

Peran Kewirausahaan pada Ibu Rumah Tangga melalui Ekonomi Kreatif Sub-Sektor Fesyen dalam Upaya Menciptakan Lapangan Kerja di Tangerang Selatan

Askardiya Mirza Gayatri^{1*}, Muzdalifah²

^{1,2}Universitas Indraprasta PGRI

*mirzagayatri@yahoo.com

Article History:

Received: 29 Jan 2026

Revised: 10 Feb 2026

Accepted: 13 Feb 2026

Keywords: kewirausahaan, fesyen, lapangan kerja

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk mengaplikasikan pengetahuan kewirausahaan dalam upaya menciptakan lapangan kerja melalui ekonomi kreatif sub sektor fesyen pada ibu-ibu rumah tangga di Tangerang Selatan. Menggunakan metode pendekatan kualitatif, data primer dengan survei langsung pada narasumber (informan) yang berjumlah 3 (tiga) orang wanita pelaku usaha fesyen melalui wawancara, dan ditunjang dengan data sekunder berupa text book, web, dan media publikasi seperti tabloid yang relevan. Instrumen penelitian dengan pedoman wawancara, sedangkan analisis data melalui tahapan dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data diakhiri dengan simpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ibu rumah tangga mengimplikasikan pengetahuan kewirausahaan dalam menciptakan lapangan kerja di bidang fesyen sebagai salah satu sub sektor dari ekonomi kreatif. Fesyen merupakan gaya hidup, sebagai perempuan sangat memperhatikan penampilan yang sedang tren di masyarakat, sehingga menumbuhkan ide-ide kreatif dan inovatif dalam berwirausaha dari sisi produk sampai pada sistem pembayaran. Tantangan dapat diatasi dengan komunikasi yang efektif sehingga prospek bisnis yang sudah dibangun dengan baik dan kuat ke depannya akan berlanjut bahkan berencana akan mengembangkan jaringan usahanya untuk masuk ke marketplace.

Pendahuluan

Manusia diberikan kelebihan oleh sang pencipta sesuai dengan potensi yang dipunyai salah satunya kreativitas. Namun tidak semua manusia menyadari akan potensinya sehingga tidak dapat mengembangkannya baik menjadi hasil karya nyata berupa produk barang maupun jasa maupun sekedar ide atau gagasan yang mempunyai nilai manfaat dan nilai ekonomi bagi dirinya sendiri maupun orang lain.

Dalam rangka merealisasikan hal tersebut salah satunya melalui kegiatan kewirausahaan yang mana di negara kita warganya masih kurang termotivasi untuk menjadi pelaku usaha. Pada umumnya

masyarakat kita masih menginginkan menjadi karyawan atau pekerja di pemerintahan maupun swasta. Tidak hanya para lulusan perguruan tinggi namun yang berpendidikan rendahpun masih enggan untuk berwirausaha, termasuk para ibu rumah tangga. Jika dikaji dengan baik dan seksama, kewirausahaan menjadi solusi saat ini dalam menciptakan lapangan kerja sehingga akan mengurangi pengangguran.

Kewirausahaan yang wadahnya pada ekonomi kreatif hadir untuk menampung masyarakat yang memiliki produk dan ide atau gagasan kreatif. Masyarakat dapat memilih sub sektor yang sesuai dengan kemampuan atau potensinya.

Ekonomi kreatif bertumpu pada kreativitas, ide, pengetahuan, dan keterampilan sumber daya manusia dalam menghasilkan produk atau jasa yang memiliki nilai tambah ekonomi (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023).

