



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji implikasi gender dalam karakter kepemimpinan dan *MCS (Management Control System)* pada bisnis *fashion*. Penelitian ini dilakukan terhadap distributor *brand fashion* AB asal luar negeri, yaitu PT XYZ dan satu outlet *fashion* AB di *mall* dengan menggunakan metode penelitian kualitatif.

Penelitian ini dilatarbelakangi karena adanya bias gender yang berkembang dalam masyarakat. Penelitian terdahulu banyak membahas hubungan langsung antara gender dan *leadership*, tetapi hubungan langsung antara gender, *leadership*, dan *MCS (Management Control System)* itu sendiri masih belum dibahas secara spesifik. Oleh karena itu, penulis akan menganalisis implikasi gender dalam karakter kepemimpinan, dan *MCS (Management Control System)* berdasarkan pemaknaan gender karyawan dalam perusahaan dan outlet *fashion*.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh bias gender dalam pemaknaan dan penggunaan wacana gender oleh *general manager* dan seluruh karyawan PT XYZ sehingga menimbulkan batasan untuk para karyawan yang bekerja dalam perusahaan, yaitu *stereotype* bahwa pria itu harus maskulin dan wanita itu harus feminim serta adanya keterbatasan pemahaman yaitu faktor pendidikan terkait pemaknaan gender dalam perusahaan. Adanya *stereotype* gender juga mempengaruhi karakter kepemimpinan dan pengendalian dalam hal *MCS (Management Control System)* yaitu *result*, *action*, dan *cultural control*. Hasil analisis ini bertentangan dengan penelitian yang menyatakan bahwa jika seorang pemimpin wanita memiliki karakter maskulin akan direspon negatif oleh bawahannya dan kesulitan untuk duduk dalam level kepemimpinan tertinggi karena faktor keluarga tetapi sesuai dengan penelitian terkait kepemimpinan transformasional yaitu kombinasi karakter maskulin dan feminim pada seorang wanita.

Kata kunci : *Gender, Karakter Kepemimpinan, MCS (Management Control System)*