



## Peran Budaya Lokal Bugis-Makassar dalam Membangun Mindset Kewirausahaan bagi UMKM Kota Makassar

<sup>1</sup>Ayu Indira Sangaji\*, <sup>2</sup>Wahira

<sup>1,2</sup> Universitas Negeri Makassar

Emai: [ayuindira@student.unm.ac.id](mailto:ayuindira@student.unm.ac.id)<sup>1</sup>, [wahira@unm.ac.id](mailto:wahira@unm.ac.id)<sup>2</sup>

\*Corresponding author: [ayuindira@student.unm.ac.id](mailto:ayuindira@student.unm.ac.id)

### ABSTRAK

Budaya lokal memiliki peranan krusial dalam membentuk cara berpikir, motivasi, dan strategi ekonomi masyarakat. Artikel ini mengkaji peran budaya Bugis-Makassar dalam membentuk mindset kewirausahaan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Makassar. Fokus penelitian diarahkan pada nilai-nilai kultural seperti 'siri' na pacce, 'reso', keberanian, serta jaringan kekerabatan yang menjadi ciri khas masyarakat Bugis-Makassar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara mendalam, observasi, serta dokumentasi terhadap pelaku UMKM dari berbagai sektor ekonomi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya Bugis-Makassar berperan signifikan dalam membentuk habitus kewirausahaan berupa etos kerja tinggi, keberanian mengambil risiko, dan orientasi pada kehormatan serta tanggung jawab sosial. Namun, nilai budaya tertentu juga berdampak pada hambatan inovasi dan adaptasi pasar. Penelitian ini memberikan rekomendasi agar program pengembangan UMKM mengintegrasikan pendekatan responsif budaya untuk menciptakan ekosistem kewirausahaan yang lebih adaptif, inklusif, dan berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Budaya Bugis-Makassar, UMKM, mindset kewirausahaan, habitus, modal budaya

### ABSTRACT

*Mappatabe Local culture plays a crucial role in shaping people's ways of thinking, motivation, and economic strategies. This article examines the role of Bugis-Makassar culture in shaping the entrepreneurial mindset of Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM) in Makassar City. The study focuses on cultural values such as 'siri' na pacce, 'reso', courage, and kinship networks that characterize Bugis-Makassar society. This research employs a descriptive qualitative approach using in-depth interviews, observations, and documentation involving MSME actors across various economic sectors. The findings indicate that Bugis-Makassar culture significantly contributes to the development of entrepreneurial habitus, reflected in a strong work ethic, risk-taking courage, and an orientation toward honor and social responsibility. However, certain cultural values also create barriers to innovation and market adaptation. The study recommends that MSME development programs integrate culturally responsive approaches to build an entrepreneurial ecosystem that is more adaptive, inclusive, and sustainable.*

**Keywords:** Bugis-Makassar culture, UMKM, entrepreneurial mindset, habitus, cultural capital

### 1. PENDAHULUAN

Kota Makassar merupakan salah satu pusat pertumbuhan ekonomi di kawasan Indonesia Timur yang memiliki posisi strategis sebagai pintu gerbang perdagangan, jasa, pendidikan, dan industri. Pertumbuhan UMKM di Makassar semakin meningkat seiring dengan kebijakan pemerintah daerah yang mendorong digitalisasi UMKM, perluasan akses pembiayaan, dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia. Namun demikian, dinamika UMKM tidak hanya ditentukan oleh faktor ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor sosiokultural yang membentuk pola pikir dan perilaku usaha masyarakat. Masyarakat Bugis-Makassar hidup dengan nilai budaya kuat yang diwariskan secara turun-temurun. Identitas budaya tersebut mencakup nilai 'siri' na pacce, etos 'reso', keberanian atau warani, loyalitas keluarga, dan solidaritas sosial. Nilai-nilai tersebut bukan hanya simbol moral, tetapi juga modal sosial yang mempengaruhi praktik kehidupan sehari-hari, termasuk aktivitas ekonomi dan kewirausahaan. Dalam konteks UMKM, budaya lokal dapat memperkuat motivasi usaha, menggerakkan kreativitas, serta membangun ketahanan dalam menghadapi tantangan bisnis. Mindset kewirausahaan tidak hanya dipahami sebagai kemampuan teknis atau manajerial, tetapi sebuah pola pikir yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial tempat seseorang dibesarkan. Oleh karena itu, memahami budaya lokal menjadi langkah penting untuk melihat bagaimana

