

ABSTRAK

Partisipasi perempuan di Sektor Pemasaran Afghanistan sangat rendah, pada April 2020, The Human Rights Watch (HRW) melaporkan bahwa di Afghanistan, perempuan di Sektor Pemasaran menghadapi segala bentuk diskriminasi dan pelecehan seksual. Laporan tersebut juga merinci hambatan sehari-hari yang dihadapi perempuan dan anak perempuan di salah satu negara termiskin di dunia. Indeks Diskriminasi dalam Sektor Pemasaran Afghanistan telah mengguncang kerugian hingga 70% karena terbatasnya partisipasi wanita dalam Pemasaran, ini hanya karena terbatasnya akses kedua jenis kelamin ke pendidikan, stereotip, ketidaksetaraan gender, rasisme, hambatan agama pada pria negara dominan seperti Afghanistan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tantangan manajerial yang dihadapi perempuan di sektor pemasaran di negara dengan budaya dominan laki-laki seperti Afghanistan. Di Afghanistan, laki-laki lebih defensif dan lebih bersifat patriarki ketika membuat keputusan dan praktik organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui situasi nyata yang menjadikan budaya dominan laki-laki sebagai tantangan manajerial yang dihadapi perempuan di Afghanistan. Selain itu, akibat dari budaya patriarki tersebut menyebabkan kompleks inferioritas pekerjaan, bias, diskriminasi, ketidaksetaraan dan ketidakseimbangan gender pekerjaan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode inkuiri fenomenologis untuk mengungkap pengalaman hidup perempuan dalam menduduki posisi puncak pemasaran dan manajerial, dimana diwawancarai oleh 30 informan yang merupakan praktisi di berbagai posisi pemasaran dan manajemen lainnya. Lebih jauh lagi, pekerjaan manajerial dan pemasaran di Afghanistan bersifat diskriminatif terhadap perempuan. Namun, situasi saat ini dominasi laki-laki dalam otoritas manajerial tinggi telah berubah meskipun laki-laki masih bersikap dingin.

Kata kunci: Budaya dominan laki-laki; Tantangan karir; Pemasar Wanita; Pemimpin; Manajer; Pemasaran; Afganistan