Berdasarkan data resmi dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan laporan media nasional, sektor ekonomi kreatif Indonesia menunjukkan perkembangan signifikan dalam tiga tahun terakhir. Pada tahun 2024, kontribusi sektor ekonomi kreatif terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai Rp1.611,2 triliun, setara sekitar 7,28 % dari total PDB nasional, serta pertumbuhan mencapai 6,57 % yang lebih tinggi dibandingkan pertumbuhan ekonomi nasional secara keseluruhan. Selain itu, pada tahun 2025, sektor ekonomi kreatif berhasil menyerap sekitar 27,4 juta tenaga kerja atau 18,7 % dari total tenaga kerja nasional, dan nilai ekspor produk ekonomi kreatif mencapai sekitar US\$26,68 miliar pada periode Januari–Oktober 2025, menunjukkan peran signifikan sektor ini dalam penyerapan tenaga kerja dan ekspor nasional. (BPS, 2025; ANTARA News, 2025)

Ekonomi kreatif di Indonesia terdiri atas 17 subsektor, yaitu: pengembang permainan, kriya, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fesyen, film, animasi dan video, fotografi, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, televisi dan radio, arsitektur, serta aplikasi dan teknologi digital. Keberagaman subsektor tersebut menunjukkan bahwa ekonomi kreatif memiliki cakupan yang luas dan dapat dikembangkan pada berbagai bidang sesuai dengan potensi daerah dan sumber daya manusia yang dimiliki (Kemenparekraf, 2022). Jika dilihat dari kontribusi yang cukup besar tersebut, maka tidak akan salah jika kewirausahaan harus lebih dikembangkan di semua lapisan masyarakat

dan dari 17 subsektor ekonomi kreatif terdapat tiga sub sektor paling unggul yaitu: subsektor kuliner, fesyen, dan kriya yang memberikan kontribusi terbesar terhadap perekonomian kreatif nasional.

Salah satu sub-sektor dari ekonomi kreatif yang akan dibahas penulis adalah bidang fesyen (*fashion*), yaitu usaha kreatif yang berhubungan dengan desain pakaian, alas kaki, aksesoris, produksi pakaian serta konsultasi dan distribusi produk fesyen. Potensi industri kreatif bidang fesyen, harus dikembangkan karena industri kreatif ini dapat memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan, selain merupakan sumber devisa negara yang besar, dan menciptakan iklim bisnis yang positif, serta membangun citra serta identitas bangsa. Berbagai usaha yang dilakukan untuk menggerakkan industri ini adalah adanya arahan yang edukatif, pemberian penghargaan bagi insan yang kreatif, serta terciptanya iklim usaha yang kondusif. Persaingan industri kreatif yang kini merambah dunia fesyen dan semakin berkembang terhadap industri yang berbasis kreatif. Seperti yang kita ketahui pada bulan Juli 2022 sosial media Indonesia diramaikan dengan fenomena "*Citayam Fashion Week*". Sebutan ini untuk sebuah *fashion show* yang diadakan di sekitar Dukuh Atas Sudirman, Jakarta Pusat. Dengan adanya fenomena yang menarik perhatian masyarakat dalam berpenampilan, tentunya hal ini sangat menguntungkan bagi pelaku usaha di bidang fesyen. Gaya berpakaian yang setiap orang memiliki karakteristik dalam kesempatan yang berbeda, membuat kehadiran fesyen semakin dinanti oleh masyarakat.

Berwirausaha di bidang fesyen dirasa makin memiliki keuntungan yang menjanjikan. Maraknya bazar atau pameran di beberapa *mall* pada momen tertentu seperti ulang tahun Jakarta, Hari Kemerdekaan, menjelang Ramadhan dan

Lebaran, Natal dan tahun baru (Nataru), *mid year sale* di beberapa *mall*, juga pameran kerajinan terbesar di Asia yang diselenggarakan di JCC setiap tahunnya pada bulan Februari dan Oktober yaitu Inacraf (*Jakarta International Handicraft Trade Fair*) yang tidak hanya kerajinan saja namun juga beragam fesyen unggulan dari beberapa provinsi yang ada di Indonesia selalu dipadati pengunjung meski dikenai Harga Tiket Masuk. Selain itu gaya busana bagi pecinta drama Korea (Drakor), drama Cina (Dracin), atau drama Turki (Draki) yang melekat pada kebiasaan para ibu rumah tangga pastinya akan mengamati gaya busana pemeran dalam drama tersebut. Dengan adanya fenomena tersebut menjadikan masyarakat termotivasi untuk berwirausaha di bidang fesyen, karena secara tidak langsung produk fesyen yang ditayangkan menginspirasi masyarakat terutama para ibu rumah tangga yang mempunyai potensi dan siap untuk dikembangkan di mana hal tersebut sebagai upaya dalam menumbuhkan kesiapan untuk menjadi wirausaha.

