

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Peran

1. Pengertian Peran

Peran merupakan perilaku yang diharapkan dari seseorang berdasarkan kedudukannya dalam suatu organisasi atau masyarakat.¹ Dalam bahasa Inggris peran disebut “*role*” atau “*person’s task or duty in undertaking*”, yang berarti tugas atau kewajiban seseorang dalam melakukan pekerjaan.² Menurut Koentjaraningrat, peran adalah pola perilaku yang diharapkan dari individu dengan status atau posisi tertentu dalam organisasi atau sistem.³ Soerjono Soekanto menyatakan bahwa peran merupakan aspek dinamis dari kedudukan (status), di mana seseorang menjalankan hak dan kewajibannya sesuai dengan posisinya dalam suatu peranan.

Peran dapat diartikan sebagai harapan perilaku seseorang sesuai dengan kedudukannya dalam kelompok atau masyarakat. Suatu peran paling sedikit mencakup tiga hal, yaitu:

- a. Peran meliputi norma-norma yang diungkapkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat
- b. Peran adalah suatu konsep tentang apa yang dilakukan oleh individu

¹ Departemen Pendidikan Nasional., Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat (Jakarta: Pt. Gramedia Pustaka Utama, 2014).

² Syamsir, T., Organisasi Dan Manajemen : Perilaku, Struktur, Budaya & Perubahan Organisasi (Bandung: Alfabeta, 2014).

³ Kustini, N.I., “Experiential Marketing, Emotional Branding, and Brand Trust and Their Effect on Loyalty on Honda Motorcycle Product,” *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura* 14, no. 1 (2011): 19-28.

- c. dalam masyarakat sebagai organisasi
- d. Peran dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting sebagai struktur sosial masyarakat

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa peran adalah suatu patokan seseorang untuk berperilaku sesuai dengan kedudukan (status) yang dimilikinya. Adapun pembagian peran menurut tujuannya yaitu:

- a. Peran domestik, merupakan kegiatan atau bagian yang dimainkan seseorang yang dkhhususkan di dalam rumah tangga yang tidak menghasilkan penghasilan, yang mana perannya hanya mengurus hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan rumah tangga saja.
- b. Peran publik, merupakan kegiatan atau bagian yang dimainkan oleh seseorang yang dilakukan di luar rumah tangga yang tujuannya untuk mendapatkan atau memperoleh penghasilan

B. Facebook

1. Pengertian Facebook

Facebook berasal dari dua kata “*Face*” yang berarti muka/wajah dan “*book*” yang berarti buku, sedangkan definisi *Facebook* yakni sebuah situs jejaring sosial yang memungkinkan penggunanya dapat saling berinteraksi pengguna *Facebook* lainnya di seluruh dunia.⁴

Facebook merupakan layanan jejaring sosial dan situs web yang diluncurkan pada Februari 2004 yang dikendalikan dan dimiliki oleh

⁴ Mira Ziveria, “Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Efektif Pendukung Kegiatan Perkuliahan Di Program Studi Sistem Informasi Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbe,” *Jurnal Sains Dan Teknologi* 4, no. 2 (2017): 171-178.

Facebook, Inc. Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama teman sekamarnya yang sesama mahasiswa ilmu komputer Eduardo Saverin. Keanggotaan situs web ini pada mulanya hanya terbatas untuk mahasiswa Harvard saja, setelah itu diperluas ke perguruan lain di Boston, Ivy League, dan Universitas Stanford. Pada bulan Januari 2011, *Facebook* memiliki lebih dari 600 juta pengguna aktif. Data statistik dari pengguna *Facebook* menunjukkan AS berada di posisi teratas dengan pengguna sebanyak 146 juta, Jepang berada di peringkat 53 secara global, hal yang mengejutkan ialah pemakai *Facebook* di Indonesia berada di peringkat kedua dengan 33 juta pengguna, disusul Inggris di peringkat ketiga dengan pengguna sebanyak 33. Studi Compleat.com bulan Januari 2009 menempatkan *Facebook* sebagai layanan jejaring sosial yang paling banyak digunakan menurut pengguna aktif bulanan di seluruh dunia.⁵

Facebook merupakan *platform* media sosial yang dikembangkan oleh perusahaan bernama Meta, yang juga mengembangkan *platform* sejenis yaitu *Instagram* dan *Whatsapp*. Ketiganya merupakan aplikasi media sosial yang cukup populer di kalangan masyarakat Indonesia

Cepatnya perkembangan *Facebook* dengan jumlah pengguna yang semakin banyak memberikan peluang yang menarik bagi siapapun khususnya di kalangan pebisnis termasuk para ibu rumah tangga, pengguna dapat melakukan kegiatan pemasaran atau promosi yang lebih baik tanpa perlu mengeluarkan biaya, *Facebook* memberikan fasilitas

⁵ *Ibid.*, H. 172

iklan kepada pengguna untuk memasarkan atau mempromosikan produk-produk mereka seperti tas, pakaian, kosmetik atau jasa. Peluang bisnis kemudian muncul yaitu dengan cara memberikan penawaran bisnis untuk tempat berkumpul dan melakukan kegiatan yang terjadi di *Facebook*.

