

***Agent Of Change : Wirausaha Perempuan Dan Pemberdayaan Ekonomi Daerah
Peripheral Kabupaten Halmahera Utara***

Aveanty Miagina¹, Daniel Kameo², Titi Susilowati Prabawa^{3*}, Madimin⁴

¹ Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Halmahera, Jl. Trans Tobelo Galela, Tobelo, Kabupaten Halmahera Utara, Indonesia, maveanty@gmail.com

² Progran Studi Doktor Studi Pembangunan, Fakultas Interdisplin, Universitas Kristen Satya Wacana Jl. Diponegoro 52-60 Salatiga, Indonesia, daniel.kameo@uksw.edu

³ Progran Studi Doktor Studi Pembangunan, Fakultas Interdisplin, Universitas Kristen Satya Wacana, Jl. Diponegoro 52-60 Salatiga, Indonesia, titi.susilowati@uksw.edu

⁴ Progran Studi Doktor Studi Pembangunan, Fakultas Interdisplin, Universitas Kristen Satya Wacana, Jl. Diponegoro 52-60 Salatiga, Indonesia, j.mardimin@uksw.edu

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk menganalisa peran wirausaha perempuan sebagai agent of change melalui usaha pariwisata yang dimiliki di daerah peripheral Kabupaten Halmahera Utara. Kajian ini bertujuan melihat dampak multiplier yang dilakukan wirausaha perempuan terhadap kelompok minoritas, yaitu perempuan, di sekitar lokasi usaha. Kerangka teori hegemoni, teori agensi negosiasi dan teori pemberdayaan diimplementasikan untuk mengkaji data empiris yang diperoleh. Hasil penelitian menunjukkan, sebagai agent of change wirausaha perempuan memiliki potensi yang besar untuk mendorong terjadinya tranformasi sosial melalui beberapa kegiatan yang dilakukan terhadap sesama perempuan.

Kata kunci: wirausaha perempuan; agent of change; daerah peripheral; Kabupaten Halmahera Utara

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of female entrepreneurs as agents of change through their tourism businesses in the peripheral areas of North Halmahera Regency. This study aims to examine the multiplier impact of female entrepreneurs on minority groups, namely women, in the surrounding areas. The theoretical frameworks of hegemony, agency negotiation theory, and empowerment theory were implemented to examine the empirical data obtained. The results indicate that, as agents of change, female entrepreneurs have significant potential to drive social transformation through several activities carried out for fellow women.

Keywords: female entrepreneurs; agents of change; peripheral areas; North Halmahera Regency

PENDAHULUAN

Perempuan diilustrasikan sebagai pembawa obor bagi masyarakat (Slathia et al., 2015), ini berhubungan dengan perempuan yang mengalami pemberdayaan berdampak pada masyarakat secara umum. Penelitian (Acharya, 2023) menemukan bahwa sektor pariwisata efektif untuk memberdayakan perempuan. Salah satunya berkontribusi positif terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga bahkan bisa mencapai 62% dari total pendapatan rumah tangga (World Bank Group, 2016). Penelitian yang dilakukan pada beberapa UKM (Cirera and Qursum, 2014) teridentifikasi bahwa sebagai pelaku usaha perempuan berperan memberikan efek multiplier bagi sesamanya dengan menyediakan lapangan pekerjaan bagi mereka. Ini dipertegas kajian (Istindari & Anandika, 2017) mengungkap fakta struktur ketenagakerjaan Usaha Mikro Kecil (UMK) yang dipimpin perempuan di Indonesia cenderung mempekerjakan perempuan dibanding lelaki, dimana jumlah pekerja perempuan tiga kali lebih tinggi dibanding pekerja lelaki di perusahaan yang dipimpinnya. Pemberdayaan perempuan sektor pariwisata di Botswana menunjukkan hasil signifikan terhadap bergesernya perspektif tradisional mengenai posisi perempuan di tengah masyarakat (Moswete Lacey, 2015). Kajian ini mengungkapkan bahwa pemberdayaan perempuan memiliki signifikansi positif mencetak perempuan sebagai pemimpin melalui usaha sektor pariwisata yang dimiliki, selain juga berkontribusi positif dalam membangun komunitas secara holistik. Pada kasus ini perempuan mendapat kesempatan untuk mengaktualisasikan dirinya sehingga mereka memiliki kekuatan untuk mengubah hidup mereka yang terpotret melalui upaya yang dilakukan guna memecahkan hambatan sosial dan budaya.