Para ibu rumah tangga masa kini harus bisa mandiri dan meleak finansial karena perannya selain sebagai ibu dan istri, juga sebagai pengelola keuangan di rumah tangga. Penghasilan dari suami harus dikelola dengan baik supaya memenuhi kebutuhan rumah tangganya, jika dirasa kurang solusinya berwirausaha dalam hal ini pada sub sektor fesyen. Hal tersebut harus ditanamkan pada para ibu rumah tangga sebagai antisipasi jika suami kena Pemutusan Hubungan Kerja (PHK), sakit sehingga tidak bekerja, atau meninggal dunia. Oleh karena itu, peran kewirausahaan sangat diperlukan dalam memfasilitasi ibu rumah tangga dalam upaya menciptakan lapangan kerja supaya menjadi mandiri sekaligus mengembangkan potensi dan

bakat wirausaha sehingga dapat dikatakan kegiatannya sangat bermanfaat.

Manfaat dari berwirausaha menurut Thomas W. Zimmerer (2005) dalam Nugroho, Riant (2015: 8-9) dirumuskan sebagai berikut: 1) Memberi peluang dan kebebasan untuk mengendalikan nasib sendiri; 2) Memberi peluang melakukan perubahan; 3) Memberi peluang untuk mencapai potensi diri sepenuhnya; 4) Memiliki peluang untuk meraih keuntungan seoptimal mungkin; 5) Memiliki peluang untuk berperan aktif dalam masyarakat dan mendapatkan pengakuan atas usahanya; dan 6) Memiliki peluang untuk melakukan sesuatu yang disukai dan menumbuhkan rasa senang dalam mengerjakannya.

Jika dilihat dari aspek ekonomi, maka dengan berwirausaha besar perannya dalam menciptakan lapangan kerja yang mana hal tersebut sebagai salah satu solusi meminimalisir jumlah pengangguran. Hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan oleh Daryanto (2018: 60-61) salah satunya dilihat dari sudut pandang pelaku bisnis, bahwa wirausaha adalah seseorang pengusaha yang merupakan pelopor dalam bisnis, innovator, penanggung resiko yang mempunyai visi ke depan dan memiliki keunggulan dalam prestasi di bidang usaha. (pengusaha yang kreatif). Sebagai pengusaha sudah jelas menciptakan lapangan kerja seperti yang dikemukakan oleh Moko, Astamoen (2008: 99) apalagi pelaku usahanya oleh ibu-ibu rumah tangga yang dimulai dari produk yang paling dekat dengan dunianya salah satunya fesyen.

Berdasarkan paparan di atas, maka dapat dirumuskan masalahnya adalah: Bagaimana Peran Kewirausahaan bagi Ibu Rumah Tangga dalam Upaya Menciptakan Lapangan Kerja dengan Mengembangkan Ekonomi Kreatif Sub Sektor Fesyen di Tangerang Selatan?

Metode Pelaksanaan

Metode pendekatan kualitatif karena tidak menggunakan statistik, tetapi melalui pengumpulan data, analisis, kemudian diinterpretasikan. Data yang digunakan adalah data primer dengan survei langsung pada narasumber (informan) melalui wawancara, dan ditunjang dengan data sekunder berupa *text book/ e-book/* media publikasi seperti tabloid yang relevan dengan topik yang dibahas. Instrumen penelitian dengan pedoman wawancara, sedangkan analisis data melalui tahapan dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

