

Peran Ganda Perempuan sebagai IRT dan *Women Digital Greenpreneur* dalam Membantu Perekonomian Keluarga

The Dual Role of Women as IRT and Women Digital Greenpreneurs in Helping the Family Economy

Tri Mulyani Kartini^{1✉}, Indra Setiawan²

¹Universitas Pelita Bangsa University, Bekasi, Indonesia.

²Universitas Pelita Bangsa University, Bekasi, Indonesia.

✉Corresponding author: trimulyani_kartini@pelitabangsa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran ganda perempuan sebagai IRT dan *women digital greenpreneur* dalam membantu perekonomian keluarga melalui usaha fashion ramah lingkungan di Jogjakarta dan Jawa Tengah. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi ekonomi merupakan alasan perempuan untuk melakukan peran ganda dengan kategori sedang. Selain itu, motivasi perempuan yang menjalankan usaha *ecoprint* karena ingin melestarikan lingkungan, sebab proses produksi *ecoprint* ramah lingkungan dan tidak menggunakan bahan kimia berbahaya. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dalam hal persepsi dan tindakan strategi berperan ganda, mayoritas perempuan menginginkan keseimbangan antara keduanya (prioritas keluarga dan usaha). Hasil terakhir, kesejahteraan keluarga secara objektif masuk dalam kategori sejahtera, dan secara subjektif masuk kategori kesejahteraan sedang.

Abstract

This research aims to determine the dual role of women as domestic workers and digital greenpreneurs in helping the family economy through environmentally friendly fashion businesses in Jogjakarta and Central Java. This research will be carried out using a qualitative approach. The research results show that economic motivation is why women carry out multiple roles in the medium category. The research results also show that in terms of perception and action strategies playing a dual role, most women want a balance between the two (family and business priorities). The final result is that family welfare is objectively in the prosperous category and subjectively in the moderate welfare category.

This is an open-access article under the CC-BY-SA license.



Copyright © 2024 Tri Mulyani Kartini, Indra Setiawan.

Article history

Received 2024-01-03

Accepted 2024-01-15

Published 2024-01-30

Kata kunci

Peran Ganda Perempuan;
Women Digital Greenpreneur;
Motivasi Menjadi *Greenpreneur*;
Perekonomian Keluarga;
Ecoprint.

Keywords

The Dual Role of Women;
Women Digital Greenpreneur;
Motivation to Become A Greenpreneur;
Family Economy;
Ecoprint.

1. Pendahuluan

Perempuan sering kali dianggap sebagai pengurus rumah tangga dan tidak terlibat dalam kegiatan ekonomi secara aktif (Khaerani, 2017). Kenyataannya banyak perempuan yang berperan ganda sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT) dan *women digital greenpreneur* (Parimita dan Rizaldy, 2021). Mereka memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan bisnis mereka dan membantu perekonomian keluarga. Peran ganda perempuan ini tidak hanya memberikan kontribusi ekonomi, tetapi juga berdampak positif pada kesejahteraan keluarga dan lingkungan. Keberlanjutan usaha mereka akan dapat meningkatkan peran aktif masyarakat dalam melestarikan lingkungan (Esthi dan Setiawan, 2023).

Di Indonesia, angka partisipasi ekonomi perempuan masih rendah dibandingkan dengan laki-laki. Jika dilihat dari nilai tingkat partisipasi angkatan kerja (TPAK), maka TPAK laki-laki 70% lebih tinggi dibandingkan dengan TPAK perempuan, artinya (Deris, *et al.*, 2022). Namun, semakin berkembangnya teknologi digital, semakin banyak perempuan yang memanfaatkan kesempatan ini untuk mengembangkan bisnis mereka (Handayani, *et al.*, 2022). Sebagai contoh, di beberapa kota seperti Jogjakarta dan Jawa Tengah, terdapat sekelompok perempuan yang berperan ganda sebagai IRT dan *women digital greenpreneur*, khususnya dalam bidang *fashion* ramah lingkungan. Mereka memproduksi produk *fashion* ramah lingkungan yang *fashionable*, agar masyarakat tetap bisa memenuhi gaya hidup modern (Kartini dan Zed, 2023), namun tetap memerhatikan lingkungan. Mereka juga mempromosikan produk *fashion* ramah lingkungan dengan bantuan digital melalui media sosial dan *marketplace*, yang membuat bisnis semakin berkembang.

