

# **MUSLIMAH MOMPREENEUR DALAM MAJALAH KELUARGA ISLAM HADILA**

**Solusi Alternatif Dilema Peran Ekonomi Perempuan dalam Keluarga Sakinah**

**MUSLIMAH MOMPREENEUR IN ISLAMIC FAMILY MAGAZINE HADILA**

**Alternative Solution to the Dilemma of the Role of Women's Economy  
in a Sakinah Family**

**Sidik**

Fakultas Syariah IAIN Surakarta  
Jl. Pandawa Pucangan Kartasura  
Sukoharjo, Jawa Tengah.  
Email: [sidikhasan76@gmail.com](mailto:sidikhasan76@gmail.com)

Artikel diterima : 01 September 2018  
Artikel direvisi : 12 - 15 Oktober 2018  
Artikel disetujui : 29 November 2018

## **ABSTRACT**

*Women's dilemma between career and family is one of the prominent discourses on sakinah family development today that needs to solve. This paper analyzes the concept of Hadila Islamic family magazine, as one of the tarbiyah movement representations, on the construction of muslimah mompreneur as a model of women economic role in developing sakinah family. It also analyzes how is its relevancy with the sakinah family regulations in Indonesia and with the theoretical solution for women dilemma in career and family. By using framing analysis, this paper finds that muslimah mompreneur constructed by Hadila is the women as a housewife, having a business around female employment, running a business autonomously or together with her husband, having a business based on professionalism and religious values, as well as having some purposes to maximize the role of household, self-empowerment, and independence. Such constructions are relevant to the construction of women economic role in sakinah family regulations in Indonesia. Furthermore, it strengthens women domestication but more flexible where the role of the household can be maximized together with the economic role. It also strengthens a model of women economic role based on religious values as Islamic family identity. By such construction, muslimah mompreneur is different from some theories connected to women dilemma between career and family, as well as give an alternative choice, although it tends to be patriarchal and domestication.*

**Keywords:** muslimah mompreneur, sakinah family, economic role, Hadila.

## **ABSTRAK**

*Dilema perempuan antara kepentingan karir dan keluarga menjadi salah satu diskursus dalam kajian keluarga Islam. Artikel ini menganalisis tawaran solusi dari majalah keluarga Islam Hadila. Majalah ini memiliki kecenderungan pada ideologi gerakan Tarbiyah. Salah satu rubrik dalam majalah Hadila tersebut membahas konstruksi muslimah mompreneur sebagai alternatif solusi bagi dilema peran ekonomi perempuan dalam pembangunan keluarga sakinah. Artikel ini berusaha menjelaskan relevansi konstruksi tersebut terhadap regulasi pembangunan keluarga sakinah di Indonesia dan tawaran teoretik bagi solusi dilema peran ekonomi perempuan dalam keluarga. Penelitian kualitatif ini dilakukan dengan teknik analisis framing. Kajian ini menemukan beberapa hal: Pertama, konstruksi muslimah mompreneur yang ditawarkan Hadila adalah ibu rumah tangga, memiliki usaha yang akrab dengan dunia perempuan, dilakukan secara mandiri atau bersama suami, dilandasi nilai-nilai profesionalitas dan religiusitas, dan bertujuan memaksimalkan peran dalam rumah tangga, pengembangan diri, dan kemandirian. Kedua, konstruksi tersebut relevan dengan konstruksi peran ekonomi perempuan dalam regulasi pembangunan keluarga sakinah di Indonesia. Tulisan rubrik tersebut mempertegas kembali domestikasi perempuan tetapi secara lebih fleksibel, yakni peran dalam rumah tanggadilaksanakan secara integral seiring peran ekonomi. Model peran ekonomi perempuan dalam keluarga ditekankan berlandaskan nilai-nilai religius sebagai identitas keluarga yang Islami. Konstruksi muslimah mompreneur ini menawarkan pilihan alternatif atas dilema perempuan antara kepentingan karir dan keluarga yang berbeda dengan sejumlah tawaran teoretik karena dipandang cenderung bersifat patriarkis dan domestikasi.*

**Kata kunci:** Muslimah Mompreneur; Keluarga Sakinah; Peran Ekonomi; Majalah Hadila; Dilema Perempuan

## PENDAHULUAN

Capaian kemajuan pendidikan dan keterampilan, tuntutan gaya hidup yang cenderung materialistik, serta desakan pemenuhan kebutuhan ekonomi dan eksistensi diri, membuat tuntutan keterlibatan perempuan di ranah publik menjadi semakin tidak terhindarkan. Di tengah bergesernya struktur keluarga ke arah keluarga kecil (*nuclear family*), kondisi ini melahirkan persoalan sosial baru berupa krisis ketahanan keluarga khususnya terkait pengasuhan anak dan perawatan lansia (Toersilaningsih, dalam *Jurnal Perempuan*, 2012: 53). Ditambah oleh lemahnya fungsi kontrol dan perlindungan keluarga besar (*extended family*) terhadap perkawinan dan keluarga, kondisi tersebut juga memicu hadirnya berbagai persoalan keluarga lainnya semisal tingginya konflik rumah tangga yang berujung perceraian, kekerasan dalam rumah tangga, kekerasan terhadap anak, penelantaran lansia, dan seterusnya (al-Faruqi, 1991: 41). Hal ini pada akhirnya menuntut setiap individu dalam keluarga, khususnya suami maupun istri, untuk berkontribusi memperhatikan ketahanan keluarganya di samping peran-peran publik yang dijalani.

Kondisi demikian menjadi dilematis bagi keluarga muslim, khususnya bagi perempuan (muslimah) karir yang telah berkeluarga. Di satu sisi muslimah karir berkeluarga, khususnya yang berada dalam usia produktif melahirkan (*childbearing*) dan sedang memiliki anak usia sekolah yang butuh pengasuhan (*childcare*), baik dari sisi norma sosial maupun agama dipandang memiliki tanggung jawab moral untuk melaksanakan tugas-tugas domestik dan pengasuhan (*mothering*) secara maksimal dan profesional. Di sisi lain, tuntutan kebutuhan ekonomi, sosial, dan eksistensi diri mendorong muslimah berkeluarga untuk terjun ke ranah publik (karir).

Guna turut mengurai dilema antara karir dan rumah tangga bagi perempuan inilah, elemen masyarakat Muslim berupaya menawarkan jalan keluarnya. Satu di antaranya adalah

majalah keluarga Islam *Hadila* yang, menurut penulis, mengonstruksi *muslimah mompreneur* sebagai solusi bagi dilema perempuan muslimah menghadapi tuntutan karir dan keluarga. Melalui rubrik “Konsultasi Bisnis” dan “Usaha Kita” *Hadila* mengetengahkan figur-figur perempuan yang memiliki usaha tanpa meninggalkan peran dalam rumah tangga. Figur-figur demikianlah yang menyusun makna dan identifikasi dengan sebutan *muslimah mompreneur*.

Sebagai majalah keluarga Islam yang populer di eks Karesidenan Surakarta dengan tiras rata-rata 38.000 eksemplar per bulan (Sidik, 2015: 76) mencermati konstruksi *muslimah mompreneur* dalam majalah *Hadila* menarik dilakukan. Terlebih majalah ini memiliki afiliasi secara ideologis pada konsepsi gerakan tarbiyah sebagaimana tampak dari personalitas redaktur dan kontributor kunci majalah ini. Afiliasi demikian tentu turut mempengaruhi bingkai ideologi yang ditonjolkan dalam konstruksi *muslimah mompreneur*. Apalagi dari perspektif gerakan sosial Islam telah dimaklumi bahwa media (majalah) merupakan salah satu sarana efektif membingkai dan menyebarkan ideologi yang berperan besar bagi keberhasilan sebuah gerakan (Stzompka, 2014: 331). Dalam konteks ini, membingkai ideologi gerakan tarbiyah yang menempatkan institusi keluarga sebagai basis pembangunan struktur sosial dan politik Islam (Rinaldo, 2013: 143).