2. *Facebook* dalam Meningkatkan Perekonomian

Facebook merupakan *social networking* yang menekankan dalam membangun jejaring pertemanan di dunia internet yang dapat memperoleh banyak teman sehingga banyak relasi/*networking*, banyak relasi berarti banyak kesempatan dalam berbisnis.

Facebook dimanfaatkan untuk membuka sebuah bisnis atau usaha secara online oleh banyak orang termasuk ibu rumah tangga dengan tujuan meningkatkan ekonomi. Dalam tujuan tersebut pasti perlu adanya peningkatan penjualan agar target yang diinginkan dapat tercapai. Hal ini perlu dilakukan promosi atau pemasaran yang efektif. Promosi sendiri memiliki tujuan yang bermacam-macam yakni memicu atau mendorong naiknya permintaan, meningkatkan keinginan calon konsumen untuk mencoba produk, menaikkan volume penjualan serta mencegah konsumen membeli produk lain atau membuat calon pembeli tertarik dengan produk terbaru yang ditawarkan. Menurut Kotler dan Armstrong, bauran promosi terdiri dari lima unsur yaitu:

- a. Iklan (*advertising*). Iklan merupakan komunikasi tidak langsung terhadap suatu produk atau layanan tertentu yang dibayar oleh perusahaan. Iklan digunakan untuk menarik perhatian konsumen

dan cukup populer atau dikenal oleh masyarakat. Iklan juga dapat digunakan pada media sosial *Facebook* untuk menginformasikan produknya pada calon konsumen.

- b. Pemasaran langsung (*dirrect marketing*). *Dirrect marketing* merupakan komunikasi kegiatan komunikasi secara langsung dengan konsumen dengan tujuan untuk memperoleh tanggapan secara langsung dari konsumen. Hal ini dapat diterapkan dengan menggunakan fitur komentar atau pesan pada *Facebook*.
- c. Pemasaran interaktif/media interaktif. Pemasaran interaktif menggunakan internet sebagai saluran utama. Pemasaran menggunakan internet memungkinkan terjadi interaksi timbal balik karena bersifat dua arah yang mana dapat berhubungan langsung dengan para konsumen.
- d. Promosi penjualan. Promosi penjualan merupakan suatu aktifitas memasarkan produk dengan menggunakan cara persuasif untuk menarik perhatian konsumen seperti memberikan promo, diskon, bonus, dll.
- e. Hubungan masyarakat. Hubungan masyarakat memiliki tujuan untuk menciptakan citra positif dari perusahaan sehingga meningkatkan rasa percaya dari masyarakat.⁶

Bauran promosi diatas dapat digunakan untuk meningkatkan bisnis atau penjualan dengan menggunakan *Faceboook* dengan

⁶ M.A. Morrisson, Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Cetakan ke-4 (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015).

memanfaatkan fitur-fiturnya. Dengan meningkatkan penjualan akan berdampak pada peningkatan ekonomi.

3. Fitur-Fitur *Facebook*

Facebook memiliki beberapa fitur-fitur menarik yang terdapat di dalamnya, antara lain :

a. *Timeline feeds/News feeds*

Pada fitur *Timeline feeds / News feeds*, *Facebook* memberikan layanan berupa *update* terbaru seputar postingan akun pengguna maupun halaman yang diikuti. Terdapat berbagai bentuk postingan informasi yang dapat diperoleh oleh pengguna, yakni teks (postingan status), gambar, maupun video. Pada fitur ini, pengguna dapat memberikan tanggapan berupa reaksi, komentar, dan berbagi postingan baik di dalam *platform Facebook* maupun *platform* media sosial lainnya. Selain berupa postingan pengguna, fitur ini juga menampilkan iklan-iklan bisnis yang disebar oleh pengguna lainnya.