pelaku UMKM di Makassar menjalankan usaha, mengambil keputusan, membangun jejaring, serta beradaptasi terhadap perubahan pasar. Selain itu, perkembangan ekonomi Makassar juga menunjukkan bahwa UMKM bukan sekadar unit ekonomi berskala kecil, tetapi merupakan representasi dari praktik sosial-budaya masyarakatnya. Banyak pelaku UMKM melibatkan anggota keluarga, mengandalkan jaringan kekerabatan, serta memanfaatkan reputasi keluarga sebagai modal kepercayaan dalam mengembangkan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa kewirausahaan di Makassar tidak berdiri sebagai entitas ekonomi yang terpisah dari budaya, melainkan tumbuh dalam suatu ruang sosial yang sarat nilai, norma, dan identitas lokal.

Perubahan lanskap bisnis, terutama akibat digitalisasi dan globalisasi, semakin menegaskan pentingnya memahami peran budaya lokal. Pelaku UMKM Makassar kini menghadapi persaingan yang lebih ketat, tidak hanya di tingkat regional, tetapi juga nasional dan global. Kondisi ini menuntut adaptasi cepat, inovasi, dan penguatan daya saing. Namun demikian, banyak pelaku UMKM yang tetap berpegang pada nilai dan prinsip budaya leluhur dalam menjalankan usaha. Perpaduan antara nilai tradisional dan tuntutan modernitas inilah yang menciptakan pola kewirausahaan khas masyarakat Bugis-Makassar.

Nilai 'siri' na pacce, misalnya, memunculkan dorongan kuat untuk mempertahankan harga diri dan kehormatan keluarga melalui keberhasilan usaha. Pelaku UMKM merasa berkewajiban menjaga kualitas produk, tidak mengecewakan pelanggan, serta mempertahankan reputasi sebagai pengusaha yang amanah. Nilai 'reso' menanamkan prinsip kerja keras, daya juang, dan ketangguhan menghadapi kesulitan—yang sangat relevan dalam menjalankan UMKM di era persaingan ketat. Selain itu, budaya Bugis-Makassar juga dikenal dengan tradisi merantau yang melahirkan karakter adaptif dan fleksibel dalam menghadapi lingkungan baru. Mobilitas sosial dan geografis yang tinggi ini menjadikan masyarakat Bugis-Makassar terbiasa melihat peluang, membangun jaringan, dan berani mengambil risiko. Karakter tersebut sejalan dengan konsep entrepreneurial mindset dalam literatur kewirausahaan modern. Sebaliknya, dalam banyak konteks budaya, terdapat pula nilai-nilai yang membatasi inovasi dan perubahan. Misalnya, struktur usaha berbasis keluarga yang kuat kadang menghambat profesionalisasi manajemen, pembagian peran, atau pengambilan keputusan berbasis analisis pasar. Dalam beberapa kasus, pola komunikasi berbasis senioritas atau penghormatan berlebihan terhadap pendapat orang tua menyebabkan proses adaptasi digital berjalan lebih lambat. Hal ini menunjukkan bahwa budaya dapat berfungsi sebagai kekuatan pendorong sekaligus penghambat dalam perkembangan kewirausahaan UMKM.

Dari perspektif sosiologis, hubungan antara budaya dan kewirausahaan dapat dipahami melalui teori-teori besar seperti habitus Pierre Bourdieu, etika kerja Max Weber, serta interaksi simbolik. Bourdieu menekankan bahwa habitus terbentuk melalui pengalaman hidup yang berlangsung lama dalam suatu struktur budaya tertentu. Dalam konteks ini, pelaku UMKM Bugis-Makassar membawa habitus yang sarat nilai 'siri', 'reso', dan jaringan keluarga dalam aktivitas wirausaha. Weber menunjukkan bagaimana nilai budaya menghasilkan etos ekonomi tertentu, seperti etika kerja yang mendorong rasionalitas dan produktivitas. Sementara itu, perspektif interaksi simbolik menyoroti bagaimana makna dan simbol budaya seperti sipakatau, sipakalebbi, dan sipakainge membentuk praktik bisnis sehari-hari.

