namun, peningkatan pemahaman dapat dipandang sebagai tahap awal dalam proses internalisasi nilai. Dengan memahami hubungan antara nilai budaya dan aktivitas usaha, peserta memperoleh dasar untuk merefleksikan perilaku mereka dan mempertimbangkan penerapan nilai tersebut dalam kehidupan kewirausahaan. Dalam konteks pemberdayaan, proses peningkatan kapasitas semacam ini penting karena pemberdayaan tidak hanya berorientasi pada hasil ekonomi, tetapi juga pada peningkatan kesadaran, pengetahuan, kapasitas, dan kemampuan individu untuk mengambil tindakan (Cornwall, 2016).



4.2 *Siri'*, *Lempu'*, dan *Getteng* sebagai Fondasi Integritas Womenpreneur

Salah satu hasil penting dari kegiatan adalah pemahaman mengenai hubungan antara *siri'*, *lempu'*, dan *getteng* dengan integritas seorang *womenpreneur*. *Siri'* berkaitan dengan kehormatan, harga diri, dan martabat; *lempu'* berkaitan dengan kejujuran;

sedangkan *getteng* berkaitan dengan keteguhan dan konsistensi. Ketiga nilai tersebut dapat ditempatkan sebagai fondasi moral dalam menjalankan usaha.

Dalam aktivitas kewirausahaan, reputasi merupakan modal penting karena hubungan antara pelaku usaha dan pelanggan dibangun melalui kepercayaan. *Siri'* dapat mendorong seorang *womenpreneur* untuk menjaga nama baik dan kehormatan melalui perilaku yang bertanggung jawab. Sementara itu, *lempu'* memberikan landasan agar aktivitas usaha dilakukan secara jujur, termasuk dalam memberikan informasi mengenai produk, menentukan harga, melakukan transaksi, dan memenuhi janji kepada pelanggan. *Getteng* kemudian memberikan dimensi konsistensi agar prinsip tersebut tidak hanya diterapkan pada situasi tertentu, tetapi menjadi bagian dari perilaku usaha.

Pemaknaan tersebut sejalan dengan kajian mengenai nilai *siri'* dan *pesse* yang menunjukkan bahwa budaya Bugis–Makassar memiliki dimensi moral yang kuat dalam mengatur perilaku individu dan hubungan sosial (Badewi, 2019). Dalam konteks kewirausahaan, nilai moral tersebut dapat diterjemahkan menjadi perilaku bisnis yang membangun kepercayaan. Hal ini juga sejalan dengan pandangan bahwa keberhasilan kewirausahaan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menemukan peluang, tetapi juga oleh konteks sosial dan hubungan yang dibangun oleh entrepreneur (Welter et al., 2017).

Dengan demikian, diskusi mengenai *siri'*, *lempu'*, dan *getteng* memberikan pemahaman bahwa menjaga reputasi usaha bukan sekadar strategi pemasaran, tetapi juga merupakan bagian dari karakter. Bagi *womenpreneur* di lingkungan desa yang hubungan sosialnya relatif dekat, reputasi menjadi semakin penting karena pengalaman pelanggan dapat dengan cepat memengaruhi persepsi masyarakat terhadap suatu usaha.

4.3 Warani dan Reso: Keberanian dan Ketekunan dalam Berwirausaha

Nilai *warani* dan *reso* memberikan dimensi ketangguhan dalam karakter *womenpreneur*. *Warani* dapat dimaknai sebagai keberanian, sedangkan *reso* menggambarkan kerja keras, usaha, dan kegigihan. Kedua nilai ini relevan dengan kondisi kewirausahaan yang selalu menghadirkan ketidakpastian, persaingan, dan berbagai hambatan.

Keberanian dalam kewirausahaan bukan berarti mengambil risiko tanpa pertimbangan, tetapi memiliki kesiapan untuk mengambil keputusan ketika terdapat peluang dan ketidakpastian. *Womenpreneur* membutuhkan keberanian untuk mencoba hal baru, memperkenalkan produk, menghadapi persaingan, mengembangkan pasar, maupun melakukan perubahan terhadap cara menjalankan usaha. Pada saat yang sama, keberanian tersebut perlu diikuti dengan *reso*, karena peluang usaha tidak akan menghasilkan keberlanjutan tanpa usaha dan ketekunan.