Konteks industri pariwisata di Kabupaten Halmahera Utara menunjukkan peran aktor internal yaitu wirausaha perempuan lokal sebagai *agent of change* melalui usaha pariwisata yang dimiliki. Tulisan ini mengeksplorasi wirausaha perempuan dalam memaknai perannya sebagai *agent of change* juga bertujuan mengungkapkan bagaimana proses pemberdayaan dilakukan terhadap perempuan sekitarnya sebagai kaum minoritas dan rentan. Ini dimaksudkan untuk mengungkapkan pengaruh berwirausaha yang dilakukan wirausaha perempuan terhadap institusi sosial patriarki di wilayah Kabupaten Halmahera Utara. Poin penting adalah bagaimana wirausaha perempuan mampu menjadi *agent of change* melalui usaha pariwisata yang dimiliki yang memicu transformasi sosial bagi pemberdayaan perempuan di sekitar lokasi usaha. Sama seperti keterlibatan dua wirausaha perempuan lokal sebagai katalisator usaha pariwisata merupakan

fenomena tak biasa pada masyarakat patriaki di Halmahera. Keberadaan mereka menunjukkan adanya perlawanan atas struktur patriaki masyarakat Halmahera karena mereka mampu mengekspresikan dirinya sebagai insan berdaulat atas dirinya sendiri dan orang lain untuk berdaya dan mandiri melalui usaha pariwisata yang dimiliki. Ini menunjukkan pemberdayaan dan transformasi sosial tidak saja berasal dari intervensi eksternal seperti pemerintah, LSM investor pariwisata lainnya melainkan muncul dari internal masyarakat lokal sendiri.

Kontribusi mereka sebagai *agen of change* banyak kali tidak mendapatkan ruang untuk diakui masyarakat. Kondisi yang memosisikan perempuan pada kelas kedua dalam masyarakat patriaki menjadi salah satu hambatan yang perlu diatasi. Salah satu kajian di sector pariwisata menunjukkan hasil signifikan terhadap bergesernya perspektif tradisional mengenai posisi perempuan di tengah masyarakat (Moswete & Lacey, 2015). Kajian ini mengungkapkan bahwa pemberdayaan perempuan memiliki signifikansi positif mencetak perempuan sebagai pemimpin melalui usaha sektor pariwisata yang dimiliki, selain juga berkontribusi positif dalam membangun komunitas secara holistik. Untuk itu perlu mengoptimalkan peran perempuan lokal sebagai *agent of change* bagi komunitas mereka. Kurangnya konteks spesifik mengenai lokasi atau daerah tertentu dalam penelitian sebelumnya tidak memberikan wawasan yang komprehensif dan aplikatif untuk memahami pemberdayaan perempuan. Padahal secara eksplisit diketahui bahwa tiap lokasi dengan budaya yang melekat pasti memberikan efek berbeda atas pengalaman pemberdayaan perempuan di sektor pariwisata. Dimensi ini dirasakan kurang kaya dan mendalam, padahal pemberdayaan ditengarai sebagai proses yang bersifat dinamis dan multidimensional mampu meningkatkan kebebasan dan kapasitas individu atau komunitas yang bermanfaat untuk memperbaiki kualitas hidup mereka melalui keterlibatan dalam pariwisata (Aghazamani & Hunt, 2017). Para peneliti menyarankan apabila kekurangan ini diatasi maka pemberdayaan perempuan dapat dipahami secara komprehensif. Kajian ini menonjolkan kebaharuan empiris dengan menyoroti pengalaman wirausaha perempuan sektor pariwisata yang berlokasi di pesisir pantai dan telaga di daerah *peripheral* Halmahera, Indonesia. Berdasarkan konteks ini, kajian ini bertujuan menjawab pertanyaan penelitian (1) Bagaimana perempuan lokal berperan menjadi *agent of change* dalam komunitas mereka? (2) Tantangan seperti apa yang dialami perempuan lokal dalam menjalankan perannya sebagai *agent of change*?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang realitas sosial tersebut. Realitas ini tidak terbentuk secara alami namun dibentuk dan dikonstruksi berdasarkan pengalaman yang dialami sehingga memberi interpretasi berdasarkan konstruksinya masing-masing. Penelitian kualitatif dipilih karena permasalahan yang dihadapi wirausaha perempuan kompleks dan dinamis dimana budaya patriarki melekat sebagai bagian yang tidak terpisahkan. Tentunya berdampak pada dinamika usaha yang dialami. Untuk itu pendekatan etnografi diperlukan karena telah memasukkan konteks budaya, yaitu budaya patriarki, untuk memahami dan menggali persepsi wirausaha perempuan atas dirinya sendiri serta bagaimana mereka memposisikan dirinya dalam dunia bisnis pariwisata secara umum. Pendekatan ini memungkinkan untuk fokus pada pengalaman keseharian dari wirausaha perempuan sebagai partisipan beserta komunitas perempuan dalam masyarakat dimana usaha wisata ini berada.

Lokasi geografis penelitian berada di daerah *peripheral* wilayah kepulauan yaitu di Kabupaten Halmahera Utara. Ada dua destinasi wisata yang menjadi lokasi penelitian yaitu di Deas Kupa-kupa dan Desa Duma. Kabupaten Halmahera Utara yang terletak di Propinsi Maluku Utara, merupakan salah satu kabupaten pemekaran yang terbentuk di tahun 2003 dengan ibukota Tobelo, memiliki 17 kecamatan dan 196 desa yang tersebar di 50 pulau di kawasan laut Maluku dan laut Halmahera. Luas wilayah kabupaten ini adalah seluas 22.507,32 Km² yang terdiri dari 17.555,71 Km² (78%) wilayah laut dan 4.951,61 Km² (22%) wilayah darat. Tak mengherankan sebagai wilayah kepulauan kabupaten ini memiliki potensi keindahan alam yang mengagumkan. Pulau-pulau kecil dengan keindahan pantai pasir putihnya, keindahan taman laut yang sangat indah dengan aneka ragam ikannya, keanekaragaman flora-fauna dan budaya serta situs-situs sejarah masa Perang Dunia II dapat dijumpai di daerah ini. Panorama alam yang indah memesona dilengkapi dengan kekayaan adat istiadat yang menjadi kekayaan lokal masyarakat setempat menjadikan Kabupaten Halmahera Utara sebagai salah satu destinasi wisata yang menarik untuk dikunjungi.