Penelitian mengenai UMKM di Indonesia selama ini lebih banyak menitikberatkan pada isu ekonomi, akses permodalan, digitalisasi, pemasaran, dan manajemen. Padahal, budaya memiliki peranan fundamental dalam memengaruhi praktik bisnis, motivasi, daya tahan, dan cara pelaku usaha menafsirkan peluang pasar. Dimensi budaya Bugis-Makassar terutama nilai 'siri', jaringan kekerabatan, dan etos kerja 'reso' merupakan faktor yang patut diteliti secara lebih mendalam untuk memahami bagaimana pelaku UMKM di Makassar membangun usaha dan membentuk mindset kewirausahaan.

Penelitian ini menjadi relevan karena berupaya menjembatani kesenjangan tersebut. Dengan mengkaji budaya lokal sebagai bagian penting dari konstruksi mindset kewirausahaan, tulisan ini tidak hanya mengisi kekosongan literatur, tetapi juga memberikan kontribusi dalam pemahaman mengenai pengembangan UMKM berbasis budaya. Temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah, lembaga pemberdayaan UMKM, komunitas bisnis, dan akademisi dalam merancang program pengembangan UMKM yang lebih sensitif budaya.

Di samping itu, analisis mengenai budaya Bugis-Makassar dalam konteks kewirausahaan juga memiliki implikasi luas terhadap pengembangan ekosistem ekonomi lokal. Pendekatan yang responsif budaya dapat meningkatkan efektivitas pelatihan, penyuluhan, dan pendampingan bisnis. Misalnya, pelatihan kewirausahaan yang mengintegrasikan nilai 'siri' na pacce dapat lebih mudah diterima masyarakat karena sejalan dengan identitas budaya mereka. Program peningkatan kapasitas yang memanfaatkan modal sosial berbasis kekerabatan juga cenderung memiliki tingkat keberhasilan tinggi karena sesuai dengan cara masyarakat membangun kepercayaan.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menjelaskan hubungan budaya dan kewirausahaan, tetapi juga memberikan dasar konseptual bagi model pengembangan UMKM yang lebih kontekstual, partisipatif,

dan berkelanjutan. Pada akhirnya, pemahaman mendalam mengenai nilai-nilai budaya Bugis-Makassar dapat menjadi fondasi penting dalam menciptakan ekosistem UMKM yang lebih kuat, adaptif, dan kompetitif di tingkat lokal, nasional, maupun global.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami pengalaman, perspektif, dan nilai-nilai budaya pelaku UMKM. Penelitian dilakukan di Kota Makassar, khususnya wilayah dengan konsentrasi UMKM tinggi seperti Panakkukang, Rappocini, Tamalanrea, dan Ujung Pandang. Subjek penelitian meliputi pelaku UMKM sektor kuliner, fashion, kerajinan, dan jasa. Teknik pengumpulan data dilakukan secara wawancara mendalam dengan 20 pelaku UMKM, observasi langsung terhadap proses produksi dan pemasaran, dokumentasi berupa foto kegiatan, catatan usaha, dan materi promosi. Serta Analisis dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Budaya lokal Bugis-Makassar memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap karakter masyarakatnya, termasuk dalam hal membentuk pola pikir kewirausahaan. Kota Makassar sebagai pusat ekonomi di kawasan timur Indonesia merupakan ruang sosial budaya yang tidak dapat dilepaskan dari nilai-nilai khas masyarakat Bugis-Makassar. Nilai-nilai seperti *siri' na pacce, reso', lempu', getteng*, serta prinsip *sipakatau, sipakalebbi*, dan *sipakainge*, tidak hanya berfungsi sebagai pedoman moral, tetapi juga menjadi fondasi dalam membentuk habitus kewirausahaan yang tangguh, beretika, dan kompetitif. Dalam konteks UMKM, nilai-nilai budaya tersebut mampu menjadi motor penggerak dalam membangun mindset yang adaptif, inovatif, dan berdaya saing.