Dalam konteks ini, penelitian tentang peran ganda perempuan sebagai IRT dan *women digital greenpreneur* menjadi relevan untuk dijelajahi lebih lanjut. Penelitian ini dapat memberikan pemahaman lebih dalam tentang kontribusi perempuan dalam perekonomian keluarga dan lingkungan, serta menjelaskan pentingnya peran perempuan dalam bidang ekonomi dan lingkungan. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk dilakukan sebagai bagian dari upaya meningkatkan partisipasi ekonomi perempuan di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran ganda perempuan sebagai ibu rumah tangga dan *women digital greenpreneur* dalam membantu perekonomian keluarga (usaha *fashion* ramah lingkungan di Jogjakarta dan Jawa Tengah), sedangkan rumusan masalah pada penelitian ini adalah "Bagaimana peran ganda perempuan sebagai ibu rumah tangga dan *women digital greenpreneur* dalam membantu perekonomian keluarga?"

2. Metode

Populasi dalam penelitian ini adalah wanita yang memiliki peran ganda sebagai IRT dan *women digital greenpreneur* yang memiliki usaha *fashion* ramah lingkungan di Jogjakarta dan Jawa Tengah. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel dipilih berdasarkan kriteria sebagai berikut wanita yang memiliki peran ganda sebagai IRT dan *women digital greenpreneur*, memiliki usaha *fashion* ramah lingkungan di Jogjakarta dan Jawa Tengah, dan bersedia untuk diwawancarai dan diobservasi. Lokasi penelitian di Jogjakarta dan Jawa Tengah, yaitu Semarang, Klaten, Sukoharjo, Surakarta, dan Boyolali. Lokasi penelitian dipilih berdasarkan banyaknya pengusaha *ecoprint* di kedua wilayah tersebut. Berikut ini adalah daftar usaha *fashion* ramah lingkungan (*ecoprint*) di Jogjakarta dan Jawa Tengah yang dipilih menjadi lokasi penelitian.

Tabel 1. Daftar nama usaha *fashion* ramah lingkungan (*ecoprint*) di Jogjakarta dan Jawa Tengah

No.	Nama Usaha <i>Ecoprint</i>	Kabupaten
1	Ecoprint batik DR Yogya	Jogjakarta
2	Eco.J, Ecoprint Jogja	Jogjakarta
3	IndahKoe_ecoprint	Jogjakarta
4	Fawa Ecoprint	Jogjakarta
5	Ecoprint batik kampuNG	Jogjakarta
6	Ecoleath (Kulit Ecoprint)	Jogjakarta
7	Arhani Ecoprint	Jogjakarta
8	Gd ecoprint jogja	Jogjakarta
9	Ecoprint & Rajut jogja Geulis_Bmj	Jogjakarta

No.	Nama Usaha <i>Ecoprint</i>	Kabupaten
10	Ecoprint Kaine	Jogjakarta
11	Econing ecoprint by ning	Jogjakarta
12	Ecoprint Singto	Jogjakarta
13	DAKETA ECOPRINT	Jogjakarta
14	Unique ecoprint	Jogjakarta
15	Batik ecoprint Adica	Jogjakarta
16	Batik Ecoprint Shibori Iratri	Jogjakarta
17	WB Ecoprint Batik	Jogjakarta
18	EcoprintDianRizqita	Jogjakarta
19	Ecoprint CACHIC	Jogjakarta
20	Putri Shibori & Ecoprint	Jogjakarta
21	eReN.Ecoprint	Jogjakarta
22	Shibori Jepang dan Ecoprint GALERI ATIN	Jogjakarta
23	ModestArt ecoprint batik & fashion	Jogjakarta
24	Kursus-Workshop-Pelatihan-Ecoprint Laromiz, Belajar Merdeka	Semarang
25	Batik & Ecoprint Semarang Pratesthi	Semarang
26	Batik Ecoprint	Semarang
27	Rajasa Ecoprint	Semarang
28	Ecoprint Semarang	Semarang
29	Tetanduran Ecoprint	Semarang
30	Anza Ecoprint Artisan	Semarang
31	Aleza Ecoprint	Klaten
32	Syirka Ecoprint	Sukoharjo
33	Cindaga Ecoprint	Sukoharjo
34	KEMBANG DESA ECOPRINT	Sukoharjo
35	Ecoprint Roningati by Warty Waqiya	Sukoharjo
36	GodhongKoe Batik dan Ecoprint	Surakarta
37	Cindelas Ecoprint Art Butik Laweyan	Surakarta
38	Trispar Ecoprint	Boyolali