Untuk memperoleh data valid diperlukan berbagai strategi untuk mencapainya, salah satu dengan mendapatkan akses penelitian. Kami sudah mengenal kedua wirausaha perempuan dengan baik sehingga memungkinkan untuk bisa membangun komunikasi. Selain itu komunikasi dengan kepala desa sudah terbangun sehingga peneliti bisa mendapatkan kemudahan untuk melakukan pengamatan lanjut di tempat penelitian. Proses pengumpulan data dilakukan selama 8

bulan dengan cara observasi dan wawancara. Observasi digunakan untuk mengamati secara langsung, baik kondisi fisik maupun kondisi non fisik di dua tempat wisata di kedua desa. Wawancara dilakukan pada 20 partisipan yang terdiri dari wirausaha perempuan, anggota keluarga, pekerja, perempuan di sekitar tempat usaha juga dan perangkat desa. Semua informasi yang diperlukan dicatat ataupun direkam selama wawancara atas persetujuan partisipan kemudian hasilnya ditranskripsi. Setelah itu akan dianalisis secara tematik, untuk mengidentifikasi ide dan tema yang terkait dengan kerangka teori (Yin, 2014).

Teknik purposive sampling diimplementasikan untuk menjangkau partisipan yang diperlukan. Ada empat kelompok partisipan, yang pertama wirausaha perempuan sebagai pemilik usaha sementara kelompok kedua adalah anggota keluarga dalam hal ini orang tua ataupun saudara lelaki yang dimiliki. Kelompok ketiga terdiri dari pekerja dan kelompok keempat adalah para perempuan yang berada di lokasi usaha. Untuk kelompok keempat terjaring beberapa orang penjual makanan dan minuman yang berjualan di lapak sepanjang pantai Kupa-kupa juga para perempuan yang menjadi pemasok hasil kebun kepada kedua wirausaha ini. Kedua wirausaha perempuan berada di dua lokasi destinasi wisata yang berbeda sehingga menemukan budaya lokal masyarakat setempat dari tiap lokasi yang memberikan stimulus juga atas dinamika usaha yang dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Dua Wirausaha Perempuan Sebagai *Agent Of Change*

Wirausaha perempuan 1: Dorci – si penakluk

Berlatar belakang keluarga pendidik, Dorci (44 tahun), pemilik Tanjoeng Daloha Café & Resto, mendapatkan kesempatan mengenyam pendidikan hingga strata satu. Lulus tahun 2005, Dorci memutuskan berkerja di perusahaan tambang di kampung halamannya. Setahun kemudian mencoba berkarir di perusahaan *wine* lokal yang berlokasi di Bali dengan menduduki posisi *Sales and Marketing*, bertugas membangun relasi dan jejaring. Tahun 2014 memutuskan berhenti kerja dan berwirausaha *online shopping fashion import*. *Market place* yang dilayani adalah dunia maya dengan menggunakan platform *Instagram* dan *Facebook*. Pasar sasarannya adalah perempuan yang memiliki kebutuhan pada *fashion import* dengan dua varian produk untuk bridal dan pakaian umum. Berdomisili di Bali menginspirasinya membangun usaha di kampung halamannya, karena menurutnya kampung halamannya memiliki kekayaan alam dan budaya yang potensial untuk

dikembangkan sebagai tujuan wisata. Mimpi ini terealisasi tahun 2017 dengan membangun kafe di tanah milik keluarga dengan status pinjam seluas 800m². Kemampuannya berinteraksi dengan media sosial memberi kemanfaatan membangun jejaring melalui kegiatan promosi pada platform *facebook* dan *instagram* untuk mengkomunikasikan keberadaan Tanjoeng Daloha Café & Resto. Terbukti pengunjung memanfaatkan media sosial untuk melakukan reservasi terlebih dahulu sebelum berkunjung ke kafe karena mereka melihat promosi yang ditayangkan di kedua media sosial.

