

INTISARI

Penelitian ini mengeksplorasi fenomena perempuan wirausaha dalam industri fesyen muslim di Indonesia yang memproyeksikan pertumbuhan global mencapai \$428 miliar pada 2027. Dilaksanakan pada bulan Februari hingga Maret 2025 di berbagai wilayah termasuk Jawa, Bali, dan Jakarta. Studi ini melibatkan sepuluh perempuan wirausaha berusia 24-33 tahun dengan beragam latar belakang.

Signifikansi penelitian terletak pada posisi Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar dunia yang memiliki potensi besar dalam pasar fesyen muslim, namun kontribusi perempuan belum optimal dengan hanya 14% merek fesyen besar dipimpin perempuan. Melalui pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam, penelitian menganalisis motivasi menggunakan kerangka proses pemberdayaan yang terdiri dari empat dimensi kekuasaan dan mengidentifikasi peluang serta tantangan dengan kerangka *5M* yaitu uang, peran sebagai ibu, manajemen, pasar, dan lingkungan makro atau meso.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa motivasi perempuan wirausaha bersumber dari warisan kewirausahaan keluarga, aspirasi personal-spiritual, dan keinginan menciptakan dampak sosial-ekonomi; peluang perempuan wirausaha meliputi dukungan keluarga, digitalisasi dan jejaring, serta pergeseran norma gender; serta tantangan perempuan wirausaha mencakup keterbatasan modal formal, kompleksitas manajemen sumber daya manusia dan waktu, serta konflik identitas. Temuan utama mengungkap interaksi dinamis antara ketiga aspek tersebut yang dibingkai oleh nilai-nilai spiritual dan identitas keislaman, keluarga, dan digitalisasi, serta menghasilkan transformasi sosial-ekonomi dan redefinisi gender. Spiritualitas berperan sebagai modal unik dalam kewirausahaan perempuan Muslim, di mana nilai-nilai keislaman tidak hanya membentuk produk tetapi menjadi fondasi etis praktik bisnis. Kontribusi penelitian ini memperkaya teori kewirausahaan dengan dimensi spiritual dan menawarkan kerangka analitis baru untuk memahami interaksi dinamis antara motivasi, peluang, dan tantangan dalam ekosistem kewirausahaan perempuan.

Kata kunci: kewirausahaan perempuan, fesyen muslim, pemberdayaan, modal spiritual, kerangka *5M*.

ABSTRACT

This study explores the phenomenon of female entrepreneurs in the Muslim fashion industry in Indonesia, which is projected to grow globally to \$428 billion by 2027. It was conducted from February to March 2025 in various regions including Java, Bali, and Jakarta. The study involved ten female entrepreneurs aged 24-33 years with diverse backgrounds.

The significance of the study lies in Indonesia's position as a country with the largest Muslim population in the world that has great potential in the Muslim fashion market, but women's contributions have not been optimal with only 14% of major fashion brands being led by women. Through a qualitative approach with in-depth interviews, the study analyzed motivation using an empowerment process framework consisting of four dimensions of power and identified opportunities and challenges with the 5M framework, namely money, motherhood, management, market, and macro or meso environment.

From this study, it is known that the motivation of female entrepreneurs comes from the legacy of family entrepreneurship, personal-spiritual aspirations, and the desire to create socio-economic impact; opportunities for female entrepreneurs include family support, digitalization and networking, and shifting gender norms; and challenges for female entrepreneurs include limited formal capital, the complexity of human resource and time management, and identity conflicts. The main findings reveal the dynamic interaction between the three aspects framed by spiritual values and Islamic identity, family, and digitalization, resulting in socio-economic transformation and gender redefinition. Spirituality acts as a unique capital in Muslim women's entrepreneurship, where Islamic values not only shape products but become the ethical foundation of business practices. The contribution of this study enriches entrepreneurship theory with a spiritual dimension and offers a new analytical framework to understand the dynamic interaction between motivations, opportunities, and challenges in the women's entrepreneurship ecosystem.

Keywords: women's entrepreneurship, muslim fashion, empowerment, spiritual capital, 5M framework