Kajian ini juga penting dilakukan untuk menegaskan bahwa *muslimah mompreneur* yang dikonstruksi *Hadila* merupakan varian dan identitas baru mengenai peran ekonomi perempuan dalam keluarga, selain konstruksi *mompreneur* yang telah ditawarkan sejumlah kalangan belakangan ini, semisal kajian Maritz and Thongprovati (dalam *The International Journal of Organizational Innovation*, 2010), Huet (dalam *Int. J. Entrepreneurship and Small Business*, 2013), dan Ekinsmyth (dalam *Gender, Place & Culture: A Journal of Feminist Geography*, 2014). Selain itu, kajian ini mengelaborasi lebih jauh tesis Rinaldo (2015) yang menegaskan bahwa meski

menolak liberalisme dan menekankan peran domestik, gerakan tarbiyah terbuka terhadap peran perempuan di ruang publik. Konstruksi *muslimah mompreneur* dalam kajian penulis menegaskan bahwa *Hadila* sebagai representasi media yang berafiliasi pada gerakan tarbiyah, menitikberatkan peran perempuan di ruang domestik tanpa meninggalkan peran ekonomi, guna mewujudkan keluarga sakinah.

Selanjutnya, ada dua persoalan yang lebih jauh dikaji dalam artikel ini. *Pertama*, bagaimana konstruksi *muslimah mompreneur* sebagai model peran ekonomi perempuan dalam pembangunan keluarga sakinah yang ditawarkan majalah *Hadila*? *Kedua*, bagaimana relevansi konstruksi tersebut terhadap regulasi pembangunan keluarga sakinah di Indonesia dan terhadap tawaran teoretik bagi solusi dilema peran ekonomi perempuan dalam keluarga?

## KERANGKA TEORETIK

### ***Muslimah Mompreneur: Pilihan Peran Ekonomi Perempuan dalam Keluarga***

Pilihan perempuan antara karir dan keluarga pada konteks masyarakat Eropa, merujuk Gilbert (2004: 30-35), memperlihatkan empat model. *Pertama*, model tradisional yang ditandai adanya perhatian yang besar terhadap pengasuhan anak dan urusan rumah tangga. Mereka umumnya memilih sementara waktu berhenti berkarir untuk melakukan tugas pengasuhan (*mothering*) secara intensif dan melanjutkan karir setelah anak dewasa. Kalangan ini biasanya memiliki jumlah anak tiga atau lebih. *Kedua*, model neo-tradisional yang biasanya dilakukan oleh ibu bekerja dengan dua anak. Mereka memilih pekerjaan paruh waktu atau kerja upahan dan lebih mengutamakan peran keibuan (*motherhood*). Model ini banyak dijadikan pilihan di Eropa. *Ketiga*, model moderen yang biasanya dilakukan oleh ibu bekerja dengan satu anak. Kalangan ini biasanya lebih memprioritaskan karir. *Keempat*, model posmoderen yang biasanya dilakukan oleh perempuan tanpa anak. Mereka ini cenderung individualis dan lebih mengutamakan karir

dibanding peran keibuan. Senada dengan itu, Wall (dalam Crompton dkk., 2007: 87-88) menegaskan bahwa pilihan perempuan Eropa antara karir dan rumah tangga memperlihatkan tiga kecenderungan. *Pertama*, berorientasi pekerjaan. Pola ini mendukung perempuan untuk bekerja paruh waktu selama mempunyai anak pra-sekolah. *Kedua*, pembagian peran gender dalam keluarga secara tradisional. *Ketiga*, pola keibuan yang berpusat pada perempuan di mana perempuan tinggal di rumah melakukan tugas pengasuhan.

Di luar model-model itu, belakangan pilihan dilematis perempuan antara karir dan keluarga di Eropa juga memperlihatkan bentuk lain yang disebut *mompreneur*. *Mompreneur* merupakan perempuan berbisnis dan sekaligus melaksanakan tugas dalam rumah tangga dan peran keibuan bagi anak-anaknya. *Mompreneur* dipandang sebagai solusi ideal untuk menyelaraskan peran keibuan (*motherhood*) dan karir (*work-family balance*) (Richomme-Huet, dalam *Int. J. Entrepreneurship and Small Business*, 2013: 253).

Di Indonesia, pilihan perempuan (muslimah) antara karir dan keluarga sebagaimana tampak dalam sejumlah kecenderungan literatur yang beredar di tengah masyarakat, setidaknya dapat dipilah menjadi lima kelompok berikut: *Pertama*, meninggalkan karir untuk memfokuskan diri terhadap pembangunan dan ketahanan keluarga. Kalangan ini biasa disebut sebagai ibu rumah tangga tradisional (*traditional-mom/full-mother*). Mereka lebih mengutamakan peran domestik dan memandang peran publik bersifat komplementer bagi perempuan (Haunan, 2015: 17). *Kedua*, melanjutkan karir sambil tetap berusaha maksimal bertanggung jawab terhadap peran-peran domestik. Kalangan ini seringkali mendapat sebutan sebagai perempuan super (*supermom*) yang mampu memikul peran ganda (*double barden*) secara bersamaan (Setiati, 2011: 19-22; Aminah, 2010: 42-43).

*Ketiga*, tetap mengembangkan karir sambil berbagi peran bersama suami dalam urusan

rumah tangga. Kalangan ini berpandangan bahwa bekerja merupakan persoalan eksistensial, hak asasi, dan pilihan (Redaktur, dalam *Jurnal Perempuan*, 2013: 4-5). Kalangan ini biasanya mendapat sebutan sebagai ibu moderen (*modern-mom*). *Kempat*, meninggalkan karir dan memfokuskan diri terhadap keluarga sambil berupaya membangun karir secara mandiri. Bagi mereka peran domestik merupakan peran utama kaum perempuan namun peran itu sama sekali tidak menghambat potensi mereka untuk berkontribusi bagi pembangunan ekonomi keluarga (Akbas, 2013; Hermawati dkk.: 2012). Mereka ini identik dengan sebutan ibu rumah tangga profesional (*professional mother*) atau *momprenneur*.

Model yang keempat ini belakangan berkembang baik dengan muatan “sekular” maupun “religius”. *Momprenneur* dengan kecenderungan “sekular” ditandai oleh nihilnya landasan normatif dan religius di dalamnya. Sementara *momprenneur* dengan kecenderungan “religius” memiliki landasan normatif dan religius di dalamnya. Kalangan ini misalnya menjadikan sosok Khadijah istri Rasulullah sebagai *role model* bagi *momprenneur* yang ideal. Mereka juga misalnya menyisipkan nilai-nilai spiritualitas dalam bentuk doa-doa pendukung keberhasilan wirausaha. Model demikian inilah yang penulis istilahkan dengan *muslimah momprenneur* (Akbas, 2013).