Keinginan melakukan sesuatu untuk kampung halamannya dimana orangtua dan keluarga besarnya berdomisili menjadi titik awal memulai usaha. Menu utama kafe adalah varian masakan Ikan Mujair (disajikan dengan bumbu bakar, goreng, kari, woku juga kuah asam) yang pengembangbiakkannya di Danau Duma, dilengkapi sayur kangkung dan pisang goreng Mulu Bebe (*musa acuminata*) seharga Rp. 130.000,-. Ini belum termasuk minuman beragam varian, yang diakui sebagai mesin pendapatan utama. *Musa acuminata* adalah salah satu komoditas buah tropis yang banyak ditemukan di kepulauan Halmahera, menjadi pisang khas dari Halmahera Utara. Dorci memanfaatkan danau untuk pengembangbiakkan Ikan Mujair dengan menggunakan empat buah keramba berukuran 4x4 meter masing-masing berisi 300 – 500 ekor ikan mujair yang bibitnya dibeli di pasar lokal. Modal awal menggunakan tabungan pribadi dari pekerjaan terdahunya selama di Bali, tidak menggunakan fasilitas perbankan. Ini dipakai untuk membiayai pembangunan gedung, pembuatan keramba Ikan Mujair serta pembelian bibit ikan. Mayoritas pekerjanya adalah perempuan sebanyak enam orang dan hanya satu pria yang bertugas mengambil ikan dari keramba menuju kafe yang terletak di atas bukit.

Wirausaha perempuan 2: Mince – si pemberani

Berasal dari keluarga petani, Mince (58 tahun), pemilik Kupa-kupa Beach Cottages & Bar, merasakan sulitnya akses pendidikan saat masih kecil. Ini memaksanya terpisah dari kedua orangtuanya dan tinggal bersama keluarga lain untuk bersekolah. Dalam istilah lokal, keluarga yang berperan sebagai penampung anak-anak dari desa untuk tinggal bersama mereka dikenal sebagai *orang tua piara*. Kurang lebih 10 tahun Mince tinggal bersama *orang tua piara* dan sempat berpindah keluarga beberapa kali. Terakhir orang tua piarannya adalah pemilik penginapan di Tobelo, menjadi tonggak bersejarah baginya karena menciptakan wawasan berwirausaha. Saat itu Mince bertanggungjawab menjaga kebersihan penginapan dan lingkungan sekelilingnya, biasanya

dilakukan setelah pulang sekolah. Dalam penuturannya ada juga wisatawan asing yang merupakan peneliti dari Jerman dan Australia yang melakukan penelitian tentang burung dan botani. Kesempatan ini dipakainya berkomunikasi dengan mereka meskipun mengalami keterbatasan bahasa. Dia kemudian belajar Bahasa Inggris secara otodidak dan makin fasih sejalan dengan interaksi bersama wisatawan asing yang menjadi tamu di *cottagenya*. Setelah menamatkan Sekolah Menengah Atas (SMA), Mince tetap tinggal bersama orangtua piara sampai beberapa tahun berikutnya lalu kemudian dia memutuskan kembali ke kampung halamannya. Tak berselang lama terjadi konflik sosial tahun 1999 di Halmahera yang membuatnya memutuskan mengungsi ke Manado. Masa itu dikenangnya sebagai masa terberat karena harus meninggalkan orangtua untuk kedua kalinya, mereka memilih tetap tinggal di kampung dan mengungsi ke hutan. Untuk membiayai hidupnya selama dua tahun di pengungsian, Mince memproduksi roti manis yang penjualannya dititipkan ke beberapa warung sekitar tempat kosnya. Keterampilan membuat roti diperoleh dari ibunya saat dia masih duduk di sekolah dasar dimana biasanya dia pula yang menjualnya berkeliling kampung.

Dua tahun kemudian setelah konflik mereda dan kondusif, Mince kembali ke kampung halamannya. Selain kerinduan akan kampung halamannya Mince mendapat informasi bahwa pantai Kupa-kupa yang terletak di desanya menjadi destinasi wisata yang ramai dikunjungi wisatawan lokal. Informasi ini memberikan semangat baru melihat peluang usaha di desanya. Berjualan pisang goreng dan minuman menjadi usaha pertama sesampainya di kampung halaman selain juga memiliki pesewaan baju pengantin. Dia mulai mengumpulkan uang untuk membeli tanah dipinggir pantai dan membangun bangunan kecil untuk tinggal dan berjualan. Lambat laun bukan saja wisatawan lokal di akhir pekan yang berkunjung namun juga pekerja kapal tanker Pertamina yang memiliki jadwal rutin membawa bahan bakar ke Tobelo menjadi pelanggan setia, tidak mengherankan karena lokasi dermaga Pertamina dekat dengan bar yang dimiliki. Dalam penuturannya dia mampu mendirikan bangunan yang kemudian berfungsi sebagai *cottage* karena komitmennya untuk menabung. Tabel 1 menunjukkan perkembangan pembangunan *cottage* Kupa kupa Beach Cottages & Bar yang dibangun dari tahun 2006 hingga 2021.