Secara sosiologis, mindset kewirausahaan bukanlah sesuatu yang lahir secara tiba-tiba, melainkan merupakan hasil internalisasi nilai dan norma yang berlangsung dalam waktu lama, serta dipengaruhi oleh pengalaman, interaksi sosial, dan struktur budaya yang hidup dalam masyarakat. Dari perspektif Pierre Bourdieu, budaya membentuk habitus, yakni pola pikir dan kecenderungan bertindak yang sudah tertanam dalam diri seseorang dan mempengaruhi cara mereka melihat peluang, mengelola usaha, serta menghadapi risiko. Habitus masyarakat Bugis-Makassar yang terbentuk dari sejarah panjang perdagangan, migrasi, pelayaran, dan interaksi lintas-budaya menjadikan masyarakatnya memiliki karakter kuat dalam dunia usaha. Keberanian mengambil risiko, mobilitas tinggi, kemampuan membaca peluang, serta daya adaptasi terhadap lingkungan baru, menjadi bagian dari identitas budaya yang terus diwariskan hingga sekarang. Banyak keluarga Bugis-Makassar yang secara turun-temurun telah berkecimpung dalam kegiatan perdagangan, perantauan, dan usaha mandiri, sehingga kewirausahaan telah menjadi bagian dari tradisi sosial mereka.

Nilai *siri'* berperan besar dalam membentuk rasa tanggung jawab dan motivasi pelaku UMKM untuk menjaga kualitas usaha. Pelaku usaha merasa malu jika dianggap gagal atau tidak mampu memberikan pelayanan terbaik. Nilai ini mendorong mereka terus memperbaiki layanan dan tetap bertahan meski menghadapi tantangan. Nilai *reso'* memunculkan pola pikir pantang menyerah. Beberapa pelaku UMKM menyatakan bahwa mereka belajar bekerja keras sejak kecil melalui tradisi keluarga, seperti membantu orang tua berdagang atau bekerja di laut. Kebiasaan ini membentuk habitus ulet dan gigih dalam usaha.

Nilai budaya lainnya seperti *lempu'* (kejujuran), *ada tongeng* (berkata benar), dan *getteng* (ketegasan), juga membentuk karakter pengusaha yang dapat dipercaya. Dalam praktik kewirausahaan, kejujuran bukan hanya untuk meraih simpati pelanggan, tetapi juga untuk menjaga hubungan jangka panjang dengan mitra usaha. Ketegasan dalam mengambil keputusan dan konsistensi dalam menjalankan usaha membuat UMKM Makassar dikenal memiliki stabilitas manajerial meski sebagian besar masih dikelola secara tradisional. Nilai-nilai ini mendorong pelaku usaha untuk menjalankan bisnis secara profesional meskipun struktur organisasinya masih berbasis keluarga.

Lebih jauh, prinsip *sipakatau, sipakalebbi*, dan *sipakainge* memperkuat modal sosial dalam dunia usaha. Ketiga nilai ini mengarahkan masyarakat Bugis-Makassar untuk saling menghormati, saling memuliakan, dan saling mengingatkan. Dalam konteks UMKM, nilai-nilai tersebut memengaruhi cara pelaku usaha membangun relasi bisnis — baik dengan pelanggan, pemasok, maupun sesama pengusaha. Pelayanan yang ramah, sikap menghargai pelanggan, serta komunikasi yang sopan dan egaliter menjadi faktor penting yang membuat UMKM Makassar memiliki tingkat loyalitas konsumen yang tinggi. Nilai *sipakainge* juga

memfasilitasi perbaikan berkelanjutan karena pelaku usaha terbuka terhadap kritik dan masukan dari pelanggan maupun komunitas.

Selain nilai-nilai tersebut, tradisi merantau yang melekat pada masyarakat Bugis–Makassar melahirkan semangat adaptasi dan keberanian mengambil risiko. Banyak pengusaha Makassar yang sukses di luar daerah bahkan di luar negeri. Tradisi merantau membentuk karakter mental yang tangguh, kemampuan untuk bertahan di lingkungan baru, dan kecakapan dalam membangun jejaring. Hal ini juga tercermin pada pelaku UMKM Makassar yang berani membuka cabang di daerah lain, menjual produk melalui platform digital, atau memperluas pasar ke tingkat nasional. Dalam dunia global yang menuntut kreativitas dan mobilitas tinggi, nilai-nilai budaya tersebut memberikan keunggulan tersendiri bagi UMKM Makassar.