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui:

- 1) Kuesioner: digunakan untuk mengumpulkan data tentang profil perempuan sebagai IRT dan *women digital greenpreneur*, serta kondisi perekonomian keluarga mereka.
- 2) Pedoman wawancara: digunakan untuk memandu peneliti dalam melakukan wawancara dengan perempuan yang menjadi IRT dan *women digital greenpreneur*.
- 3) Daftar *checklist* observasi: digunakan untuk mencatat hasil observasi terhadap aktivitas perempuan sebagai IRT dan *women digital greenpreneur* serta usaha *fashion* ramah lingkungan yang mereka kelola.
- 4) Catatan lapangan: Digunakan untuk mencatat kesimpulan dan hasil penelitian dari hasil observasi, wawancara, dan studi literatur yang telah dilakukan.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Peran Ganda Perempuan

Tabel 2 menunjukkan bahwa mayoritas responden sekitar 30 responden (78,9%) memilih untuk berperan ganda karena faktor ekonomi. Terdapat 6 responden (15,8%) karena ingin mengembangkan diri, dan 2 responden (5,3%) karena alasan keduanya (faktor ekonomi dan ingin mengembangkan diri).

Tabel 2. Motivasi Berperan Ganda sebagai *Women Digital Greenpreneur*

Motivasi Berperan Ganda	Jumlah	Persentase (%)
Ekonomi	30	78,9
Pengembangan Diri	6	15,8
Keduanya (Ekonomi dan Pengembangan Diri)	2	5,3
Total	38	100

3.2. Women Digital Greenpreneur

Tabel 3 merupakan hasil distribusi motivasi perempuan memilih usaha *ecoprint*. Pada Tabel 3 menunjukkan bahwa mayoritas responden sekitar 26 responden (68,4%) memilih usaha *ecoprint* karena ingin melestarikan lingkungan, sebab proses produksi *ecoprint* ramah lingkungan dan tidak menggunakan bahan kimia berbahaya. Terdapat 6 responden (15,8%) memilih usaha *ecoprint* karena ingin mengembangkan usahanya yang semula usaha kain shibori dan/atau batik, dan 6 responden (15,8%) karena alasan keduanya. Sedangkan semua perempuan yang memiliki usaha *ecoprint* sepakat bahwa dengan memanfaatkan teknologi digital, akan membantu usaha mereka berkembang dengan lebih baik. Mereka memasarkan produk dengan bantuan digital melalui Google Maps, media sosial (Facebook dan Instagram), dan *marketplace* (Shopee, Tokopedia, dan lain-lain).

Tabel 3. Motivasi Memilih Usaha Ecoprint

Motivasi Memilih Usaha <i>Ecoprint</i>	Jumlah	Persentase (%)
Kelestarian Lingkungan	26	68,4
Usaha dengan Produk Turunan Shibori dan/atau Batik	6	15,8
Keduanya	6	15,8
Total	38	100

3.3. Jumlah Peran Istri di dalam dan Luar Keluarga

Tabel 4 menunjukkan bahwa sebanyak 86,8% responden berperan sebagai anak. Artinya responden masih *memiliki* orangtua. Terdapat 97,4% responden berperan sebagai istri, dan hanya ada 1 responden yang belum menikah. Terdapat 92,1% responden berperan orangtua, artinya mayoritas responden sudah memiliki anak. Terdapat 100% responden merupakan entrepreneur, tetapi mayoritas dari mereka tidak mengikuti komunitas *ecoprint* (73,7%) dan tidak menjadi bagian dari anggota pengajian (84,2%) karena terbatasnya waktu yang dimiliki. Responden lebih mengutamakan menjalankan tugas sebagai istri, anak, dan orangtua, serta sebagai *entrepreneur*.