### **Peran Ekonomi Perempuan dalam Keluarga Sakinah Perspektif Regulasi**

Regulasi terkait peran ekonomi perempuan dalam keluarga sakinah dapat dirujuk ke dalam UU No. 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan (UUP) dan Kompilasi Hukum Islam (KHI). UUP menegaskan bahwa suami istri memiliki kewajiban yang sama dalam membangun keluarga yang menjadi fondasi masyarakat (UUP Pasal 30). Suami bertindak sebagai kepala rumah tangga, sedang istri sebagai ibu rumah tangga (UUP Pasal 31 ayat 3). Meski demikian hak dan kedudukan keduanya seimbang dalam keluarga, masyarakat dan di hadapan hukum (UUP Pasal

31 ayat 1 dan 2). Suami wajib melindungi dan memenuhi kebutuhan istri (UUP Pasal 34 ayat 1). Sedangkan istri wajib mengatur urusan rumah tangga dengan baik (UUP Pasal 34 ayat 2).

Senada dengan UUP, KHI juga menegaskan bahwa suami istri memiliki kewajiban yang sama dalam membangun rumah tangga sakinah (KHI Pasal 77 ayat 1). Sebagai kepala keluarga, menurut KHI suami memiliki kewajiban untuk membimbing istri dan keluarganya; melindungi dan memenuhi kebutuhannya; mendidik pengetahuan agamanya; serta membiayai nafkah, pakaian, kediaman, pendidikan, dan kesehatan (KHI Pasal 80). Sementara kewajiban istri menurut KHI adalah berbakti kepada suami dan mengatur keperluan rumah tangga sehari-hari (KHI, Pasal 83).

Sementara SK Dirjen Bimas Islam dan Haji Nomor: D/71/1999 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembinaan Gerakan Keluarga Sakinah, menegaskan bahwa pemberdayaan ekonomi keluarga menjadi salah satu aspek yang ditekankan dalam pembangunan keluarga sakinah, selain pembinaan agama, kesehatan, lingkungan dan penanggulangan penyakit menular seksual (Mubarak, 2015: 20-21; SK Bimas Islam dan Haji, 1999: Pasal 4). Pemberdayaan ekonomi keluarga dalam konteks ini adalah peningkatan kegiatan ekonomi kerakyatan seperti koperasi masjid, kelompok usaha produksi keluarga sakinah, koperasi majlis taklim, dan lainnya yang bersinergi dengan instrumen zakat, infak, dan sedekah.

Lebih dari itu Dirjen Bimas Islam dan Haji juga merinci nilai-nilai etik pemberdayaan ekonomi keluarga sakinah, sebagaimana dikutip Mubarak (2015: 22-23) berikut: *Pertama*, ajaran Islam tentang kerja. Di antaranya ajaran bahwa laki-laki bertanggung jawab bekerja dan perempuan mengatur rumah tangga; istri berhak bekerja dengan aturan tertentu; usaha harus halal dan baik; bekerja sesuai dengan kemampuan; dan melatih anak untuk bekerja. *Kedua*, ajaran Islam tentang belanja. Misalnya ajaran bahwa suami berkewajiban membelanjakan harta atau

memberikan nafkah; istri boleh membantu keuangan suami; istri bertanggung jawab mengatur keuangan rumah tangga; dan bersikap sederhana dalam berbelanja. *Ketiga*, ajaran Islam tentang tabungan untuk memenuhi kebutuhan primer tanpa melakukan penimbunan. *Keempat*, ajaran Islam tentang kepemilikan harta. *Kelima*, pola dan dasar ekonomi keluarga. Misalnya ajaran bahwa ekonomi berdimensi akidah dan ibadah serta seimbang. *Keenam*, usaha industri rumah tangga. Misalnya pembuatan abon, budi daya jamur, budi daya buah, dan budi daya sayur, dan lainnya. *Ketujuh*, manajemen rumah tangga.

Berdasarkan regulasi dan turunan materi program pembangunan keluarga sakinah tampak bahwa peran ekonomi perempuan dalam keluarga sakinah pada dasarnya bersifat sekunder. Tanggung jawab utamanya adalah mengatur rumah tangga. Meski demikian, istri memiliki hak untuk bekerja dengan aturan tertentu. Istri juga tidak bertanggung jawab menafkahi keluarga. Sementara terkait kepemilikan harta, tabungan, orientasi ekonomi, pengembangan industri rumah tangga, dan manajemen rumah tangga, tampak bahwa regulasi tidak membedakan peran dan kedudukannya dengan suami.

## METODE PENELITIAN

Artikel ini merupakan hasil kajian literer (*literary research*). Sumber data utamanya adalah enam eksemplar sampel majalah keluarga Islam *Hadila* yang terbit di Surakarta tahun 2015. Eksemplar majalah yang dianalisis adalah: edisi Januari (*Memulai Hari dengan Syukur*), Maret (*Romantislah Meski Sejenak*), April (*Women & Investmen*), Mei (*Modern Minus Sopan Santun*), Juni (*Cerdas Petakan Potensi Anak*), dan Desember (*Tenang Kala Berbadan 2*).

Melalui teknik dokumentasi, data dikumpulkan dari rubrik “Konsultasi Bisnis” dan rubrik “Usaha Kita” pada masing-masing edisi. Data dianalisis dengan menggunakan teknik analisis *framing* sebagaimana dikemukakan oleh Zongdang Pan dan Gerald M. Kosicki. Teks dianalisis dengan mencermati struktur sintaksis, skrip, tematik dan retorik. Dari struktur sintaksis,

perangkat yang dianalisis adalah skema berita dengan unit analisis terdiri dari *headline*, *lead*, latar, kutipan, sumber, pernyataan dan penutup. Dari struktur skrip, perangkat yang dianalisis adalah kelengkapan berita dengan unit analisis terdiri dari 5W+1H. Dari struktur tematik, perangkat yang dianalisis terdiri dari detail, maksud kalimat, hubungan, nominalisasi antar kalimat, koherensi, bentuk kalimat, dan kalimat ganti dengan unit analisis paragraf dan proposisi. Dari struktur retorik, perangkat yang dianalisis adalah leksikon, grafis, metafor, dan pengandaian dengan unit analisis terdiri dari kata, idiom, gambar/foto, dan grafik (Sobur, 2006: 176 dan Erianto, 2011: 297). Guna menganalisis relevansi konstruksi *muslimah mompreneur* dalam majalah *Hadila* dengan ketentuan normatif pembangunan keluarga sakinah di Indonesia, penyusun menggunakan pendekatan normatif komparatif.

## TEMUAN DAN PEMBAHASAN

### Majalah *Hadila*: Sarana Tarbiyah Keluarga Islami

Majalah *Hadila* terbit pertama kali pada tahun 2007. Majalah ini digawangi oleh Danie H. Soe'oad, Mulyanto Utomo, dan Supomo selaku pelindung dan pelaksana Yayasan Solopeduli Surakarta. Majalah ini terbit bulanan dan tidak diperjualbelikan. Tetapi diedarkan kepada donatur tetap yang berinfak minimal Rp. 10.000 setiap bulan kepada Yayasan Solopeduli. Persebaran dan oplahnya mencapai 38.000 eksemplar per bulan (Sidik, 2013; *Hadila*, Januari, 2015).

Majalah ini diterbitkan sebagai media dakwah dan tarbiyah (pembinaan) bagi para donatur serta sarana komunikasi dan transparansi aktifitas filantropis yayasan. Kecenderungan demikian tampak dari *tagline* “Sahabat Keluarga Menuju Takwa” dan rubrik *Tebar Peduli* yang ditampilkan dalam majalah. Melalui *tagline* demikian dan sejumlah rubrik yang ada di dalamnya, majalah ini hendak mengajak pembacanya menuju keluarga yang bertakwa.