Dalam praktik kesehariannya, nilai budaya ini tampak dalam berbagai bentuk. Banyak UMKM di Makassar beroperasi dalam struktur keluarga besar. Pola ini mempermudah akses modal melalui pinjaman keluarga serta menciptakan kepercayaan antar anggota dalam mengelola usaha. Meski demikian, pola bisnis keluarga juga menimbulkan tantangan, terutama ketika usaha berkembang dan membutuhkan pembagian kerja profesional. Namun demikian, modal sosial berbasis keluarga ini tetap menjadi ciri kuat UMKM Makassar. Dalam proses negosiasi dan interaksi bisnis, gaya komunikasi Bugis–Makassar yang tegas tetapi penuh penghargaan tampak sangat dominan. Reputasi keluarga dan kepercayaan menjadi faktor penting dalam memilih pemasok, mitra bisnis, hingga pelanggan tetap.

Identitas budaya juga banyak dimanfaatkan dalam strategi branding. Banyak UMKM memadukan unsur budaya Bugis–Makassar dalam desain produk, nama usaha, hingga cerita merek (brand storytelling). Misalnya pada industri kuliner seperti coto, konro, pallubasa, jalangkote, barongko, dan berbagai makanan tradisional lain yang telah menjadi ikon kota. Pada sektor fashion, tenunan lipa sabbe dan motif ukkiri menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan dan pasar nasional. Branding berbasis budaya tidak hanya menambah nilai estetika, tetapi juga menjadi alat untuk memasarkan identitas lokal ke pasar yang lebih luas.

Perempuan Bugis–Makassar juga memainkan peran besar dalam dunia UMKM. Dalam banyak keluarga, perempuan menjadi penggerak ekonomi melalui usaha kuliner, jahit-menjahit, kerajinan tangan, hingga perdagangan kecil. Nilai *siri'* membuat banyak perempuan merasa memiliki tanggung jawab moral untuk berkontribusi kepada keluarga, sementara nilai *pacce* mendorong mereka untuk terus bekerja meskipun menghadapi keterbatasan. Kekuatan perempuan dalam UMKM tidak hanya meningkatkan pendapatan keluarga, tetapi juga memperkuat ekonomi lokal secara keseluruhan.

Masuknya era digital dan globalisasi memberikan tantangan sekaligus peluang baru bagi UMKM Makassar. Di satu sisi, pelaku usaha dituntut untuk menguasai teknologi, menggunakan media sosial untuk pemasaran, serta memahami strategi branding yang modern. Namun di sisi lain, mereka tetap mempertahankan nilai-nilai budaya lokal sebagai landasan etika bisnis. Kewirausahaan di Makassar saat ini berkembang dalam bentuk *hybrid mindset*, yakni perpaduan antara nilai tradisional dengan inovasi modern. Pelaku UMKM tetap menjunjung etos kerja *reso'*, tetapi juga mulai mengadopsi strategi pemasaran digital. Mereka menjaga kejujuran (*lempu'*) dalam produk, tetapi juga belajar packaging yang menarik dan profesional. Dengan demikian, budaya lokal tidak memudar, melainkan bertransformasi mengikuti perubahan zaman.

Pengaruh budaya dalam perubahan mindset ini terlihat pada bagaimana pelaku UMKM menjalani bisnis mereka dengan lebih terbuka, kreatif, dan berorientasi pada kualitas. Konflik antara nilai tradisional dan tuntutan modern kadang muncul, misalnya dalam pembagian peran keluarga dalam usaha, pengambilan keputusan bisnis yang berbasis pertimbangan adat, atau keengganan untuk melakukan inovasi karena takut melanggar tradisi. Namun banyak UMKM yang akhirnya mampu beradaptasi dengan menggabungkan nilai budaya dan logika bisnis.

Melihat betapa kuatnya peran budaya dalam pembentukan mindset kewirausahaan, maka strategi pengembangan UMKM di Makassar sebaiknya tidak hanya fokus pada bantuan teknis dan permodalan. Pelatihan pemberdayaan UMKM juga perlu memasukkan unsur pendidikan budaya, seperti pentingnya *siri' na pacce*, etika bisnis ala Bugis–Makassar, prinsip *sipakatau*, dan pentingnya resiliensi. Dengan demikian, pengembangan UMKM tidak hanya bertujuan meningkatkan pendapatan, tetapi juga menjaga kelestarian budaya lokal sebagai kekuatan sosial.