Tabel 1. Perkembangan pembangunan kupa-kupa beach cottages & bar

Tahun Dibangun	Jenis	Jumlah	Status kamar	Keterangan
2006	Kamar tidur	2	Disewakan	Cottage lama
2009	Kamar tidur (<i>backpacker</i>)	2	Disewakan	Cottage lama
2012	Bangunan (teras berbentuk	1	Disewakan	Cottage lama
2013	Rumah Panggung	3	Disewakan 1 kamar	Cottage lama
2014	Bangunan utama	1	Dipakai untuk lobby, & dapur	Cottage lama
2018 – 2019	Bangunan utama	3	Disewakan	Cottage baru
2020 – 2021	Kamar tidur & restorn	2	Disewakan	Cottage baru

Sumber: Data primer, 2022

Peran dan kontribusi wirausaha perempuan sebagai *agent of change*

Mempromosikan Kabupaten Halmahera Utara

Melalui kegiatan usaha pariwisata yang dilakukan Mince dan Dorci, mereka turut mempromosikan selain usahanya mereka juga mempromosikan daerah Kabupaten Halmahera Utara. Baik melalui *word of mouth* maupun menggunakan media sosial seperti platform Instagram maupun facebook. Prakteknya Mince hanya melakukan *word of mouth* berdasarkan testimoni pengunjung atas pengalaman berkunjung dan menginap di Kupa-kupa Beach Cottages & Bar. Sementara Dorci yang adalah pelaku bisnis online shopping memanfaatkan kedua platform ini untuk mempromosikan usaha yang digelutinya selain tentu saja mempromosikan tanjung, lokasi kafanya sebagai salah satu destinasi wisata yang memiliki nilai historical penjajahan Jepang dan masuknya injil pertama di daerah tersebut. Penggunaan media sosial mampu memikat minat salah satu stasiun TV swasta yaitu Net TV untuk meliput Tanjoeng Daloha Cafe & Resto yang menarik minat wisatawan lokal karena memiliki cita rasa lokal dengan panorama alam yang eksotis dari daerah *peripheral* Indonesia. Dorci lebih banyak memanfaatkan penggunaan media sosial dibanding Mince. Namun demikian, Mince menciptakan segmen pasar yang sempit untuk dilayani berdasarkan karakteristik pelanggannya. Kebanyakan mereka yang sudah memasuki masa pensiun dan biasanya datang lebih dari satu kali dimana mereka mengenal Kupa-kupa Beach Cottages & Bar berdasarkan referensi dari temannya yang sudah terlebih dahulu berkunjung.

Pertumbuhan ekonomi dan perubahan sosial

Sebelum pandemi Covid 19, data kunjungan wisatawan asing yang menginap di Kupa kupa Cottage & Bar Beach sepanjang tahun 2018 sejumlah 168 orang. Mereka berasal dari beberapa

negara Eropa, Australia juga Asia. Mince memiliki buku registrasi tamu yang harus ditulis para tamu sendiri saat kedatangan sehingga data okupansi pengunjung terkap baik. Ini merupakan angka fantastis untuk kunjungan wisatawan asing di daerah ini. Tentunya ini mendatangkan devisa bagi negara. Dalam wawancara bersama Mince, dia mengakui senang karena bisa menyumbang sesuatu untuk daerahnya melalui kedatangan para turis di destinasi wisata miliknya. Pertumbuhan ekonomi terjadi saat terdapat lonjakan atau peningkatan kunjungan wisatawan dan durasi waktu berkunjung juga penciptaan dampak ekonomi positif bagi masyarakat lokal. Sementara untuk perubahan social nampak pada perubahan norma sosial dengan adanya pergeseran peran perempuan dalam keluarga maupun perubahan dalam peran gender.

Dalam wawancara bersama kepala desa setempat, terungkap bahwa perempuan yang bekerja dapat menyinggung harga diri suami sehingga kebanyakan perempuan yang telah menikah hanya berperan mengurus rumah tangga, selain itu perempuan juga tidak memiliki hak waris dari orangtua. Menurut Dorci telah mendobrak stereotip ini melalui keberanian dan kemampuannya menjadi wirausaha. Dalam penilaiannya Dorci adalah perempuan mandiri, berani serta pintar membaca peluang usaha dan mampu melakukan pemberdayaan perempuan dengan mempekerjakan mereka. Sebagai aparat desa dia sangat mengapresiasi keberanian dan kemauan Dorci membangun usaha di desanya, karena tidak hanya menciptakan lapangan pekerjaan untuk dirinya sendiri melainkan juga bagi perempuan disekitarnya.

Menjalin solidaritas dengan gerakan manabung

Mince menggerakkan para pemilik lapak di sekitar pantai Kupa kupa, kurang lebih 10 orang, untuk terlibat dalam gerakan menabung bersama. Mayoritas pemilik lapak adalah perempuan yang membuka lapaknya di hari Sabtu dan Minggu. Mince tergerak karena termotivasi untuk membantu para perempuan, mayoritas sudah berkeluarga, memiliki tabungan yang digunakan membiayai kebutuhan akhir tahun. Kebiasaan masyarakat lokal, setiap akhir tahun memerlukan dana untuk membiayai kebutuhan menyambut hari raya dan tahun baru. Misalnya pengecatan rumah, pengadaan kue, pembelian baju baru untuk anak juga biaya modal sosial seperti merawat jaringan sosial yang biasanya memunculkan biaya seperti pemberian hadiah kepada anak baptis (rerata mereka memiliki lebih dari tiga anak baptis per keluarga), pemberian bantuan sosial, juga penyediaan minuman lokal yang biasa disediakan untuk menjamu tamu. Tak jarang para ibu terliit hutang untuk membiayai kebutuhan tersebut. Menyikapi hal ini Mince tergerak untuk