Pembahasan mengenai *warani* dan *reso* dalam diskusi membantu peserta memahami bahwa keberhasilan usaha membutuhkan proses yang berkelanjutan. Nilai *reso* menekankan bahwa menghadapi kesulitan merupakan bagian dari perjalanan usaha, bukan alasan untuk menghentikan aktivitas kewirausahaan. Perspektif ini sejalan dengan kajian mengenai *entrepreneurial mindset* yang menempatkan kemampuan menghadapi tantangan, melakukan inovasi, dan mempertahankan orientasi kewirausahaan sebagai bagian penting dalam keberlanjutan bisnis perempuan (Hakim et al., 2024).

Nilai tersebut juga relevan dengan konsep *entrepreneurial competency*. Kompetensi kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan kemampuan teknis, tetapi mencakup kemampuan personal untuk mengelola situasi dan memanfaatkan peluang. Kabir et al. (2017) menunjukkan bahwa kompetensi kewirausahaan merupakan salah satu faktor penting yang berkaitan dengan keberhasilan perempuan dalam menjalankan usaha.

Oleh karena itu, *warani* dan *reso* dapat dipahami sebagai sumber nilai lokal yang mendukung dimensi ketangguhan dan orientasi tindakan dalam karakter *womenpreneur*.

4.4 Acca/Ammaccang dan Assitinajang dalam Pengambilan Keputusan

Nilai *acca* atau *ammaccang* yang berkaitan dengan kecerdasan dan kebijaksanaan serta *assitinajang* yang berkaitan dengan kepatutan dan kesesuaian memberikan dimensi kognitif dan etis dalam karakter *womenpreneur*. Dalam menjalankan usaha, perempuan tidak hanya membutuhkan keberanian untuk bertindak, tetapi juga kemampuan untuk mempertimbangkan situasi dan menentukan tindakan yang tepat.

Acca/ammaccang dapat diterjemahkan sebagai kemampuan menggunakan pengetahuan dan pengalaman secara bijaksana. Seorang *womenpreneur* perlu memahami kondisi pasar, mengenali kebutuhan pelanggan, mempertimbangkan sumber daya, serta menentukan prioritas usaha. Dalam konteks ini, kecerdasan tidak hanya dipahami sebagai kemampuan akademik, tetapi sebagai kemampuan menggunakan pengetahuan secara tepat dalam menghadapi persoalan nyata.

Sementara itu, *assitinajang* memberikan dimensi kepatutan. Nilai ini mendorong seseorang untuk mempertimbangkan kesesuaian antara keputusan yang diambil dengan kondisi, kemampuan, norma, dan konsekuensinya. Dengan demikian, pengambilan keputusan kewirausahaan tidak semata-mata didasarkan pada keinginan memperoleh keuntungan, tetapi juga pada pertimbangan mengenai apa yang tepat dan dapat dipertanggungjawabkan.

Kombinasi *acca/ammaccang* dan *assitinajang* menunjukkan bahwa karakter entrepreneur yang dibangun melalui nilai lokal tidak hanya menekankan keberanian mengambil tindakan, tetapi juga kebijaksanaan dalam menentukan tindakan. Perspektif ini memperluas pemahaman mengenai karakter kewirausahaan dari sekadar orientasi pada peluang dan risiko menuju kemampuan membuat keputusan yang sesuai dengan konteks sosial dan sumber daya yang tersedia.

4.5 Pacce/Pesse, Sipakatau, Sipakainge, dan Sipakalebbe sebagai Modal Sosial

Dimensi lain yang memperoleh perhatian dalam kegiatan adalah nilai yang berkaitan dengan hubungan sosial, yaitu *pacce/pesse*, *sipakatau*, *sipakainge*, dan *sipakalebbe*. Nilai *pacce/pesse* mengandung empati dan solidaritas; *sipakatau* menekankan penghargaan terhadap manusia; *sipakainge* mengajarkan pentingnya saling mengingatkan; sedangkan *sipakalebbe* menekankan sikap saling menghormati.

Nilai-nilai tersebut relevan dengan aktivitas *womenpreneur* karena usaha pada dasarnya tidak berlangsung secara individual. Pelaku usaha membutuhkan pelanggan, pemasok, mitra, keluarga, dan komunitas. Hubungan yang baik dengan berbagai pihak dapat memperkuat kepercayaan dan menciptakan jaringan sosial yang mendukung aktivitas usaha. Dalam perspektif kewirausahaan, konteks sosial merupakan bagian penting dari proses penciptaan dan pengembangan usaha (Welter et al., 2017).