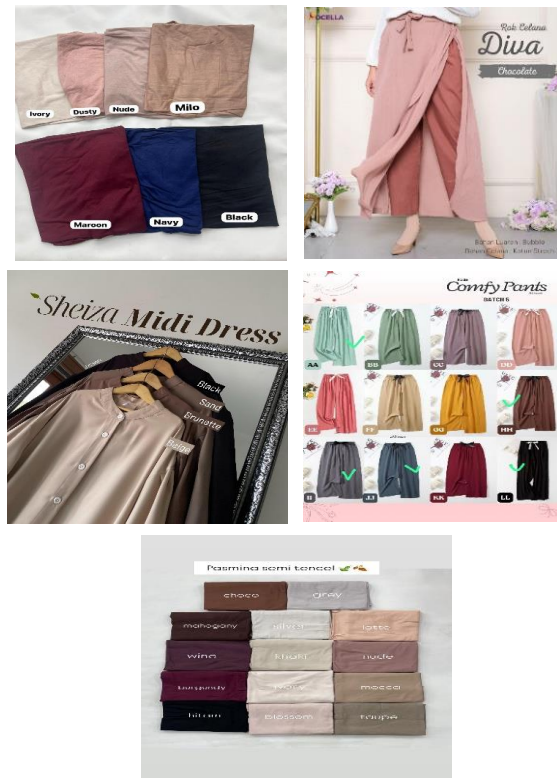
Hasil dan Pembahasan

Hasil

Banyaknya gerai pakaian yang tutup di beberapa *mall* salah satunya yang penulis ketahui yaitu seperti di Pasaraya Sarianah Jaya Blok M, meskipun tidak mewakili namun hal tersebut menunjukkan bahwa bisnis pakaian atau fesyen di *mall* daya belinya semakin hari semakin menurun karena konsumen atau calon konsumen pada umumnya hanya melihat model dan harganya untuk membandingkan dengan gerai di luar *mall*, selain itu juga sudah mulai bergeser dari penjualan langsung menjadi *online* dikarenakan biaya sewa yang tidak murah. Sebaliknya berjualan di luar *mall* seperti kaki lima, pasar tradisional dan pasar modern, pameran-pameran, bazar, dan sejenisnya justru sangat diminati oleh masyarakat selain harganya murah kualitasnya pun tidak kalah dengan yang dijual di *mall-mall*. Fenomena tersebut memunculkan istilah rojali dan rohana,

rojali rombongan jarang beli dan rohana rombongan hanya nanya. (Kontan, 4 Agustus-10 Agustus 2025). Untuk mengatasi penurunan daya beli maka pelaku usaha lebih menggenjot pada penjualan *online*. Jika tidak ada tindakan nyata dalam meningkatkan daya beli masyarakat maka

Penjualan melalui *online* yang sangat marak menginspirasi para ibu rumah tangga dalam berbisnis fesyen. Seperti yang penulis dapatkan narasumber (informan) dari wilayah Tangerang Selatan yang berjumlah 3 (tiga) orang ibu-ibu rumah tangga yang bersedia sebagai informan penelitian ini. Dengan rentang usia 30 sampai dengan 38 tahun, dua orang berpendidikan SMA dan satu orang sarjana ekonomi, lamanya sebagai pelaku usaha bidang fesyen satu orang belum ada satu tahun, dan dua orang lebih dari dua tahun. Adapun produk yang dijual satu orang semua jenis pakaian termasuk aksesoris, dua orang lebih fokus ke pakaian muslim. Mereka memasarkan produknya melalui status *Whatsapp* yang mereka nilai masih murah biayanya dan masih merasa bisnis pemula. Meski masih kecil-kecilan, namun kegiatan usahanya sangat membantu perekonomian keluarga tanpa ke luar rumah dan bermodalkan *smartphone*.



Gambar 1. sebagian dari produk re-seller

Ibu Lala dan Ibu Diana fokus ke pakaian atau busana muslim karena menyesuaikan lingkungan sekolah anaknya yaitu Sekolah Islam, sedangkan Ibu Ika lebih variatif produknya tidak sebatas pada pakaian saja namun juga aksesoris lain seperti beragam tas, alas kaki, handuk, dan masih banyak lagi.