Tabel 4. Peran Istri di Dalam dan Luar Keluarga

No	Peran Istri sebagai	Ya		Tidak	
		Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
1	Anak	33	86,8	5	13,2
2	Istri	37	97,4	1	2,6
3	Orangtua	35	92,1	3	7,9
4	Nenek	3	7,9	35	92,1
5	Saudara Kandung	32	84,2	6	15,8
6	Teman	33	86,8	5	13,2
7	Panutan Keluarga Besar	20	52,6	18	47,4
8	Anggota Masyarakat di Lingkungan Rumah	11	28,9	27	71,1
9	<i>Entrepreneur</i>	38	100	0	0
10	Sukarelawan	8	21,1	30	78,9
11	Anggota Organisasi <i>Ecoprint</i>	10	26,3	28	73,7
12	Anggota Pengajian	6	15,8	32	84,2

3.4. Frekuensi Peran

Frekuensi peran merupakan intensitas responden menjalani setiap peran yang ada. Tabel 5 menunjukkan bahwa responden yang sering beraktivitas di luar keluarga, seperti menjalani peran sebagai teman (84,2%), anggota masyarakat di lingkungan rumah (81,6%), dan *entrepreneur* (97,4%), dapat mempengaruhi tingkat kesejahteraan responden. Hal ini tentu akan membantu perekonomian keluarga.

Tabel 5. Frekuensi Peran Istri di Dalam dan Luar Keluarga

No	Peran Istri sebagai	Tidak Pernah		Jarang		Sering	
		Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)	Jumlah	Persentase (%)
1	Anak	3	7,9	2	5,3	33	86,8
2	Istri	2	5,3	1	2,6	35	92,1
3	Orangtua	4	10,5	1	2,6	33	86,9
4	Nenek	30	78,9	2	5,3	6	15,8
5	Saudara Kandung	3	7,9	6	15,8	29	76,3
6	Teman	3	7,9	3	7,9	32	84,2
7	Panutan Keluarga Besar	2	5,3	9	23,7	27	71
8	Anggota Masyarakat di Lingkungan Rumah	0	0	7	18,4	31	81,6
9	<i>Entrepreneur</i>	0	0	1	2,6	37	97,4
10	Sukarelawan	32	84,2	2	5,3	4	10,5
11	Anggota Organisasi <i>Ecoprint</i>	37	97,4	1	2,6	0	0
12	Anggota Pengajian	27	71,1	9	23,7	2	5,2

Peran ganda merupakan konsekuensi perempuan yang memiliki peran sebagai ibu rumah tangga dan *entrepreneur*. Peneliti telah melakukan pengukuran tingkat kesejahteraan secara subjektif berdasarkan pada 37 pertanyaan. Hasil dari pengukuran dapat digunakan untuk melihat kategori peran ganda. Tabel 6 menunjukkan bahwa sebanyak 71,1% responden memiliki peran ganda dengan kategori sedang. Artinya, responden masih bisa menyeimbangkan waktunya antara kegiatan di dalam keluarga, dengan kegiatan di luar keluarga.

Tabel 6. Kategori Peran Ganda

Kategori Peran Ganda	Jumlah	Persentase (%)
Rendah (0-33,3%)	0	0
Sedang (33,4%-66,6%)	27	71,1
Tinggi (66,7%-100%)	11	28,9
Total	38	100

3.5. Strategi Keseimbangan Peran sebagai IRT dan *Women Digital Greenpreneur*

Strategi keseimbangan peran sebagai IRT dan *women digital greenpreneur* pada penelitian ini adalah dengan aspek persepsi dan tindakan. Ada tiga kategori pada setiap aspek, yaitu prioritas keluarga, prioritas usaha, dan prioritas keduanya (Tabel 7). Pada aspek pertama, yaitu prioritas keluarga, 65,8% responden setuju dengan keluarga merupakan prioritas paling utama, dan 52,6% responden setuju dengan pernyataan tidak masalah sering menelepon ke rumah, karena itu merupakan suatu hal yang wajar. Namun 89,5% responden tidak setuju kalau anak dibawa ke lokasi usaha. Itu sebabnya mayoritas responden membuka usahanya di rumah, agar bisa dengan leluasa mengurus usaha, sambil menjaga anak dan mengurus rumah tangga.