Pacce/pesse dapat mendorong *womenpreneur* untuk memahami kebutuhan dan kondisi pelanggan, sementara *sipakatau* dan *sipakalebbe* dapat memperkuat perilaku saling menghargai dalam interaksi bisnis. *Sipakainge* juga memiliki fungsi penting karena memungkinkan sesama pelaku usaha saling memberikan masukan dan mengingatkan ketika terdapat perilaku atau keputusan yang perlu diperbaiki.

Hasil diskusi menunjukkan bahwa peserta dapat menghubungkan nilai-nilai tersebut dengan pengalaman interaksi mereka dalam kehidupan sehari-hari maupun aktivitas usaha. Hal ini memperlihatkan bahwa nilai budaya memiliki kedekatan dengan kehidupan peserta sehingga lebih mudah digunakan sebagai bahan refleksi. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Rahmawati dan Eli (2024) yang menunjukkan bahwa

sipakatau, *sipakalebbi*, dan *sipakainge* dapat menjadi basis pembentukan karakter melalui proses saling menghargai, memahami, mendukung, dan mengingatkan.

Dalam konteks ini, nilai-nilai relasional tersebut dapat dipandang sebagai bentuk modal sosial. *Womenpreneur* yang mampu membangun hubungan berdasarkan empati, penghargaan, dan kepercayaan memiliki basis sosial yang lebih kuat dalam menjalankan aktivitas usaha. Purnamawati et al. (2020) juga menunjukkan bahwa kearifan lokal memiliki keterkaitan dengan pengalaman kewirausahaan perempuan dan kesejahteraan subjektif yang berkelanjutan. Dengan demikian, dimensi sosial budaya tidak dapat dipisahkan dari pengembangan *womenpreneur*.

4.6 Nilai Bugis–Makassar sebagai Kerangka Karakter Womenpreneur

Berdasarkan hasil sosialisasi dan diskusi, sebelas nilai Bugis–Makassar dapat dipetakan ke dalam beberapa dimensi karakter *womenpreneur*. *Siri'* dan *lempu'* membentuk dimensi integritas; *acca/ammaccang* membentuk dimensi kecerdasan dan kebijaksanaan; *getteng*, *warani*, dan *reso* membentuk dimensi ketangguhan; *pacce/pesse*, *sipakatau*, *sipakainge*, dan *sipakalebbi* membentuk dimensi sosial; sedangkan *assitinajang* memberikan dimensi kepatutan dalam pengambilan keputusan.

Tabel 1. Integrasi Nilai Bugis–Makassar dan Karakter Womenpreneur

Dimensi karakter	Nilai Bugis–Makassar	Relevansi bagi womenpreneur
Integritas	<i>Siri', Lempu'</i>	Menjaga reputasi, kejujuran, dan kepercayaan
Kecerdasan	<i>Acca/Ammaccang</i>	Pengambilan keputusan dan pemecahan masalah
Ketangguhan	<i>Getteng, Warani, Reso</i>	Konsistensi, keberanian, dan kegigihan
Kepedulian sosial	<i>Pacce/Pesse</i>	Empati terhadap pelanggan dan komunitas
Relasi sosial	<i>Sipakatau, Sipakainge, Sipakalebbi</i>	Menghargai, mendukung, dan membangun hubungan
Kepatutan	<i>Assitinajang</i>	Bertindak sesuai kondisi, norma, dan kemampuan

Pemetaan tersebut memperlihatkan bahwa nilai Bugis–Makassar memiliki cakupan yang relatif komprehensif untuk mendukung pembentukan karakter *womenpreneur*. Nilai tersebut mencakup aspek personal, kognitif, moral, ketangguhan, dan sosial. Dengan demikian, penguatan karakter berbasis budaya lokal dapat menjadi pendekatan yang melengkapi pendekatan kewirausahaan konvensional yang umumnya lebih menekankan keterampilan dan kemampuan bisnis.

Temuan ini juga memperkuat argumentasi bahwa kearifan lokal dapat digunakan sebagai sumber daya dalam pengembangan kewirausahaan perempuan. Irjayanti dan Lord (2024) menunjukkan bahwa perempuan pelaku usaha di Indonesia dapat mengintegrasikan kearifan lokal dengan praktik bisnis modern. Sementara itu, Purnamawati et al. (2020) menunjukkan keterkaitan antara kewirausahaan perempuan, kearifan lokal, dan kesejahteraan subjektif. Artinya, nilai lokal tidak perlu ditempatkan sebagai sesuatu yang bertentangan dengan modernisasi, tetapi dapat menjadi fondasi identitas dan perilaku dalam mengembangkan usaha.