mengajak mereka menabung di awal tahun sehingga di akhir tahun sudah ada sejumlah dana yang bisa dipakai untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Dalam prakteknya terkumpul 10 orang yang bersepakat untuk menabung setiap akhir minggu minimal Rp 50.000,-. dengan pengaturan hanya bisa diambil di akhir tahun. Tiap anggota akan menyerahkan tabungannya ke Mince dan setiap bulan Mince akan ke bank untuk ditabung secara kolektif. Frekuensi menabung di bank sebulan sekali untuk meminimalkan biaya transportasi juga karena kesibukannya mengurus *cottage*. Para pemilik lapak menunjuk Mince sebagai koordinator dan memercayakan uang kepadanya bukan tanpa alasan. Bagi mereka Mince adalah sosok perempuan yang telah sukses memiliki usaha dan uang sehingga dianggap dapat dipercaya menyimpan uang mereka. Kegiatan menabung ini berjalan selama dua tahun dan berakhir saat pandemi Covid 19 tahun 2019.

Pariwisata berkelanjutan

Selain memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan perubahan sosial, mereka juga berkontribusi pada pariwisata berkelanjutan yang berkaitan dengan ekosistem daerah *peripheral* yang rentan. Mince mengambil peran ini dengan menjaga pelestarian lingkungan pantai lokasi usahanya agar terbebas dari plastik. Caranya dengan tidak menggunakan peralatan plastik dan juga mengurangi limbah plastik yang dibawa pengunjung dengan cara memberikan sanksi atau denda bagi mereka yang membuang botol bekas minuman secara sembarangan. Bahkan selain papan peringatan *no plastic* di lokasi usahanya dia juga meminta para pengunjung membawa pulang sampah plastik seperti botol air kemasan dan tidak meninggalkannya di lokasi wisata. Mince juga melakukan edukasi secara informal kepada wisatawan jugamasyarakat sekitar istimewa anak usia sekolah dengan cara sederhana, misalnya dengan memasang papan peringatan “No Plastic” di titik strategis yang bisa dilihat dan dibaca wisatawan. Selain itu Mince sering mengajak anak-anak di sekitar lokasi pantai untuk kerja bakti kerja bakti pungut sampah plastik di sepanjang bibir pantai dengan memberi mereka imbalan. Biasanya ini dilakukan selepas hujan yang membawa sampah dari laut, mayoritas plastik, yang berserakan di sepanjang bibir pantai. Kegiatan seperti ini mampu merubah perilaku anak-anak untuk membaung sampah pada tempatnya sehingga ekosistem pantai terjaga.

Tantangan wirausaha perempuan sebagai *agent of change*

Salah satu tantangan terbesar yang dirasakan adalah menghadapi budaya Halmahera yang memiliki stereotip jender dengan menganggap perempuan kurang mampu memimpin sebuah usaha.

Dalam budaya Halmahera perempuan yang bekerja menyinggung harga diri pasangannya sehingga kebanyakan perempuan bersuami melakukan pekerjaan domestik. Tentu saja ini membuat perempuan tidak memiliki penghasilan karena pekerjaan domestik tidak memiliki nilai ekonomis. Kondisi ini membuat perempuan tidak berdaya bahkan mengecilkan keberadaannya untuk bisa mengambil sebuah keputusan. Selain itu perempuan memiliki beban ganda yaitu memiliki tanggung jawab domestik dan usaha,. Sebagai ibu dan juga wirausaha sehingga mengurangi waktu, energi untuk menjalankan perannya sebagai *agent of change*. Kurangnya keberadaan perempuan di ranah publik akibat kesibukan di ranah domestik, turut melanaggengkan budaya patriaki dalam masyarakat. Bagi Dorci dia tidak mengalami hal ini karena berstatus *single*, berbeda dengan Mince yang harus membagi waktunya untuk bisa merawat anak. Mengatasi hal ini Mince memutuskan untuk menyekolahkan anaknya sejak sekolah dasar ke sekolah berasrama sehingga bisa membekali anaknya dengan pendidikan baik dan lingkungan yang ramah anak selain juga bisa fokus pada usaha yang digelutinya. Perspektif budaya Halmahera juga tidak mengenal pemberian warisan (tanah) kepada anak perempuan dan hanya diberikan kepada anak lelaki. Budaya hak waris yang diskriminatif ini menyebabkan perempuan memiliki akses terbatas terhadap aset produktif, padahal banyak lembaga keuangan yang mensyaratkan jaminan berupa aset produktif. Kondisi ini menyebabkan terbatasnya kesempatan bagi perempuan untuk mengembangkan usaha. Terkadang ini menjadikan perempuan berada di posisi sulit karena kurang mampu membagi waktu dan konsentrasi untuk menjalani keduanya.