Pada akhirnya, budaya lokal Bugis–Makassar menjadi modal penting dalam membangun mindset kewirausahaan yang kuat, beretika, adaptif, dan berdaya saing. Nilai-nilai budaya tidak hanya menjadi identitas, tetapi juga menjadi energi sosial yang mendorong UMKM Makassar untuk berkembang dan bertahan dalam dinamika ekonomi modern. Ketika nilai budaya ini dipadukan dengan inovasi dan dukungan kebijakan yang tepat, UMKM Makassar akan memiliki fondasi kokoh untuk tumbuh sebagai kekuatan ekonomi yang berkelanjutan, berdaya saing tinggi, dan mampu mengangkat martabat budaya Bugis–Makassar ke kancan nasional maupun global.

Jaringan kekerabatan dalam budaya Bugis-Makassar memberikan keuntungan signifikan bagi UMKM. Jaringan ini membantu dalam:

- a. akses modal informal,
- b. promosi berbasis rekomendasi,
- c. dukungan moral ketika menghadapi masalah,
- d. kolaborasi usaha antar keluarga atau komunitas.

Modal sosial menjadi aset penting yang memperkuat ketahanan UMKM, terutama pada saat krisis ekonomi atau pandemi.

Weber menjelaskan bahwa tindakan ekonomi dipengaruhi oleh nilai budaya dan etika kerja. Dalam konteks Bugis-Makassar, etika kerja seperti reso, getteng, dan komitmen pada siri' merupakan bentuk tindakan berorientasi nilai (*wertrational*). Pelaku UMKM bekerja bukan hanya untuk keuntungan ekonomi, tetapi untuk menjaga kehormatan keluarga, reputasi bisnis, dan martabat sebagai orang Bugis-Makassar. Hal ini memperlihatkan bahwa kewirausahaan di Makassar memiliki unsur rasionalitas nilai dan bukan semata rasionalitas instrumental. Nilai-nilai ini menjadi *spirit* kewirausahaan dalam masyarakat urban Bugis-Makassar, mirip dengan tesis Weber mengenai etika Protestan.

Interaksionisme simbolik menekankan bahwa tindakan sosial bergantung pada makna yang dibangun melalui interaksi. Nilai sipakatau (saling memanusiakan), misalnya, tidak hanya norma tetapi simbol interaksi yang memberi arah pada pelayanan pelanggan dan hubungan bisnis. Pelaku UMKM membangun makna tertentu tentang: layanan baik, kepercayaan, hubungan dagang yang bermartabat melalui interaksi sehari-hari dengan pelanggan, komunitas, dan mitra bisnis. Makna tersebut membentuk identitas usaha dan praktik ekonomi yang lebih humanis.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Budaya lokal Bugis-Makassar memiliki peran yang sangat signifikan dalam membentuk mindset kewirausahaan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Makassar. Nilai-nilai kultural seperti siri' na pacce, reso', warani, lempu', dan getteng tidak hanya menjadi pedoman moral, tetapi juga berfungsi sebagai modal budaya dan modal sosial yang menggerakkan praktik kewirausahaan masyarakat. Melalui internalisasi nilai-nilai tersebut sejak masa kanak-kanak hingga dewasa, pelaku UMKM membentuk habitus yang kuat, etos kerja yang tinggi, serta orientasi pada tanggung jawab sosial dan kehormatan keluarga. Temuan penelitian ini menegaskan bahwa budaya lokal merupakan fondasi penting yang menentukan cara pelaku UMKM berpikir, bertindak, mengambil keputusan, serta beradaptasi dengan dinamika ekonomi modern.

Keberhasilan UMKM di Makassar juga sangat dipengaruhi oleh modal sosial, terutama jaringan kekerabatan dan hubungan komunitas. Lingkungan sosial Bugis-Makassar yang berbasis keluarga besar memberikan dukungan berupa akses modal informal, tenaga kerja keluarga, jaringan pemasaran, hingga rekomendasi bisnis. Modal sosial ini memperkuat ketahanan UMKM dalam kondisi ekonomi sulit seperti krisis atau pandemi. Jaringan kekerabatan berfungsi sebagai sumber daya yang tidak hanya ekonomis, tetapi juga emosional dan moral, sehingga pelaku usaha memiliki sistem pendukung yang kuat dalam menghadapi tekanan usaha.