Pada aspek kedua, yaitu prioritas usaha. Sebesar 76,3% responden menyatakan tidak setuju jika kepentingan suami dan anak harus dikorbankan. Sebagian besar responden memilih membuka dan menjalankan usahanya di rumah, agar dapat mengurus anak dan rumah. Pada aspek yang terakhir, yaitu prioritas keduanya. Ada 76,3% responden setuju bahwa semua urusan, baik keluarga dan usaha bisa diatur sedemikian rupa, sehingga keduanya dapat berjalan dengan seimbang, tanpa harus mengorbankan usaha, suami, dan anak.

Tabel 7. Persepsi Strategi Keseimbangan sebagai IRT dan Women Digital Greenpreneur

No	Pernyataan	Tidak Setuju		Setuju		Sangat Setuju	
		n	%	n	%	n	%
1	Prioritas keluarga:						
	a. Keluarga prioritas paling utama	1	2,6	25	65,8	12	31,6
	b. Membawa anak ke lokasi usaha	34	89,5	4	10,5	0	0
	c. Sering menelepon ke rumah adalah suatu kewajiban	16	42,1	20	52,6	2	5,3
2	Prioritas usaha:						
	Usaha prioritas paling utama, sedangkan kepentingan suami dan anak dapat dikorbankan	29	76,3	9	23,7	0	0
3	Prioritas keduanya:						
	Keluarga dan usaha dapat dijalani dengan seimbang, tanpa ada yang harus dikorbankan, tergantung tingkat urgensinya	2	5,3	29	76,3	7	18,4

Pada aspek tindakan, juga terdapat tiga prioritas, yaitu keluarga, usaha, dan keduanya (Tabel 8). Pada aspek tindakan yang pertama, yaitu prioritas keluarga. Ada 71,1% responden kadang-kadang tidak membuka usaha/toko dengan alasan anak atau suami sedang sakit. Terdapat 76,3% responden kadang-kadang menunda semua yang berhubungan dengan usaha demi kepentingan anak. Sebanyak 86,8% responden kadang-kadang membersihkan rumah sebelum mengurus toko/usaha. Sebesar 78,9% responden kadang-kadang tutup usaha/toko lebih awal karena ada urusan keluarga.

Aspek tindakan yang kedua adalah prioritas usaha. Sejumlah 30 responden (78,9%) tidak pernah melakukan segala cara dengan segala resiko demi kemajuan usaha. Terakhir, aspek tindakan dengan prioritas keduanya. 78,9 responden kadang-kadang mengadakan kesepakatan dan bekerjasama dengan suami agar urusan usaha dan keluarga dapat berjalan dengan seimbang.

Tabel 8. Tindakan Strategi Keseimbangan sebagai IRT dan Women Digital Greenpreneur

No	Pernyataan	Tidak Pernah		Kadang-Kadang		Sering	
		n	%	n	%	n	%
		1	Prioritas keluarga:				
	a. Tidak membuka usaha/toko karena anak atau suami sakit	1	2,6	27	71,1	10	26,3
	b. Menunda segala hal yang berhubungan dengan usaha demi kepentingan anak	3	7,9	29	76,3	32	15,8
	c. Membersihkan rumah sebelum mengurus toko/usaha	0	0	33	86,8	5	13,2
	d. Tutup usaha/toko lebih awal karena urusan keluarga	6	15,8	30	78,9	2	5,3
2	Prioritas usaha:						
	Melakukan segala resiko demi kemajuan usaha	30	78,9	8	21,1	0	0
3	Prioritas keduanya:						
	Sepakat dan bekerjasama dengan suami agar urusan usaha dan keluarga dapat berjalan dengan seimbang	1	2,6	30	78,9	7	18,4

Ada tiga kategori dalam strategi peran ganda Perempuan sebagai IRT dan *women digital greenpreneur*, yaitu prioritas keluarga, usaha, dan keduanya (Tabel 9). Tabel 9 menunjukkan bahwa sebesar 78,9% responden lebih memprioritaskan keduanya dengan menyeimbangkan urusan keluarga dan usaha.

Tabel 9. Kategori Strategi Peran Ganda Perempuan sebagai IRT dan Women Digital Greenpreneur

Kategori Strategi	Jumlah	Persentase (%)
Prioritas Keluarga (0-33,3%)	6	2,6
Prioritas Keduanya (33,4%-66,6%)	30	78,9
Prioritas Usaha (66,7%-100%)	2	5,3
Total	38	100

3.6. Perekonomian Keluarga

1) Perekonomian Keluarga secara Objektif

Perekonomian keluarga secara objektif diukur berdasarkan pendapatan keluarga per kapita per bulan. Angka garis kemiskinan Jawa Tengah berdasarkan BPS 2022 sebesar Rp. 349.520,00. Jika dilihat dari data tersebut, maka mayoritas responden berada pada kategori sejahtera dengan persentase 97,4% (Tabel 10).