Pembahasan

Dalam kondisi termarjinalkan, wirausaha perempuan muncul sebagai sebuah kekuatan baru yang tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi namun juga pada perubahan sosial. Sebagai agen perubahan keduanya merupakan penggerak ekonomi lokal dengan menciptakan lapangan pekerjaan serta memberdayakan masyarakat sekitar teristimewa perempuan melalui usaha pariwisata. Kehadiran mereka berdampak positif pada industri pariwisata Halmahera karena memiliki signifikansi pada angka kunjungan wisatawan baik asing maupun domestik serta mampu menjadi media promosi pariwisata bagi daerah ini Mereka tidak hanya berorientasi pada keuntungan namun juga berperan untuk memperbaiki kesejahteraan masyarakat sekitarnya, juga mempromosikan keberlanjutan pariwisata. Keberanian dan ketangguhan mereka mampu menantang batasan-batasan tradisional serta membuka peluang dan memperluas perspektif dalam berwirausaha yang mayoritas didominasi pria. Beberapa kategori

pelaku usaha dalam penelitian ini memiliki ciri-ciri demografis yang sama. Mereka dikelompokkan dalam skala usaha mikro, kepemilikan usaha sendiri, sumber pendanaan sendiri tanpa melibatkan bank saat mendirikan usaha, jumlah pekerja kurang dari 10 orang, memiliki pengalaman kerja sebelumnya dalam usaha kecil. Keduanya pernah merantau di kota besar meskipun salah satunya karena mengungsi. Saat ini keduanya bertatus *single* dan memiliki kesamaan perspektif untuk tidak menjalin relasi dengan pria lokal, serta mengandalkan keterampilan kewirausahaan yang diperoleh dari pengalaman kerja sebelumnya. **Kerangka teori hegemoni, teori agensi negosiasi dan teori pemberdayaan** diimplementasikan untuk mengkaji data empiris yang tersaji di pembahasan.

Sebagai perempuan Halmahera keduanya memahami posisi perempuan di tengah masyarakat patriarkis, salah satunya perempuan tidak mendapatkan hak waris. Seperti kajian (Apituley & Eddyono, 2022) menyatakan adanya demotikasi peran dan beban kerja dimana perempuan tidak mendapatkan warisan dan memiliki beban kerja lebih atas pria akibat terbayarnya mas kawin saat menikah. Demotikasi tidak memiliki nilai ekonomi dan menempatkan perempuan pada posisi subordinat yang minim kekuasaan dan hak bersuara. Keberadaan keduanya sebagai perempuan lokal yang memiliki usaha mampu mendobrak struktur patriaki dengan cara halus dan efektif karena mereka mampu menciptakan kesempatan ekonomi bukan hanya bagi mereka namun juga bagi kelompok minoritas disekitar lokasi usaha. Berwirausaha memberikan ruang baru bagi mereka untuk menunjukkan eksistensinya di luar peran tradisional yang secara simbolik menegaskan kemampuannya melampaui batasan yang selama ini dibangun oleh hegemoni patriaki. Kemandirian perempuan sebagai pelaku usaha menunjuk keberanian perempuan mendobrak hegemoni patriaki, salah satunya ditunjukkan dengan ketidakterlibatan pasangan dalam kepemilikan. Artinya perempuan memiliki otoritas untuk mengambil keputusan tanpa menunggu legitimasi dari pihak lain teristimewa pria. Ini signifikan dengan temuan (De Clercq & Brieger, 2022) yang mengungkapkan kebutuhan wirausaha perempuan akan otonomi dan kemandirian teristimewa dalam membuat keputusan penting tanpa dipengaruhi pihak eksternal. Artinya mereka memanfaatkan otonomi pekerjaan untuk meningkatkan keseimbangan kehidupan kerja. Seperti yang ditemukan (St-Arnaud & Giguère, 2018) perempuan memanfaatkan otonomi mereka sebagai pemilik usaha untuk mengintegrasikan tugas-tugas yang berhubungan dengan keluarga kedalam organisasi kerja untuk meningkatkan emansipasi mereka.

Kepemilikan Tanjoeng Daloha Café & Resto serta Kupa kupa Cottage and Bar Beach menunjukkan kepemimpinan perempuan sebagai *agent of change* di tengah kondisi marjinal. Keduanya berkontribusi mempercepat perubahan sosial dan ekonomi pada masyarakat patriaki daerah perifer. Teori agensi naegosiasi yang diperkenalkan Venugopal & Viswanathan diimplemetasikan untuk membedah ketahanan perempuan dalam menghadapi berbagai hambatan struktural sekaligus menavigasi keterbatasan struktural dan agensi mereka dalam konteks daerah *peripheral*. Data empiris menunjukkan bagaimana kedua perempuan menavigasi keterbatasan struktural melalui usaha pariwisata untuk menciptakan ruang bagi agensi mereka. Strategi yang digunakan untuk menavigasi kendala struktural adalah menjadi bukan hanya pelaku usaha namun sebagai pemilik yang meniadakan dominasi pria. Mereka juga memilih berpasangan dengan bukan pria lokal, bertujuan untuk tetap menjaga kesempatan menjadi perempuan mandiri yang tidak terbelenggu dalam hegemoni patriakal lokal. Pilihan ini juga diambil untuk melindungi kepemilikan atas aset yang dimiliki. Mereka membangun solidaritas sosial antar sesama dengan menciptakan jaringan pemasok dan memiliki pekerja-pekerja perempuan. Ini menegaskan bahwa mereka sedang membangun 'hegemoninya' sendiri melalui kolaborasi antar perempuan yang ditunjukkan melalui penciptaan jaringan dan solidaritas sesama perempuan kelompok minoritas. Kolaborasi dalam wujud berjejering menunjukkan kekuatan penuh perempuan bersehati dan bersatu untuk saling mendukung. Ini dipastikan mampu memperkuat posisi perempuan dalam masyarakat meskipun masih pada skala kecil. Sebagai *local catalyst* mereka mampu menavigasi ruang sosial ekonomi yang terbatas dan menciptakan perubahan bukan hanya untuk diri sendiri namun bagi para perempuan sebagai kaum minoritas. Seperti yang dinyatakan (Moswete & Lacey, 2015), pemberdayaan sektor pariwisata mampu menggeser perspektif tradisional mengenai posisi perempuan dimana perempuan bisa menjadi pemimpin dan berkontribusi positif dalam membangun komunitas secara holistik.