Sedangkan melalui rubrik *Tebar Peduli, Hadila* menyajikan aktifitas-aktifitas sosial filantropis sebagai bentuk perwujudan tanggung jawab penyaluran dana sosial yang berasal dari Donatur (*Hadila*, edisi Januari, 2015).

Melalui *tagline* sebagaimana dikemukakan di atas, tampak bahwa segmentasi yang disasar majalah ini adalah keluarga Islam, khususnya keluarga muda Muslim. Hal ini semakin diperkuat dengan rubrikasi yang disajikan yang pada umumnya berkaitan dengan isu-isu di sekitar keluarga, perempuan, anak, dan *parenting* (keayahbundaan) selain persoalan syari'ah, dasar-dasar etika, dan keagamaan. Melalui sejumlah rubrikasi yang ada di dalamnya, majalah ini berupaya mewujudkan keluarga Islami yang bertakwa dengan karakter menjunjung syari'at (syar'i), berakhlak, berpengetahuan, sejahtera, terampil, sehat, dan memiliki kepedulian sosial (zakat, infak, sedekah, dan wakaf) (*Hadila*, edisi Januari, 2015).

Secara ideologis, majalah *Hadila* memiliki kecenderungan pada gerakan tarbiyah. Kecenderungan demikian tampak dari figur-figur kontributor utama majalah yang pada umumnya berafiliasi dengan gerakan tarbiyah. Misalnya saja Supomo selaku pimpinan umum dan kontributor tetap rubrik "*Telaga*," tercatat tergabung dalam Dewan Pimpinan Wilayah (DPW) PKS Jawa Tengah bidang Kesejahteraan Rakyat (lihat <http://temanggung.pks.id/2015/12/susunan-pengurus-dpw-pks-jawa-tengah.html>, diakses 13 Juni 2016). Demikian juga Farida Nur Aini, pengisi rubrik tetap "*Konsultasi Keluarga*," ia setidaknya tercatat sebagai kader yang aktif di antaranya dalam kegiatan Rumah Keluarga Indonesia (RKI) Dewan Pimpinan Daerah (DPD) Partai Keadilan Sejahtera (PKS) Kota Surakarta (lihat <http://pks-solo.or.id/news/6-dpc2/94-pks-laweyan-gelar-tabligh-akbar-hari-ibu.html>, diakses 13 Juni 2016). Sementara, Cahyadi Takariawan, kontributor tetap *Hadila* untuk rubrik "*Mahligai*," saat ini tercatat menjadi bagian Dewan Pengurus Pusat (DPP) PKS sebagai Ketua Bidang Wilayah Dakwah Sulawesi (<http://www.jateng.pks.id/index.php/read/news/detail/2126/Ini-Struktur-Pengurus-DPP-PKS>,

diakses 13 Juni 2016). Keterlibatannya dalam gerakan tarbiyah bahkan telah dimulai sejak 1988. Selain itu, ia juga tercatat sebagai editor senior pada penerbit Era Intermedia, salah satu penerbit di Surakarta yang konsen menerbitkan buku-buku berorientasi pada gerakan tarbiyah (Takariawan, 2013).

Gerakan tarbiyah merupakan gerakan dakwah yang terinspirasi oleh gerakan Ikhwanul Muslimin di Timur Tengah. Ikhwanul Muslimin merupakan organisasi Islam berhaluan modernis yang didirikan oleh Hasan Al-Banna di Mesir. Melalui komunitas-komunitas kecil aktivis kampus di tahun 1980-an gerakan ini kemudian berkembang pada era reformasi menjadi gerakan politis di bawah bendera Partai Keadilan (PK) tahun 1998 dan berubah menjadi Partai Keadilan Sejahtera (PKS) pada tahun 2004 (Masduqi, 2010: 200-203). Meski tidak mencanangkan berdirinya negara Islam, tetapi PKS mencanangkan nilai-nilai Islam sebagai sumber kebijakan dan hukum nasional. Guna melaksanakan nilai-nilai Islam tersebut mereka melakukan gerakan pembinaan (tarbiyah) kepada individu, keluarga, dan masyarakat sehingga kelak terealisasi pada tingkat negara dan dunia secara universal (Rinaldo, 2013: 27).

Tujuan utama gerakan tarbiyah adalah berupaya melakukan pembinaan dan perubahan menuju peradaban Islami secara bertahap, sistematis dan menyeluruh. Upaya perubahan tersebut dikenal dengan tahapan usaha (*maratib al-'amal*) yang dimulai dari: (1) membentuk individu; (2) membina keluarga; (3) membimbing masyarakat; (4) membebaskan tanah air dari segala bentuk hegemoni; (5) memperbaiki pemerintahan; (6) mewujudkan eksistensi umat Islam internasional (khilafah); dan (7) menjadi teladan bagi dunia (Al-Banna, 2012:168-169; Qardhawi, 2017: 148-149).

Berdasarkan tujuan gerakan tarbiyah tersebut tampak bahwa institusi keluarga merupakan salah satu aspek yang mendapat perhatian dalam tahapan pencapaian keberhasilan dakwah menuju terbentuknya peradaban yang Islami.

Guna mendukung hal tersebut, lebih jauh, institusi keluarga diharapkan memiliki karakter keluarga Islami sebagai berikut: (1) ditegakkan berlandaskan ibadah; (2) menginternalisasikan nilai-nilai Islam secara *kaffah*; (3) terdapat keteladanan (*qudwah*); (4) setiap anggota keluarga diposisikan sesuai syariat; (5) bekerjasama menerapkan nilai-nilai Islam; (6) rumah terkondisikan untuk menerapkan nilai-nilai Islam; (7) tercukupinya kebutuhan materi secara wajar; (8) rumah terhindar dari hal-hal yang bertentangan dengan semangat Islam; (9) anggota keluarga terlibat aktif membina masyarakat; dan (10) keluarga terjaga dari pengaruh lingkungan yang buruk (Takariawan, 2012: 7-18). Karakter demikian penting dimiliki setiap institusi keluarga muslim. Hal ini karena keluarga dalam konteks gerakan tarbiyah, memiliki peran-peran strategis, di antaranya sebagai: pendukung utama dakwah, basis sosial dakwah, lembaga pendidikan politik, penyuplai pelaku *mihwar* (fase dakwah), pemberi layanan dan advokasi kepada masyarakat, termasuk kesejahteraan ekonominya, dan penjaga moralitas (Budiyanto, 2010: 81).

### **Konstruksi Muslimah Mompreneur dalam Majalah Hadila**

Konstruksi *muslimah mompreneur* dalam majalah *Hadila*, dapat dilihat dari rubrik “Konsultasi Bisnis” (selanjutnya disingkat KB) dan rubrik “Usaha Kita” (selanjutnya disingkat UK). Rubrik KB yang disajikan pada kisaran halaman ke-19 dalam majalah *Hadila* ini diasuh oleh *Indonesian Islamic Business Forum* (IIBF) Solo Raya. Rubrik ini berbentuk tanya jawab yang diajukan pembaca di eks Karesidenan Surakarta, dan diulas secara singkat dan praktis dalam satu halaman. Sementara rubrik UK yang hadir pada kisaran halaman ke- 21-22 ini berbentuk liputan redaktur sepanjang dua halaman tentang profil usaha yang dilakukan masyarakat di wilayah eks Karesidenan Surakarta.

Konstruksi *muslimah mompreneur* dalam majalah *Hadila* dapat dilihat dari tiga aspek: (1) profil perempuan dan perannya dalam melakukan

usaha; (2) jenis usaha yang dilakukan; dan (3) motivasi usaha, yang mencakup faktor pendorong dan orientasi nilai dalam melakukan usaha.