Tabel 10. Perekonomian Keluarga secara Objektif Berdasarkan Pendapatan Keluarga per Kapita per Bulan

Perekonomian Keluarga secara Objektif	Jumlah	Persentase (%)
Tidak Sejahtera (<= Rp. 349.520,00)*	1	2,6
Sejahtera (> Rp. 349.520,00)	37	97,4
Total	38	100

Ket: *Garis Kemiskinan Jawa Tengah BPS 2022

Perekonomian keluarga secara objektif juga dapat diukur berdasarkan peran ganda. Tabel 11 menunjukkan bahwa 68,4% perempuan memiliki peran ganda di keluarga yang sejahtera. Sebanyak 97,4% keluarga responden masuk dalam kategori keluarga sejahtera.

Tabel 11. Perekonomian Keluarga secara Objektif Berdasarkan Peran Ganda

Kesejahteraan	Peran Ganda						Total	
	Rendah		Sedang		Tinggi		n	%
	n	%	n	%	n	%	n	%
Tidak Sejahtera	0	0	1	2,6	0	0	1	2,6
Sejahtera	0	0	26	68,4	11	28,9	37	97,4
Total	0	0	27	71	11	28,9	38	100

2) Perekonomian Keluarga secara Subjektif

Peneliti melakukan pengukuran tingkat perekonomian keluarga (kesejahteraan keluarga) secara subjektif, yaitu berdasarkan apa yang sedang dirasakan oleh responden (Tabel 12). Tabel 12 menunjukkan bahwa responden merasa tidak puas terhadap kesejahteraan fisik mereka, terutama dalam hal kondisi tabungan untuk kebutuhan yang *urgent* (50%) dan kondisi tabungan keluarga (52,6%). Mayoritas responden cukup puas dengan persentase di atas 80% terhadap kondisi keuangan, makanan, rumah tinggal, pakaian, kesehatan fisik, strategi keluarga untuk bertahan hidup, *job management*, dan kondisi keuangan untuk makan tanpa mengganggu anggaran lain.

Tabel 12. Perekonomian Keluarga secara Subjektif Berdasarkan Kesejahteraan Fisik

No	Pernyataan Kesejahteraan Fisik	Tidak Puas		Cukup Puas		Puas	
		n	%	n	%	n	%
1	Kondisi keuangan	7	18,4	30	80	1	2,6
2	Kondisi makanan	2	5,3	35	92,1	1	2,6
3	Kondisi rumah tinggal	5	13,2	30	80	3	6,8
4	Kondisi pakaian	1	2,6	36	94,8	1	2,6
5	Kondisi aset	8	21	28	73,7	2	5,3
6	Kondisi kesehatan fisik responden	3	7,9	31	81,6	4	10,5
7	Strategi keluarga dalam bertahan hidup	4	10,5	31	81,6	3	7,9

No	Pernyataan Kesejahteraan Fisik	Tidak Puas		Cukup Puas		Puas	
		n	%	n	%	n	%
8	<i>Time management</i>	9	23,7	29	76,3	0	0
9	<i>Finance management</i>	8	21,1	29	76,3	1	2,6
10	<i>Job management</i>	3	7,9	32	84,2	3	7,9
11	Keterlibatan responden dalam pengelolaan keuangan	4	10,5	28	73,7	6	15,8
12	Keterlibatan suami responden dalam pengelolaan keuangan	5	13,2	23	60,5	10	26,3
13	Kondisi tabungan untuk kebutuhan yang <i>urgent</i>	19	50	18	47,4	1	2,6
14	Kondisi uang <i>cash</i> untuk kebutuhan mendadak	14	36,9	23	60,5	1	2,6
15	Kemampuan mengatasi masalah keuangan	6	15,8	30	79	2	5,3
16	Kondisi keuangan untuk makan tanpa mengganggu anggaran lain	5	13,2	32	84,2	1	2,6
17	Kondisi kontribusi keuangan yang lebih baik	6	15,8	30	78,9	2	5,3
18	Kondisi keuangan dalam hal membayar tagihan <i>ontime</i>	3	7,9	27	71,1	8	21
19	Kondisi keuangan yang lebih baik di hari tua	10	26,3	25	65,8	3	7,9
20	Kondisi tabungan di hari spesial, contoh: lebaran, akhir tahun, dll	11	28,9	25	65,8	2	5,3
21	Anggota keluarga membantu pendapatan keluarga	17	44,7	19	50	2	5,3
22	Kondisi tabungan	20	52,6	16	42,1	2	5,3
23	Kondisi kepala keluarga yang tidak kesulitan mencari nafkah	8	21	27	71,1	3	7,9