4.7 Implikasi Kegiatan bagi Pengembangan Womenpreneur Desa Lawallu

Implikasi utama kegiatan ini adalah terbentuknya pemahaman bahwa nilai budaya dapat diterjemahkan menjadi perilaku kewirausahaan. Peserta tidak hanya diajak mengenali kembali makna nilai Bugis–Makassar, tetapi juga memahami bahwa nilai tersebut memiliki fungsi praktis dalam kehidupan usaha. *Lempu'*, misalnya, dapat diterapkan dalam kejujuran bertransaksi; *siri'* dalam menjaga reputasi; *warani* dalam menghadapi peluang; *reso* dalam mempertahankan usaha; dan *sipakatau* dalam membangun hubungan dengan pelanggan.

Meskipun demikian, peningkatan pemahaman belum dapat dipandang sebagai perubahan karakter yang telah selesai. Karakter membutuhkan proses internalisasi dan pembiasaan yang berlangsung secara berkelanjutan. Oleh sebab itu, kegiatan sosialisasi dan diskusi dapat dipandang sebagai tahap awal yang membuka ruang kesadaran dan refleksi. Tahap berikutnya dapat diarahkan pada pendampingan yang membantu peserta menerjemahkan nilai menjadi indikator perilaku usaha yang lebih konkret.

Dengan demikian, penguatan nilai Bugis–Makassar bagi *womenpreneur* Desa Lawallu memiliki dua dimensi sekaligus. Pertama, kegiatan berkontribusi terhadap pelestarian dan aktualisasi nilai budaya lokal dalam kehidupan masyarakat kontemporer. Kedua, kegiatan memberikan alternatif pendekatan dalam pengembangan karakter kewirausahaan perempuan melalui sumber nilai yang berasal dari lingkungan sosial dan budaya peserta sendiri. Pendekatan ini sejalan dengan gagasan bahwa kewirausahaan perlu dipahami dalam konteks sosial dan budaya yang membentuk perilaku entrepreneur (Welter et al., 2017).

Secara keseluruhan, kegiatan menunjukkan bahwa sosialisasi dan diskusi kelompok dapat menjadi media awal untuk memperkuat pemahaman *womenpreneur* terhadap nilai-nilai Bugis–Makassar. Peningkatan pemahaman tersebut memberikan dasar bagi proses internalisasi nilai ke dalam karakter dan perilaku kewirausahaan. Ke depan, pendekatan ini dapat dikembangkan melalui kegiatan pendampingan yang lebih berkelanjutan sehingga nilai budaya tidak hanya dipahami, tetapi juga diterapkan secara konsisten dalam pengelolaan usaha.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai penguatan nilai-nilai Bugis–Makassar bagi *womenpreneur* Desa Lawallu menunjukkan bahwa pendekatan berbasis budaya lokal dapat digunakan sebagai salah satu strategi dalam memperkuat pemahaman dan karakter kewirausahaan perempuan. Melalui sosialisasi dan diskusi kelompok, peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai makna nilai-nilai budaya serta keterkaitannya dengan aktivitas usaha yang mereka jalankan. Nilai budaya tidak lagi hanya dipahami sebagai bagian dari identitas sosial masyarakat, tetapi mulai dipandang sebagai sumber nilai yang dapat diterapkan dalam perilaku kewirausahaan.

Sebelas nilai yang diperkenalkan, yaitu *siri'*, *pacce/pesse*, *lempu'*, *acca/ammaccang*, *getteng*, *warani*, *reso*, *sipakatau*, *sipakainge*, *sipakalebbi*, dan *assitinajang*, memiliki relevansi dengan berbagai dimensi karakter *womenpreneur*. Nilai *siri'* dan *lempu'* dapat menjadi dasar integritas dan kepercayaan; *acca/ammaccang* mendukung kecerdasan dan kebijaksanaan dalam mengambil keputusan; *getteng*, *warani*, dan *reso* memperkuat keteguhan, keberanian, dan kegigihan; sementara *pacce/pesse*, *sipakatau*, *sipakainge*, dan *sipakalebbi* memperkuat dimensi kepedulian dan hubungan sosial. Adapun *assitinajang* memberikan landasan mengenai pentingnya kepatutan dan kesesuaian dalam menentukan tindakan.