#### **1. Profil Muslimah Mompreneur**

Dari sisi profil perempuan dan peran yang dimainkan dalam melakukan usaha, terdapat dua profil peran perempuan yang diketengahkan dalam *Hadila*. *Pertama*, ibu rumah tangga yang melakukan usaha secara mandiri. *Kedua*, ibu rumah tangga yang melakukan usaha bersama suaminya, baik bertindak sebagai inisiator, partner, atau asisten suami. Maksud sebagai inisiator adalah ibu rumah tangga berperan aktif mendirikan usaha. Sedang yang dimaksud sebagai partner adalah ibu rumah tangga yang berperan secara bersama-sama dengan suaminya dalam mengembangkan usaha. Sementara yang dimaksud sebagai asisten adalah ibu rumah tangga yang berperan sebagai pembantu melaksanakan usaha suaminya.

Profil ibu rumah tangga yang melakukan usaha secara mandiri tampak dari struktur skrip *Hadila* yang menampilkan sosok ibu rumah tangga pengusaha donat (Rubrik KB, dalam *Hadila*, Januari 2015); pengusaha makanan halal (Rubrik UK, dalam *Hadila*, Januari, 2015); pengusaha kain perca (Rubrik KB, dalam *Hadila*, Maret, 2015); pengusaha pernik anak (Rubrik UK, dalam *Hadila*, Januari, 2015); pengusaha perawatan kecantikan (Rubrik UK, dalam *Hadila*, Juni, 2015); pengusaha penitipan anak (Rubrik KB, dalam *Hadila*, Juni, 2015); dan pengusaha aksesoris (Rubrik KB, dalam *Hadila*, Desember, 2015).

Profil ibu rumah tangga yang melakukan usaha secara mandiri misalnya tampak dari sosok penanya anonim seorang ibu dengan dua anak yang masih kecil yang pernah melakukan usaha donat namun ditinggalkan untuk melahirkan anak pertamanya (Rubrik KB, dalam *Hadila*, Januari, 2015). Contoh sosok ibu rumah tangga lainnya yang melakukan usaha secara mandiri adalah Fitri Sundari. Ia adalah pengusaha makanan halal, pemilik Tsabita Bakery. Usaha yang dilakukannya bermodal keterampilan membuat

kue Sus yang dimilikinya. Ia pernah berjualan keliling di Pasar Klewer (Rubrik UK, dalam *Hadila*, Januari, 2015).

Sementara profil ibu rumah tangga yang melakukan usaha bersama suami tampak dari struktur skrip yang menampilkan beberapa sosok ibu rumah tangga baik sebagai asisten, inisiator, maupun partner usaha. Pada Rubrik UK (dalam *Hadila*, April, 2015) misalnya ditampilkan sosok Dian, ibu rumah tangga yang bertindak sebagai asisten usaha suaminya. Bersama suaminya (Wirid Sri Nugroho) ia mengembangkan ternak puyuh. Usaha itu dilakukan agar tidak menyita waktu dan tenaga sehingga punya waktu cukup bersama keluarga. Usaha itu juga dilakukan agar dapat berbuat banyak bagi keluarga. Sementara pada Rubrik UK (dalam *Hadila*, Mei, 2015) ditampilkan ibu rumah tangga bernama Paramitha Cahyaningsih inisiator usaha *pancake* durian yang dibantu oleh suaminya. Paramitha mendirikan usaha dengan nama “Falilah Durian”. Ia seorang bidan yang mendirikan usaha dengan modal *learning by doing* dibantu suaminya. Usahanya berawal dari kegemaran keluarga makan durian. Ia pun kemudian mencoba membuat *pancake* durian untuk dikonsumsi keluarga, namun diminati orang lain dan berkembang menjadi usaha. Sedangkan pada Rubrik UK (dalam *Hadila*, Desember, 2015) ditampilkan ibu rumah tangga yang bersama-sama dengan suaminya membangun usaha penerbitan Lembar Kerja Siswa (LKS).

## 2. Jenis Usaha Muslimah Mompreneur

Dari jenis usaha yang dilakukan, terdapat dua jenis usaha yang ditampilkan dalam majalah *Hadila*. *Pertama*, jenis usaha yang identik dengan dunia perempuan. *Kedua*, jenis usaha yang kurang identik dengan perempuan. Jenis usaha yang identik dengan perempuan, merujuk Subono (dalam *Jurnal Perempuan*, 2012: 151) maksudnya model-model usaha terkait jasa layanan personal, klerikal, pendidikan, kesejahteraan dan kesehatan. Jenis-jenis usaha tersebut tergambar dari struktur sintaksis (khususnya *headline* dan *lead*), struktur skrip,

struktur tematik (khususnya detail), dan struktur retorik (khususnya grafis/foto) *Hadila*.

Terkait dengan jenis usaha yang identik dengan dunia perempuan, usaha yang diketengahkan secara garis besar berkisar pada usaha kuliner, *fashion*, dan pendidikan. Tergolong dalam usaha kuliner misalnya usaha donat (Rubrik KB, dalam *Hadila*, Januari, 2015) dan makanan halal (Rubrik UK, dalam *Hadila*, Januari, 2015). Sedangkan yang termasuk dalam usaha *fashion* misalnya kain perca (Rubrik KB, dalam *Hadila*, Maret, 2015), pernik balita (Rubrik UK, dalam *Hadila*, Maret, 2015), jahit (Rubrik KB, dalam *Hadila*, April, 2015), perawatan kecantikan (Rubrik UK, dalam *Hadila*, Juni, 2015), dan usaha aksesoris (Rubrik KB, dalam *Hadila*, Desember, 2015). Sementara yang tergolong usaha pendidikan adalah jasa penitipan anak (Rubrik KB, dalam *Hadila*, Juni, 2015) dan penerbitan LKS (Rubrik UK, dalam *Hadila*, Desember, 2015). Pada usaha yang identik dengan dunia perempuan, tampak bahwa ibu rumah tangga mampu bertindak sebagai inisiator secara mandiri. Terkait jenis usaha yang kurang identik dengan dunia perempuan, *Hadila* menampilkan usaha semisal peternakan (Rubrik UK dalam *Hadila*, April, 2015). Dalam jenis usaha ini, perempuan berperan sebagai asisten terhadap usaha yang dilakukan suaminya.

## 3. Motivasi Usaha Muslimah Mompreneur

Dilihat dari hal-hal yang memotivasi usaha yang dilakukan oleh ibu rumah tangga dalam *Hadila* setidaknya dapat dikelompokkan ke dalam faktor pendorong usaha dan orientasi nilai dalam berusaha. Berdasarkan aspek yang mendorong ibu rumah tangga melakukan usaha, *Hadila* menampilkan beberapa hal berikut:

*Pertama*, agar bisa lebih fokus dan maksimal menjalankan fungsi dalam rumah tangga. Hal ini misalnya tampak dari struktur skrip yang mendeskripsikan usaha perawatan kecantikan yang dilakukan seorang dokter perawatan kulit yang *resign* dari pekerjaannya dan membuka usaha secara mandiri dengan maksud agar tidak terganggu melaksanakan

tugas mengantar dan menjemput anaknya sekolah (Rubrik UK, dalam *Hadila*, Juni, 2015). *Kedua*, untuk mengembangkan keterampilan, minat dan kesenangan yang telah lama dimiliki. Hal ini misalnya tampak dari struktur tematik-detail yang mendeskripsikan usaha perawatan kecantikan sebagaimana disebutkan sebelumnya, yang selain untuk memaksimalkan tugas rumah tangga, juga dilakukan karena yang bersangkutan memiliki kesenangan di bidang perawatan kecantikan (Rubrik UK, dalam *Hadila*, Juni 2015). Selain itu dapat dilihat juga pada struktur skrip-kelengkapan berita tentang usaha *pancake* durian yang dilakukan berawal dari hobi keluarga mengonsumsi durian dan kesenangan membuat produk olahan makanan yang dimiliki (Rubrik UK, dalam *Hadila*, Mei, 2015). *Ketiga*, ingin berpenghasilan tanpa bergantung pada pekerjaan yang berasal dari orang lain. Hal ini misalnya terlihat dari struktur skrip-kelengkapan berita yang mendeskripsikan usaha penerbitan LKS oleh Sulistiyowati dan suaminya, yang sebelumnya berstatus sebagai karyawan namun memilih memulai usaha secara mandiri karena tidak ingin selamanya menjadi karyawan yang bergantung pada usaha orang lain sehingga bisa lebih bermanfaat pula bagi orang lain (Rubrik UK, dalam *Hadila*, Desember, 2015).