Tabel 13 menunjukkan bahwa 94,8% responden cukup puas terhadap hubungannya dengan suami. Mayoritas responden sebesar 94,7% merasa puas karena telah terlibat di dalam lingkungan rumah, seperti PKK, dll.

Tabel 13. Perekonomian Keluarga secara Subjektif Berdasarkan Kesejahteraan Sosial

No	Pernyataan Kesejahteraan Sosial	Tidak Puas		Cukup Puas		Puas	
		n	%	n	%	n	%
1	Hubungan dengan orangtua dan/atau mertua	4	10,5	26	68,4	8	21,1
2	Hubungan dengan suami	1	2,6	36	94,8	1	2,6
3	Pembagian peran antara suami dan istri	6	15,8	25	65,8	7	18,4
4	Keterlibatan responden di dalam lingkungan rumah	1	2,6	1	2,6	36	94,7

Tabel 14 menunjukkan bahwa mayoritas responden yang cukup puas dengan presentase di atas 80% terhadap kondisi kesehatan fisik dan mental suami.

Tabel 14. Perekonomian Keluarga secara Subjektif Berdasarkan Kesejahteraan Psikologis

No	Pernyataan Kesejahteraan Psikologis	Tidak Puas		Cukup Puas		Puas	
		n	%	n	%	n	%
1	Kondisi mental responden	3	7,9	29	76,3	6	15,8
2	Optimis terhadap masa depan responden	6	15,8	21	55,3	11	28,9
3	Kondisi kebersihan rumah	6	15,8	29	76,3	3	7,9
4	Kondisi kesehatan fisik suami	1	2,6	32	84,2	4	13,2
5	Kondisi penghasilan suami	8	21,1	29	76,3	1	2,6
6	Kondisi mental suami	1	2,6	34	89,5	3	7,9
7	Kondisi komunikasi dengan suami	2	5,3	17	44,7	19	50
8	Kondisi hubungan seksual dengan suami	2	5,3	30	78,9	6	15,8
9	Sikap suami dalam mengerjakan pekerjaan rumah tangga	3	7,9	26	68,4	9	23,7
10	Kondisi keuangan keluarga lebih baik untuk lima tahun ke depan	13	34,2	22	57,9	3	7,9

Tabel 15 menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki kesejahteraan keluarga secara subjektif dengan kategori sedang sebesar 86,9%. Sebesar 2,6% masuk ke dalam kategori tinggi, dan sisanya 10,5% masuk kategori kesejahteraan rendah.

Tabel 15. Perekonomian Keluarga secara Subjektif

Kesejahteraan Keluarga secara Subjektif	Jumlah	Persentase (%)
Rendah (0-33,3%)	4	10,5
Sedang (33,4%-66,6%)	33	86,9
Tinggi (66,7%-100%)	1	2,6
Total	38	100

4. Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi ekonomi merupakan alasan perempuan untuk melakukan peran ganda dengan kategori sedang. Selain itu, motivasi perempuan yang menjalankan usaha *ecoprint* karena ingin melestarikan lingkungan, sebab proses produksi *ecoprint* ramah lingkungan dan tidak menggunakan bahan kimia berbahaya. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa dalam hal persepsi dan tindakan strategi berperan ganda, mayoritas perempuan menginginkan keseimbangan antara keduanya (prioritas keluarga dan usaha). Hasil terakhir, kesejahteraan keluarga secara objektif masuk dalam kategori sejahtera, dan secara subjektif masuk kategori kesejahteraan sedang.