Hasil kegiatan juga menunjukkan bahwa diskusi kelompok memiliki peran penting dalam proses pembelajaran karena memberikan kesempatan kepada peserta untuk menghubungkan nilai budaya dengan pengalaman konkret dalam menjalankan usaha. Proses tersebut menghasilkan peningkatan pemahaman mengenai bagaimana nilai lokal dapat diterapkan dalam menghadapi pelanggan, menjaga reputasi usaha, membangun hubungan sosial, menghadapi persaingan, mengambil keputusan, serta mempertahankan ketekunan dalam menjalankan usaha.

Meskipun demikian, peningkatan pemahaman tidak secara otomatis menunjukkan bahwa internalisasi nilai dan perubahan karakter telah berlangsung secara permanen. Kegiatan ini lebih tepat dipandang sebagai tahap awal dalam membangun kesadaran dan pemahaman yang dapat menjadi dasar bagi proses pembentukan karakter secara berkelanjutan. Dengan demikian, keberhasilan utama kegiatan terletak pada terbentuknya pemahaman peserta bahwa nilai-nilai Bugis–Makassar memiliki relevansi praktis bagi pengembangan karakter dan perilaku *womenpreneur*.

Secara keseluruhan, kegiatan ini menegaskan bahwa pengembangan kewirausahaan perempuan dapat dilakukan dengan mengintegrasikan kompetensi kewirausahaan dengan nilai budaya lokal. Pendekatan tersebut tidak hanya mendukung pelestarian nilai Bugis–Makassar, tetapi juga memberikan konteks yang lebih dekat bagi perempuan pelaku usaha untuk memahami dan menerapkan nilai tersebut dalam aktivitas ekonomi dan sosial. Penguatan karakter berbasis budaya lokal dengan demikian dapat menjadi salah satu pendekatan yang potensial untuk mendukung terbentuknya *womenpreneur* yang berintegritas, tangguh, cerdas, berani, peduli, dan mampu membangun hubungan sosial yang baik.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kegiatan, program penguatan nilai-nilai Bugis–Makassar bagi *womenpreneur* Desa Lawallu perlu dikembangkan secara berkelanjutan. Kegiatan berikutnya tidak hanya berupa sosialisasi, tetapi dapat dilanjutkan melalui pendampingan dan praktik penerapan nilai dalam aktivitas usaha. Misalnya, nilai *lemphu* dapat diterjemahkan ke dalam praktik transparansi transaksi, *siri* dalam penguatan reputasi usaha, *reso* dalam penguatan etos kerja, dan *sipakatau* dalam peningkatan kualitas hubungan dengan pelanggan.

Kegiatan selanjutnya juga disarankan menggunakan instrumen evaluasi yang lebih terukur, misalnya melalui pre-test dan post-test untuk mengetahui perubahan pemahaman peserta secara kuantitatif. Evaluasi dapat dikembangkan lebih lanjut dengan indikator karakter dan perilaku kewirausahaan sehingga proses internalisasi nilai dapat diamati secara lebih sistematis. Pendekatan tersebut akan memberikan bukti empiris yang lebih kuat mengenai keberlanjutan dampak program.

Bagi pemerintah desa dan pemangku kepentingan terkait, nilai-nilai Bugis–Makassar dapat diintegrasikan ke dalam program pemberdayaan ekonomi perempuan, pelatihan UMKM, serta kegiatan pengembangan kapasitas kewirausahaan masyarakat. Integrasi tersebut diharapkan dapat membangun model pemberdayaan yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan kemampuan ekonomi, tetapi juga memperkuat identitas budaya, etika usaha, solidaritas sosial, dan keberlanjutan hubungan antara *womenpreneur* dengan komunitasnya.

Bagi *womenpreneur*, nilai-nilai tersebut diharapkan tidak berhenti pada pemahaman konseptual, tetapi diterapkan secara konsisten dalam aktivitas usaha sehari-hari. Dengan demikian, nilai budaya dapat berkembang dari pengetahuan menjadi

kebiasaan dan pada akhirnya menjadi bagian dari karakter kewirausahaan perempuan di Desa Lawallu.