Berdasarkan aspek orientasi nilai yang ditekankan terhadap ibu rumah tangga dalam melakukan usaha, secara garis besar *Hadila* menampilkan dua orientasi nilai yang penting dalam berwirausaha yakni: *pertama*, orientasi nilai profesionalitas. *Kedua*, orientasi nilai religiusitas. Nilai profesionalitas yang dibangun dalam konteks ini di antaranya terkait dengan pentingnya meningkatkan kemampuan strategi usaha khususnya terkait aspek produksi dan pemasaran. Terkait hal ini misalnya dalam melakukan usaha aksesoris, *Hadila* menawarkan nilai profesionalitas (produksi dan pemasaran) usaha sebagai berikut: (1) sesuaikan dengan segmen pelanggan. (2) sesuaikan dengan daya beli masyarakat. (3) penuhi kepuasan pelanggan. (4) sediakan produk yang variatif. (5) tingkatkan penataannya. (6) promosi yang kreatif (Lihat

struktur tematik-detail Rubrik KB, dalam *Hadila*, Desember, 2015).

Selain persoalan profesionalitas, aspek religiusitas juga mendapatkan penekanan dalam orientasi nilai usaha. Terkait hal ini misalnya *Hadila* menegaskan orientasi spiritualitas usaha sebagai berikut: (1) niat usaha semata karena Allah. Hal ini misalnya tampak dari struktur sintaksis dan tematik terkait usaha percetakan LKS yang dirintis Sulistiyowati. Berbekal niat karena Allah dan keyakinan bahwa Allah akan memberi kemudahan jika pelaku usaha mengutamakan hak-hak orang lain (karyawan), usaha yang dijalankannya berkembang dengan baik dan mendapat kemudahan-kemudahan (Rubrik UK, dalam *Hadila*, Desember, 2015). (2) Membulatkan tekad (keyakinan), kerja keras, dan tidak putus asa. Nilai-nilai spiritualitas semacam ini hampir selalu menyertai jenis usaha yang ditampilkan dalam *Hadila*. Misalnya saja usaha ternak puyuh yang dilakukan setelah melewati sejumlah uji coba jenis usaha lain yang kurang memuaskan (Lihat struktur tematik-detail Rubrik UK, dalam *Hadila*, edisi April 2015); usaha percetakan LKS yang dimulai dari modal minim hingga memiliki karyawan 40 orang (Lihat struktur tematik-detail Rubrik UK, dalam *Hadila*, Desember 2015); dan usaha makanan halal yang dilakukan dengan jatuh bangun hingga setelah sembilan tahun berhasil memiliki beberapa cabang usaha (Lihat struktur tematik Rubrik UK, dalam *Hadila*, Januari, 2015).

(3) Memiliki empati, rasa peduli, dan relasi sosial yang baik. Selain profesionalitas dalam produksi dan pemasaran, membantu dan berbuat baik kepada orang lain dapat menjadi faktor sukses usaha yang terkadang datang tanpa diduga di saat yang tepat. Hal ini misalnya berdasarkan pengalaman Erina Rose, ibu rumah tangga pengusaha pernik anak dan bayi yang mendapat kemudahan bisnis dari buah kebajikannya menolong orang lain, lalu orang tersebut tanpa diduga menawarkan jalan usaha yang dibutuhkannya di saat ia membutuhkan jenis usaha yang lebih baik (Lihat struktur sintaksis-*lead* dan kesimpulan Rubrik UK, dalam *Hadila*, Maret, 2015).

Memperhatikan profil peran perempuan dalam usaha, jenis usaha yang dilakukan, dan motivasi di balik usaha yang dilakukan, tampak bahwa *Hadila* mengonstruksikan perempuan sebagai ibu rumah tangga yang memiliki usaha, umumnya jenis usaha yang ramah perempuan, baik secara mandiri maupun bersama-sama dengan suaminya, dengan tetap mengutamakan fungsi keibuan (*motherhood*) dalam rumah tangganya, pengembangan diri dan kemandirian, disertai nilai-nilai profesionalitas dan religiusitas dalam usaha yang dilakukannya. Secara keseluruhan, peran ekonomi perempuan dalam keluarga seperti inilah yang penulis sebut sebagai konstruksi *muslimah mompreneur* dalam majalah *Hadila*.

### **Relevansi *Muslimah Mompreneur***

Konstruksi *muslimah mompreneur* dalam *Hadila* tidak dapat dipisahkan dari orientasi ideologi gerakan tarbiyah. Secara umum *Hadila* merepresentasikan konsen gerakan tarbiyah membina keluarga yang Islami sebagai prasyarat masyarakat dan bangsa yang Islami. Salah satu dimensi keluarga Islami itu dikonstruksikan melalui konstruksi *muslimah mompreneur* yang menjadi model peran ekonomi perempuan dalam membangun keluarga Islam (*sakinah*). Konstruksi *muslimah mompreneur* itu ditandai oleh peran ibu rumah tangga sebagai pelaku usaha baik yang identik maupun yang kurang identik dengan dunia perempuan, baik dilakukan secara mandiri maupun bersama suami, dengan dilandasi profesionalitas dan religiusitas untuk memaksimalkan fungsi dalam rumah tangga (*household*), aktualisasi diri, dan kemandirian.

Konstruksi demikian menegaskan bahwa peran perempuan dalam pembangunan ekonomi keluarga yang dikehendaki *Hadila* adalah ibu rumah tangga *plus*, yakni ibu rumah tangga yang memaksimalkan peran di dalam rumah tangga sekaligus memiliki kemandirian ekonomi yang mendukung kesejahteraan keluarga. Kemandirian itu tidak semata berorientasi material tetapi berorientasi profesionalitas (berkompeten) dan religiusitas (semata karena Allah, empati, bekerja keras, tidak putus asa,

kepedulian sosial, mengutamakan hak orang lain dan seterusnya) sebagai model ideal peran ekonomi perempuan dalam pembangunan keluarga yang Islami. Model kehidupan keluarga yang Islami yang direpresentasikan dari model peran ekonomi perempuan dalam keluarga yang Islami itu, dalam ideologi gerakan tarbiyah, menjadi penting sebagai modal pembangunan masyarakat yang Islami dan kehidupan berbangsa yang Islami (melaksanakan syari'at Islam secara menyeluruh). Dengan kata lain, melalui konstruksi *muslimah mompreneur*, majalah *Hadila* berupaya pula menegaskan bahwa kemandirian peran ekonomi perempuan dalam keluarga adalah identitas keluarga Islam.