Dari perspektif teoritik, temuan penelitian ini menguatkan konsep habitus Pierre Bourdieu. Habitus kewirausahaan pelaku UMKM di Makassar dibentuk oleh sejarah perdagangan, migrasi, interaksi budaya, serta nilai-nilai moral yang telah lama hidup dalam masyarakat. Habitus tersebut memungkinkan pelaku usaha untuk memiliki disposisi tertentu, seperti keberanian mengambil risiko, keuletan, orientasi jangka panjang, serta kemampuan adaptasi. Dalam banyak kasus, pelaku UMKM tidak memisahkan antara nilai budaya dan praktik bisnis; keduanya menyatu menjadi pola pikir dan strategi usaha yang khas.

Selain itu, temuan ini juga selaras dengan gagasan Max Weber tentang etika kerja yang berorientasi nilai (*wertrational*). Pelaku UMKM Bugis-Makassar bekerja bukan hanya untuk keuntungan material, tetapi juga untuk menjaga kehormatan, reputasi keluarga, dan nilai sosial. Tindakan ekonomi mereka didorong oleh rasionalitas nilai—bukan sekadar rasionalitas instrumental. Hal ini menegaskan bahwa ekonomi lokal di Makassar bergerak berdasarkan kombinasi antara nilai-nilai tradisional dan motivasi modern.

Dalam perspektif interaksionisme simbolik, nilai sipakatau, sipakalebbi, dan sipakainge menjadi simbol interaksi yang memberi arah pada pelayanan pelanggan dan hubungan bisnis. Pelaku UMKM membangun makna tertentu tentang layanan baik, kepercayaan, dan hubungan dagang yang bermartabat melalui interaksi sehari-hari. Makna-makna tersebut kemudian membentuk identitas bisnis yang unik dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, praktik kewirausahaan tidak hanya berupa tindakan ekonomi, tetapi juga proses pembentukan makna sosial.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa budaya lokal Bugis-Makassar bukan hanya identitas, tetapi juga energi sosial yang mampu mendorong dan mempertahankan UMKM dalam menghadapi dinamika ekonomi modern. Ketika nilai tradisional dipadukan dengan inovasi dan kebijakan pemerintah yang mendukung, UMKM Makassar berpotensi berkembang sebagai kekuatan ekonomi yang lebih tangguh, adaptif, inklusif, dan berkelanjutan. Budaya lokal memberikan fondasi moral, modal sosial, dan arah tindakan bagi pelaku UMKM untuk terus berkembang, sekaligus menjaga martabat dan identitas budaya Bugis-Makassar di era globalisasi.

## REFERENSI

- Hidayat, R., & Ali, S. (2021). Budaya siri' dalam dinamika ekonomi masyarakat Bugis-Makassar. *Jurnal Masyarakat dan Budaya*.
- Ismail, A., & Tahir, T. (2020). Peran modal sosial masyarakat Bugis dalam pengembangan UMKM. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*.
- Jamaluddin, J., & Arsyad, M. (2022). Etika bisnis masyarakat Bugis-Makassar dalam praktik kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Indonesia*.
- Kaelan, M. (2021). Kearifan lokal siri' na pacce dan implikasinya terhadap etos kerja masyarakat Sulawesi Selatan. *Jurnal Filsafat Nusantara*.
- Mahmud, A., & Rahman, M. (2023). Tantangan UMKM di era digital dan transformasi budaya lokal. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2019). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.
- Muslim, S., & Sari, R. (2020). Nilai siri' na pacce dalam membangun karakter wirausaha masyarakat Bugis-Makassar. *Jurnal Sosiologi Pendidikan Humanis*.
- Nur, F., & Idris, M. (2022). Kekuatan jaringan kekerabatan Bugis-Makassar dalam penguatan UMKM. *Jurnal Sosiologi Walasaji*.
- Rochman, M. (2021). Modal sosial dan ketahanan UMKM pada masa pandemi. *Jurnal Pembangunan Daerah*.
- Said, N., & Rahim, A. (2020). Nilai etika kerja Bugis dalam praktik ekonomi modern. *Jurnal Antropologi Indonesia*.
- Salman, D. (2021). Identitas budaya dan dinamika ekonomi masyarakat Bugis-Makassar. *Jurnal Studi Timur Indonesia*.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2015). *Basics of Qualitative Research*. SAGE Publications.
- Weber, M. (2002). *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. Routledge. (Karya klasik pendukung teori etika kerja)
- Yunus, H., & Amri, S. (2023). Kewirausahaan berbasis budaya lokal sebagai strategi penguatan UMKM. *Jurnal Ekonomi Kerakyatan*.