Dari hasil wawancara, mereka banyak persamaannya bahwa fesyen merupakan gaya hidup karena sesama perempuan sangat memperhatikan penampilan apalagi yang sedang tren, oleh karena itu maka banyak muncul ide yang kreatif dan inovatif dengan memadupadankan model dan warna busana yang dipasarkan dari situlah daya tarik dari produk mereka.

Tantangan terbesar yang pernah dihadapi mereka adalah jika konsumen

membatalkan pembeliannya atau ganti model/ warna, sebagai penjual harus pandai berkomunikasi dan meyakinkan supaya konsumen tidak jadi membatalkan produk yang sudah dibeli dan dibayar. Untuk mengantisipasi jika kondisi tersebut tidak terulang kembali, maka mereka memberikan pesan dalam promosi atau pemasaran bahwa barang yang sudah dibeli tidak bisa dikembalikan, terkecuali cacat atau tidak sesuai dengan yang dipesan.

Prospek ke depannya sangat positif dan mereka meskipun waktu wawancara terpisah karena memang lokasi tidak berdekatan, akan terus mengembangkan usaha fesyen ini meskipun persaingannya sangat ketat dan tinggi terutama pada pelaku usaha *thrifting* (pakaian bekas), mereka tidak merasa tersaingi dan tidak akan masuk ke ranah tersebut karena sudah ada larangan dari instansi terkait jadi kegiatannya akan selalu diawasi oleh pemerintah. Adapun kompetitor yang berat bagi mereka adalah keberadaan Pasar Cideng yang memang mematok harga murah dibandingkan dengan Pasar Tanah Abang atau Thamrin City. Cara pembayarannya mereka sama yaitu pembayaran melalui transfer dan tunai juga menerima pembayaran dengan cara cicilan yang tentunya dengan harga yang berbeda.

Pembahasan

Pengetahuan kewirausahaan mereka dapatkan dari media sosial, mengikuti seminar dan *workshop* secara daring, melakukan *sharing session* pada para pendahulu yang berkecimpung dalam usaha

fesyen.

Dari kegiatan yang diikuti di waktu luang sebagai seorang ibu dan seorang istri, maka didapatkan manfaat yang diimplementasikan dalam menciptakan lapangan kerja melalui usaha fesyen. Hal tersebut sejalan dengan pemikiran Ribeiro dan Kraus (2018) dalam jurnal yang ditulis Ludiya dan Kurniawan (2020) bahwa wirausaha baru menghadapi ketidakpastian dan kurangnya pengalaman secara keseluruhan sehingga diperlukan pengetahuan kewirausahaan. Kemauan belajar mereka sampai pada tindakan nyata berwirausaha menjadi inspirasi bagi para ibu rumah tangga yang berkeinginan untuk mandiri finansial dan menambah jaringan pertemanan secara positif dan produktif.

Penutup

Paparan tersebut di atas dapat disimpulkan, bahwa melalui peran kewirausahaan maka para ibu rumah tangga dengan mengembangkan ekonomi kreatif sub sektor fesyen sebagai upaya dalam menciptakan lapangan kerja di Tangerang Selatan dapat terealisasi, sehingga akan terus dikembangkan sampai ke ranah *marketplace*.

Bagi para ibu rumah tangga yang akan melakukan perubahan pola pikir dari konsumtif ke produktif direkomendasikan untuk memperbanyak pengetahuan kewirausahaan supaya memperkuat mental sebagai antisipasi jika usaha gagal dengan cara mengikuti seminar/ *workshop*/ kajian secara daring maupun luring atau tatap muka.

Referensi

Nugroho, R. (2015). Membangun Entrepreneur Indonesia. Tantangan Manajemen Pemerintahan Jokowi. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Daryanto. (2018). Pengantar Ilmu Kewirausahaan. Tangerang: Tira Smart.

Astamoen, M. (2008). Entrepreneur Dalam Perspektif Kondisi Bangsa Indonesia. Bandung: Alfabeta.

Kontan, 4 Agustus-10 Agustus 2025. No, 44-XXIX. 2025.

Ludiya, E., Kurniawan, A. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Pada UMKM Bidang Fashion di Kota Cimahi.