Jika dikomparasikan dengan konstruksi peran perempuan dalam pembangunan keluarga sakinah sebagaimana yang ditegaskan dalam perundangan keluarga di Indonesia (UUP, KHI, dan SK Dirjen Bimas Islam/Haji), pada prinsipnya konstruksi *Hadila* sejalan dengan konstruksi perundangan. Dalam konteks ini, keduanya menekankan pembakuan (*domestikasi*) peran perempuan dalam keluarga namun membuka ruang secara fleksibel bagi pemberdayaan peran ekonomi perempuan dalam keluarga. *Hadila* melakukannya dengan membingkai profil ibu rumah tangga muslimah berwirausaha (*muslimah mompreneur*), sementara regulasi keluarga sakinah mengimplementasikannya melalui program pemberdayaan ekonomi keluarga dalam bentuk berbagai program industri rumah tangga keluarga sakinah.

Dengan kata lain konstruksi *muslimah mompreneur* sejalan dengan arah kebijakan regulasi keluarga sakinah. Kesepadanan ini tidak aneh mengingat secara konseptual konsepsi peran ekonomi perempuan yang dikembangkan *Hadila* berakar pada pandangan moderat yang tidak secara ketat membatasi dan secara longgar membebaskan peran perempuan dalam keluarga. Pandangan demikian juga yang melandasi arah kebijakan peran ekonomi perempuan dalam keluarga yang digariskan dalam regulasi keluarga sakinah.

Pandangan demikian belakangan mulai dikritisi khususnya oleh kalangan feminis karena bersifat patriarkis dan dapat mendorong pada pembatasan serta domestikasi peran gender. Kalangan feminis pada umumnya menawarkan prinsip kemitraan (*partnership*) tanpa pembakuan di mana peran ekonomi dalam rumah tangga bersifat pilihan tergantung kondisi selama berdampak positif bagi kehidupan keluarga. Konsepsi demikian menuntut perubahan cara pandang tentang peran ekonomi perempuan dalam keluarga yang cenderung patriarkis menjadi cara pandang yang bersifat egaliter humanis. Dengan cara pandang demikian suami istri dituntut saling bekerjasama, berbagi peran dalam rumahtangga dan berorientasi pada kebaikan (kemaslahatan) keluarga. Namun, tawaran demikian juga tidak sepenuhnya bebas dari kekurangan, di antaranya minimnya waktu bersama keluarga yang turut berpengaruh pada kualitas ketahanan keluarga.

Jika dikomparasikan dengan tawaran teoretik Gilbert (2004: 30-35) terkait pilihan peran perempuan di antara karir dan keluarga pada bagian sebelumnya, tampak bahwa konstruksi *muslimah mompreneur* lebih dekat dengan model neo-tradisional dibanding model tradisional, moderen, dan apalagi model posmoderen. Hanya saja, dibanding model neo-tradisional tawaran Gilbert, konstruksi *muslimah mompreneur* lebih progresif dengan menekankan pelaksanaan peran dalam rumah tangga secara maksimal dan pengembangan peran ekonomi secara mandiri dan independen. Sementara jika dibandingkan dengan Wall (2007: 87-88), konstruksi *muslimah mompreneur* berbeda dengan ketiga kategori yang ditawarkannya. Konstruksi *muslimah mompreneur* tidak menekankan karir paruh waktu di luar rumah untuk tetap bisa mengurus keluarga, tidak menekankan pembagian peran dengan suami agar karir berjalan, dan tidak mendorong meninggalkan karir agar bisa menjadi *full mother* sebagaimana kategori tawaran Wall. Berbeda dengan Wall, konstruksi *muslimah mompreneur* menekankan secara integral kemandirian peran ekonomi perempuan

dari rumah tanpa meninggalkan peran dalam rumah tangga.

Sementara jika dikomparasikan dengan tawaran teoretik *mompreneur* yang “sekular” sebagaimana dikemukakan pada bagian sebelumnya, konstruksi *muslimah mompreneur* memiliki kesamaan dalam hal integrasi kemandirian peran ekonomi dan peran dalam rumah tangga. Demikian juga keduanya memiliki kesamaan dalam hal kecenderungan ke arah domestikasi yang lebih fleksibel. Namun dalam hal orientasi spiritual, keduanya relatif berbeda di mana *mompreneur* cenderung bersifat sekular dan *muslimah mompreneur* cenderung pada penguatan nilai-nilai normatif dan religius Islam. Dengan kata lain, dari perspektif teoretik pilihan peran perempuan dalam mengurai dilema karir dan keluarga, konstruksi *muslimah mompreneur* lebih prospektif dalam hal adanya integrasi antara peran dalam rumah tangga secara maksimal dengan kemandirian ekonomi serta mengandung muatan normatif dan religiusitas Islam di dalamnya.

Begitu pula jika dibandingkan dengan tawaran teoritik dilema peran ekonomi perempuan dalam keluarga yang berkembang dalam sejumlah literatur di Indonesia, konstruksi *muslimah mompreneur* berbeda dengan model *full-mother*, *super-mom*, *modern-mom*, dan *mompreneur* seperti diuraikan sebelumnya. Konstruksi *muslimah mompreneur* tidak menawarkan menjadi ibu rumah tangga seutuhnya sebagaimana model *full-mother*; atau memikul beban ganda dengan berkarir di luar rumah dan melakukan tugas kerumahtangaan sebagaimana model *super-mom*; atau memilih berkarir dan berbagi tugas dalam rumah tangga dengan suami sebagaimana model *modern-mom*; atau melaksanakan peran dalam rumahtangga yang terintegrasi dengan peran ekonomi dari rumah namun minus nilai-nilai religiusitas di dalamnya sebagaimana model *mompreneur*. Lebih dari itu, konstruksi *muslimah mompreneur* menawarkan upaya memaksimalkan peran dalam rumah tangga yang terintegrasi dengan upaya mengembangkan peran ekonomi secara

mandiri dari rumah didasari nilai-nilai normatif dan religiusitas Islam.

## SIMPULAN

Berangkat dari pembahasan di atas dapat disimpulkan beberapa hal berikut: *pertama*, konstruksi *muslimah mompreneur* yang ditawarkan *Hadila* adalah perempuan sebagai ibu rumah tangga yang memiliki usaha yang akrab dengan dunia perempuan, baik dilakukan secara mandiri maupun bersama-sama dengan suami, dilandasi nilai-nilai profesional dan religius, dengan tujuan memaksimalkan peran perempuan dalam rumah tangga (*household*), pengembangan diri, dan kemandirian.

*Kedua*, konstruksi *muslimah mompreneur* sebagai model peran ekonomi perempuan dalam pembangunan keluarga sakinah yang ditawarkan *Hadila* relevan dengan konstruksi peran ekonomi perempuan dalam pembangunan keluarga sakinah yang diatur dalam regulasi keluarga di Indonesia. Ini karena sebagaimana perundangan, konstruksi *muslimah mompreneur* memandang peran ekonomi perempuan bukan sebuah kewajiban namun terbuka untuk dilakukan oleh perempuan dan bersifat komplementer. Dengan demikian, konstruksi *muslimah mompreneur* menekankan pembakuan (*domestikasi*) peran perempuan dalam keluarga namun membuka ruang secara fleksibel bagi pemberdayaan peran ekonomi perempuan dalam keluarga. Fleksibilitas tersebut nampak dari kemungkinan peran ekonomi perempuan baik yang dilakukan secara mandiri maupun bersama suami dengan tetap menempatkan peran dalam rumah tangga sebagai hal yang utama. Meski sejalan dengan perundangan, pada aspek tertentu, konstruksi *muslimah mompreneur* juga mempertegas model peran ekonomi perempuan dalam keluarga yang dilandasi nilai-nilai normatif dan religiusitas Islam. Hal ini menandakan konstruksi *muslimah mompreneur* juga hendak menegaskan bahwa kemandirian ekonomi perempuan dalam keluarga merupakan identitas keluarga yang Islami. Hal ini wajar mengingat *Hadila* adalah majalah keluarga Islam yang berafiliasi pada ideologi gerakan

tarbiyah yang bertujuan membentuk identitas masyarakat yang Islami melalui keluarga Islami.