Keberhasilan kedua wirausaha perempuan lokal dalam menjaga keberlanjutan usahanya juga tidak terlepas dari kapasitas individu untuk membuat keputusan strategis sekaligus bermakna untuk meningkatkan kesejahteraan mereka, misalnya gerakan menabung. Gerakan menabung tidak diartikan sederhana sebagai kemampuan mengelola keuangan namun lebih kepada alat transformasi sosial dan ekonomi perempuan. Menabung menggambarkan adanya kepercayaan perempuan atas kemampuan dirinya membangun jaringan dan solidaritas serta kemampuan untuk mengelola usaha sendiri, yang berarti adanya kendali lebih besar atas kehidupannya. Seperti

penelitian (Muntean & Ozkazanc-Pan, 2015) mengungkapkan kewirausahaan perempuan berkontribusi pada pembangunan ekonomi lokal dan memengaruhi struktur sosial. Ini merupakan bagian dari kemandirian ekonomi serta penting untuk mempromosikan pemberdayaan perempuan dan kewirausahaan. Penelitian (Acharya, 2023) memotret jelas upaya pemberdayaan perempuan sektor priwisata yang memberikan kemanfaatan untuk menciptakan kesempatan bagi perempuan menjadi mandiri dan memiliki pengaruh dalam masyarakat. Seperti yang diungkapkan (Daher et al., 2022) perempuan yang diberdayakan cenderung berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan masyarakat dan berkontribusi pada inisiatif pembangunan lokal.

KESIMPULAN

Tantangan yang dihadapi wirausaha perempuan sebagai *agent of change* lebih kepada dimensi budaya patriaki yang membelenggu kehidupan masyarakat setempat, seperti norma sosial yang membatasi mereka ke ranah publik. Namun demikian perempuan tetap memiliki potensi besar menjadi *agent of change*, mereka tetap menunjukkan daya juang luar biasa dalam menghadapi tantangan yang dimaksudkan. Sebagai *agent of change* wirausaha perempuan memiliki potensi yang besar untuk mendorong terjadinya transformasi, dan itu sudah dilakukan melalui beberapa kegiatan yang terpotret dengan baik. Keberadaan mereka sebagai *agent of change* mampu berkontribusi dalam mempromosikan destinasi wisata yang dimiliki maupun Kabupaten Halmahera Utara secara umum, memberikan pertumbuhan ekonomi dan perubahan sosial, menjalin solidaritas antar sesama perempuan, dan menciptakan pariwisata berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aghazamani, Y., & Hunt, C. A. (2017). Empowerment in tourism: A review of peer-reviewed literature. *Tourism Review International*, 21(4), 333–346. <https://doi.org/10.3727/154427217X15094520591321>
- Apituley, L. G. F., & Eddyono, S. W. (2022). Women and Violence In Hibualamo Traditions (An Analysis of Restorative Justice in Resolving Cases of Domestic Violence). *Sasi*, 28(3), 369. <https://doi.org/10.47268/sasi.v28i3.972>
- Daher, M., Rosati, A., & Jaramillo, A. (2022). Saving as a Path for Female Empowerment and Entrepreneurship in Rural Peru. *Progress in Development Studies*, 22(1), 32–55. <https://doi.org/10.1177/14649934211035219>
- De Clercq, D., & Brieger, S. A. (2022). When Discrimination is Worse, Autonomy is Key: How Women Entrepreneurs Leverage Job Autonomy Resources to Find Work–Life Balance. In *Journal of Business Ethics* (Vol. 177, Issue 3). <https://doi.org/10.1007/s10551-021-04735-1>

Moswete, N., & Lacey, G. (2015). “Women cannot lead”: empowering women through cultural tourism in Botswana. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), 600–617. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.986488>

Slathia, P. S., Paul, N., & Nain, M. S. (2015). *J&K(socio eco empowerment)*. 51(3).

St-Arnaud, L., & Giguère, É. (2018). Women entrepreneurs, individual and collective work–family interface strategies and emancipation. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 10(4), 198–223. <https://doi.org/10.1108/IJGE-09-2017-0058>