DAFTAR REFERENSI

- Badewi, M. H. (2019). Nilai *siri'* dan *pesse* dalam kebudayaan Bugis-Makassar, dan relevansinya terhadap penguatan nilai kebangsaan. *JSW (Jurnal Sosiologi Walisongo)*, 3(1), 79–96.
- Barrachina Fernández, M., García-Cabrera, A. M., & García-Soto, M. G. (2021). Gender diversity and entrepreneurship: A systematic literature review. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 27(6), 1429–1450.
- Cornwall, A. (2016). Towards a new development research agenda: The value of the feminist critique. *Journal of International Development*, 28(1), 1–9.
- Digan, S. P., Sahi, A. M., & Mazzarol, T. (2019). Women entrepreneurs' psychological capital and business performance: The mediating role of entrepreneurial competencies. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(5), 1046–1065.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2023). *Global Entrepreneurship Monitor 2022/2023 global report: Adapting to a new normal*. Global Entrepreneurship Research Association.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2024). *Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 global report: 25 years and growing*. Global Entrepreneurship Research Association.
- Hakim, N., Ode, H., Rahmadhani, M. V., & Naim, S. (2024). How entrepreneurial mindset, gender stereotypes, and innovation practices influence the sustainability of women-owned businesses in Bogor City, Indonesia. *International Journal of Business, Law, and Education*, 5(2), 2433–2444.
- Hamzah, A., & Marwati, M. (2023). Nilai budaya *sipakatau*, *sipakalebbi*, dan *sipakainge* dalam kehidupan masyarakat Bugis. *Jurnal Sosial Humaniora*, 14(2), 1–10.
- Herlin, H., Misnah, M., & Tarman, T. (2020). Nilai budaya *sipakatau*, *sipakainge*, dan *sipakalebbi* dalam kehidupan masyarakat Bugis. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 5(2), 117–129.
- Hilmiana, H., & Alviani, D. (2023). Women entrepreneurship and the challenges of gender-based social structures in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 10(1), 255–265.
- Hutamy, E. T., Hasan, M., Tahir, T., & others. (2025). Local wisdom values and business ethics of MSMEs in the digital era. *Journal of Entrepreneurship and Business*, 13(1), 1–12.
- Irfayanti, M., & Lord, L. (2024). Operating a business with local wisdom: A grounded research of women in the creative industry. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2392047.
- Kabir, M., Ibrahim, H. I., & Mohammad Shah, K. A. (2017). Entrepreneurial competency as determinant for success of female entrepreneurs in Nigeria. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 3(2), 143–152.
- Kadiyono, A. L., & Yuliafitri, I. (2023). Women entrepreneurship psychology in managing micro, small, and medium enterprises (MSMEs): A case study in Indonesia. *IntechOpen*.
- Kolb, D. A. (2015). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development* (2nd ed.). Pearson.
- Mutmainnah, M., et al. (2025). Internalization of *sipakatau*, *sipakalebbi*, and *sipakainge*

- values in character development. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 15(1), 1–12.
- Purnamawati, I. G. A., Utama, M. S., Suartana, I. W., & Marhaeni, A. A. I. N. (2020). Women's entrepreneurship and local wisdom: The role of sustainable subjective wellbeing. *Management Science Letters*, 10, 3879–3890.
- Rahmawati, R., & Eli, E. (2024). Pendidikan karakter berbasis nilai-nilai budaya Bugis “Sipakatau, Sipakalebbi, Sipakainge” di komunitas peduli anak jalanan Makassar. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 14(2), 177–186.
- Rahmatika, D. N., et al. (2024). Social capital and women's entrepreneurship: Evidence from Indonesia. *Journal of Entrepreneurship and Sustainability*, 11(2), 1–15.
- Raman, R., Subramaniam, N., & others. (2022). Women entrepreneurship and sustainable development: A systematic review. *Sustainability*, 14(1), 1–20.
- Saputri, R. K., et al. (2025). Psychological capital and women entrepreneurs' work-family balance in Indonesia. *Cogent Business & Management*, 12(1), 1–18.
- Siregar, A. P., et al. (2022). Women and entrepreneurship for economic growth in Indonesia. *Frontiers in Psychology*, 13, 975709.
- Yudiastuti, H., et al. (2021). Social capital and women's entrepreneurship in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 1–10.
- Welter, F., Baker, T., Audretsch, D. B., & Gartner, W. B. (2017). Everyday entrepreneurship—A call for entrepreneurship research to embrace entrepreneurial diversity. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(3), 311–321.