Berangkat dari konstruksi demikian, konstruksi *muslimah mompreneur* dalam *Hadila* berbeda dengan sejumlah tawaran teoretik terkait dilema perempuan di antara karir dan keluarga. Ia berbeda dengan model tradisional, neo-tradisional, moderen, dan posmoderen tawaran Gillbert. Ia juga berbeda dengan model karir paruh waktu, pembagian peran dalam rumahtangga, dan *full mother* seperti tawaran Wall. Ia juga berbeda dengan model tawaran *mompreneur* "sekular". Lebih dari itu ia juga berbeda dengan model *full-mother*, *super-mom*, *modern-mom*, dan *mompreneur* yang berkembang di tengah masyarakat di Indonesia sebagaimana yang ditawarkan dalam sejumlah literatur. Perbedaan konstruksi *muslimah mompreneur* tersebut terletak pada tawaran upaya melaksanakan peran dalam rumah tangga secara maksimal yang terintegrasi dengan upaya mengembangkan peran ekonomi perempuan secara mandiri dari rumah didasari nilai-nilai profesionalitas dan religiusitas Islam. Tawaran demikian turut memperkaya alternatif dalam menyikapi dilema karir dan keluarga Muslim di Indonesia, meskipun pilihan ini cenderung patriarkis dan domestikatif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbas, Dian. 2013. *Muslimah Mompreneur: Isnpirasi Bisnis Perempuan Sepanjang Masa: Dari Khadijah hingga Perempuan Modern*. Solo: Pustaka Arafah.
- Aminah, Mia Siti. 2010. *Muslimah Career: Mencapai Karir Tertinggi di Hadapan Allah, Keluarga, dan Pekerjaan*. Yogyakarta: Pustaka Ghratama.
- Agama, Kementerian. 2011. *Petunjuk Teknis Pembinaan Gerakan Keluarga Sakinah*. Jakarta: Kementerian Agama.
- A. Maritz and O. Thongprovati. 2010. "Motherhood and Entrepreneurship: The Mumpreneur Phenomenon". Dalam *The*

- International Journal of Organizational Innovation*, Vol 3, Num 1, Summer.
- Al-Banna, Hasan, 2012. *Risalah Pergerakan Ikhwanul Muslimin*, terj. Abu Ridho, Jilid 2. Solo: PT Era Adicitra Intermedia.
- Budiyanto, Dwi. 2010. *Seri Keluarga Dakwah, Rumah Kita Penuh Berkah: Peran Keluarga Dakwah di Mihwar Daulah*, Cet. 1. Solo: PT. Era Adicitra Intermedia.
- Ekinsmyth, Carol. 2014. Mothers' Business, Work/Life and the Politics of 'Mumpreneurship', dalam *Gender, Place & Culture: A Journal of Feminist Geography*. 21: 10.
- Eriyanto. 2011. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Al-Faruqi, Lanya'. 1991. *Women, Muslim Society, and Islam*. USA: American Trust Publications.
- Gilbert, Neil. 2004. *A Mother's Work: How Feminism, the Market, and Policy Shape Family Life*. London: Yale University Press.
- Haunan, Ummu. 2015. *Surgamu Ada di Rumahmu*. Solo: Multazam.
- Hermawati, Ade dkk., 2012. *Hei, Ini Aku Ibu Profesional*. Yogyakarta: Leutikaprio.
- Huet, Katia Richomme. 2013. "Mumpreneurship: a new concept for an old phenomenon?", dalam *IInt. J. Entrepreneurship and Small Business*, Vol. 19, No. 2.
- Maritz, A. and O. Thongprovati. 2010. "Motherhood and Entrepreneurship: The Mumpreneur Phenomenon". Dalam *The International Journal of Organizational Innovation*, Vol 3, Num 1, Summer.
- Mubarok, Jaih. 2015. *Pembaruan Hukum Perkawinan di Indonesia*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Qardhawi, Yusuf, 2017, *Kembali dalam Dekapan Tarbiyah*. Solo: PT Era Adicitra Intermedia.
- Redaktur, "Catatan Jurnal Perempuan: Stigma", dalam *Jurnal Perempuan*, Vol. 18 No. 1, Maret 2013.
- Rinaldo, Rachel. 2013. *Mobilizing Piety: Islam and Feminism in Indonesia*". New York: Oxford University Press.
- Setiati, Eni. 2011. *Super Mommy: Menjadi Ibu Istimewa, Buah Hati Luar Biasa*. Jakarta: Buku Kita.
- Sobur, Alex. 2006. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sidik, 2015. *Wajah Agama Media Islam Populer: Mengenal Majalah Islam di Surakarta dan Sekitarnya Pasca Reformasi*. Surakarta: IAIN Press.
- Subono, Nur Iman. 2012. "Kata dan Makna", dalam *Jurnal Perempuan*. Vol. 17. No. 3, September.
- Sztompka, Piotr, 2014. *Sosiologi Perubahan Sosial*, Cet. 7, Jakarta: Prenada.
- Takariawan, Cahyadi dkk. 2012. *Seri Madah Tarbiyah 3, Keakhwatan: Bersama Tarbiyah Mempersiapkan Tegaknya Rumah Tangga Islami*, Cet. 1. Solo: PT. Era Adicitra Intermedia.
- Takariawan, Cahyadi. 2013. *Di Jalan Dakwah Aku Menikah*. Cet. 6. Surakarta: PT. Era Intermedia.
- Toersilaningsih, Rani. 2012. "Struktur Keluarga, Demografi Ekonomi dan Kebijakan Negara di Indonesia", dalam *Jurnal Perempuan*. Vol. 17, No. 3 September.
- Wall, Karin. 2007. "Main Patterns in Attitudes to the Articulation Between Work and Family Life: a Cross-National Analysis", dalam *Women, Men, Work and Family in Europe*. New York: Palgrave Macmillan.
- Undang-undang, Majalah & Website:**
- UU No. 1 Tahun 1974 tentang Perkawinan.
- INPRES No. 1 tahun 1991 tentang Kompilasi Hukum Islam.
- SK Dirjen Bimas Islam dan Urusan Haji Nomor: D/71/1999 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembinaan Gerakan Keluarga Sakinah.
- Hadila*, No. 91, Januari 2015.
- Hadila*, No. 93, Maret 2015.

*Hadila*, No. 94, April 2015.

*Hadila*, No. 95, Mei 2015.

*Hadila*, No. 96, Juni 2015.

*Hadila*, No. 102, Desember 2015.

<http://www.hadila.com>

<http://rumahkeluargaindonesia.com>

<http://temanggung.pks.id/2015/12/susunan-pengurus-dpw-pks-jawa-tengah.html>

<http://pks-solo.or.id/news/6-dpc2/94-pks-laweyan-gelar-tabligh-akbar-hari-ibu.html>, diakses 13 Juni 2016.

<http://www.jateng.pks.id/index.php/read/news/detail/2126/Ini-Struktur-Pengurus-DPP-PKS>, diakses 13 Juni 2016.