Daftar Pustaka

- Afrizal S, Lelah P. Peran Ganda Perempuan Dalam Peningkatan Perekonomian Keluarga: Studi Kasus Pada Perempuan Bekerja Di Kecamatan Padarincang Kabupaten Serang. *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development*. 2021 Jul 14;3(1):53-62.
- Biroli A, Satriyati E. Beban ganda perempuan dalam mendukung perekonomian keluarga di masa pandemi Covid-19. *InProsiding Seminar Nasional Penanggulangan Kemiskinan 2021 Aug 25 (Vol. 1, No. 1)*.
- Dashper K. Mentoring for gender equality: Supporting female leaders in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*. 2020 Jul 1;88:102397. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102397>
- Deris LR, Bhinadi A, Nuryadin D. PENGARUH KETIMPANGAN GENDER TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA (34 PROVINSI) TAHUN 2015-2020. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*. 2022 Nov 30;1(12):2947-58.
- Dianti NR, Paramita EL. Green Product dan Keputusan Pembelian Konsumen Muda. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*. 2021 Jan 19;12(1):130-42.
- Erdogan I, Ozcelik H, Bagger J. Roles and work-family conflict: how role salience and gender come into play. *The international journal of human resource management*. 2021 Apr 28;32(8):1778-800. <https://doi.org/10.1080/09585192.2019.1588346>
- Esthi RB, Setiawan I. Green human resources management of the small and micro-enterprises in Indonesia. *Enrichment: Journal of Management*. 2023 Feb 28;12(6):4877-85.
- Handayani W, Dewanti MC, Rosyanti DM. MEMBANGUN SELF EFFICACY PEREMPUAN SUKSES BERWIRUSAHA PADA IBU RUMAH TANGGA. *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2022 May 10;2(1).
- Hidayah N, Caroline A, Bakti KK. PEMBEKALAN KESUKSESAN WIRUSAHA WANITA PADA UKM KERAJINAN DI SERANG. *PRIMA: PORTAL RISET DAN INOVASI PENGABDIAN MASYARAKAT*. 2022 Aug 3;1(4):43-52.
- Kartini TM, Zed EZ. THE INFLUENCE OF LIFESTYLE AND CULTURAL TRADITION ON TEGAL CITY COMMUNITY. *Jurnal Ekonomi*. 2023 Jan 11;12(01):226-31.
- Khaerani SN. Kesetaraan dan ketidakadilan gender dalam bidang ekonomi pada masyarakat tradisional sasak di desa bayan kecamatan bayan kabupaten lombok utara. *Qawwam*. 2017 Jun 30;11(1):59-76.

- Parimita W, Rizaldy IM. PERAN GANDA IBU RUMAH TANGGA DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN EKONOMI KELUARGA. *Sarwahita*. 2021;18(02):137-45.
- Rembet MG, Rumate VA, Layuck IA. Analisis Peran Perempuan Dalam Perekonomian Rumah Tangga Di Desa Popontolen, Kecamatan Tumpaan, Kabupaten Minahasa Selatan. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. 2020 Sep 30;20(03).
- Sari N, Gantino R. Peran Akuntansi Manajemen Lingkungan dalam Memediasi Inovasi Ramah Lingkungan pada Nilai Perusahaan Terhadap Perusahaan di BEI. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*. 2022 Jul 1;6(3):2377-89.
- Sitepu SN, Utami CW. Pemberdayaan Perempuan Dalam Pengelolaan Usaha Mikro Melalui Program Entrepreneurship Sebagai Pengerak Ekonomi Desa.
- Utaminingsih A, Damayanti R, Ulfah IF, Puspita AF, Nurani F. PENGUATAN KAPASITAS PEREMPUAN MELALUI KEWIRAUSAHAAN MEMBATIK ECOPRINT YANG KREATIF DAN INOVATIF BAGI SANTRIWATI PONPES NURUL IKHSAN KABUPATEN MALANG. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*. 2021 Nov 22;4:886-93.
- Utami S. Eksistensi perkembangan perekonomian perempuan di era digitalisasi. *AN-NISA: Jurnal Studi Gender dan Anak*. 2019 Sep 15;12(1):596-609.
- Yin S. Cultural production in the working-class resistance: labour activism, gender politics, and solidarities. *Cultural studies*. 2020 May 3;34(3):418-41. <https://doi.org/10.1080/09502386.2019.1629974>