b. *Chatting*

Fitur *Chatting* merupakan fitur utama pada aplikasi *Facebook* sejak awal didirikan. Fitur *Chatting* memungkinkan para pengguna dapat saling berinteraksi satu sama lain. Fitur *Chatting* khususnya perangkat ponsel, mendukung pengguna dengan berbagi layanan perpesanan seperti penyemat gambar, suara, video, lokasi, GIF, *sticker*, dan *emoticon*. Fitur *Chatting* di perangkat ponsel, layanan pengiriman pesan tidak hanya berupa pengiriman pesan tertulis,

namun terdapat berbagai fitur pengiriman pesan lainnya seperti *video call*, *video forum*, dan panggilan telepon. Untuk memperoleh fitur lengkap tersebut diperlukan penambahan aplikasi, yakni Messenger.

c. *Marketplace*

Marketplace adalah fitur baru pada *Facebook* yang sangat berguna bagi para pelaku bisnis atau usaha. Fitur *Marketplace* memungkinkan pengguna mencari dan menjual produk yang diinginkan. Fitur *Marketplace* memiliki berbagai fitur menarik di dalamnya, diantar pembuatan postingan penjualan produk, pemilihan lokasi penjualan, dan pencarian produk yang dijual.

d. Grup jual beli online

Grup *Facebook* merupakan salah satu fitur *Facebook* yang bertujuan membangun komunitas atau tempat berkumpulnya para pengguna *Facebook* yang sama-sama menyukai satu hal, didalam grup ini semua anggota bisa bertukar informasi, promosi serta berkomunikasi secara lebih efektif serta bisa langsung terbagikan kesemua orang.

e. Fitur halaman

Fitur halaman atau *Fanspage Facebook* merupakan fitur yang disiapkan dari pihak *Facebook* yang dapat dipakai penggunanya untuk mengumpulkan teman sebanyak mungkin dan bisa dimanfaatkan untuk mempromosikan atau menjual produk yang mereka punyai, halaman ini tidak berbeda jauh seperti tampilan

profile *Facebook* namun halaman atau *fanspage* dapat digunakan untuk mempromosikan produk tanpa mengganggu profile *Facebook* pribadi kita.

f. *Facebook Ads*

Facebook ads adalah fitur yang disediakan oleh *Facebook* untuk mempromosikan atau mengiklankan suatu *fanspage* yang sebelumnya sudah dibuat pengguna *Facebook* dengan jangkauan yang berbeda dan dapat diatur oleh pemasang iklan tersebut.⁷

4. Tujuan-Tujuan *Facebook*

Facebook saat ini telah menjadi situs media terbesar ada begitu banyak tujuan dari media sosial *Facebook* yang bisa kita gunakan, berikut beberapa tujuan *Facebook* diantaranya:

a. Tujuan secara personal

Dalam hal personal, pengguna dapat memanfaatkan *Facebook* dengan tujuan tertentu. Salah satunya adalah menemukan teman baru tanpa dibatasi oleh wilayah ataupun daerah. Pengguna dapat saling berkomunikasi, berkomentar, saling berbagi info dan pengetahuan secara mudah dan cepat.

b. Tujuan secara sosial

Dengan *Facebook*, pengguna dapat saling terhubung dan berkomunikasi dengan pengguna lain, entah melalui pertemanan, komentar, suka, hingga berkiriman pesan secara pribadi. Bahkan dalam sebuah kasus ditemukan seseorang menemukan keluarganya

⁷ Yeni Kustiyaningsih, Pemanfaatan Media Sosial Dan Marketplace. (Malang: Media Nusa Creative, 2021).

yang hilang melalui *Facebook*. Selain itu, pengguna juga dapat belajar dan bergabung di komunitas atau grup dengan hobi yang sama.

c. Tujuan ekonomi

Facebook tidak hanya berfungsi sebagai media sosial, namun telah merambah ke bisnis dan ekonomi kecil, menengah/UKM. Para Internet *Marketer* telah lama memanfaatkan *Facebook* sebagai media promosi dan menjual produk mereka secara tepat dan ter-target. Banyak pengalaman pebisnis online yang membuktikan mereka berhasil mempromosikan produk lewat periklanan *Facebook*.⁸

Facebook merupakan salah satu media *e-commerce* yang dimana dapat mempromosikan suatu produk secara efektif dan efisien, caranya mudah yakni hanya dengan mengunggah foto produk yang akan dijual maupun memasang iklan untuk mencari mitra bisnis.⁹ Dengan *Facebook* masyarakat juga dapat mempromosikan suatu barang seperti makanan, minuman, baju, sepatu dan barang lainnya.

5. Dampak penggunaan *Facebook*

a. Dampak positif

Facebook digunakan oleh semua kalangan, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa sampai orang tua. Penggunaan *Facebook* di

⁸ Rudy Dian Arifin, "Pengertian Facebook Beserta Sejarah, Manfaat, Kelebihan, Kekurangan, Dll, <https://dianisa.com/pengertian-facebook/> .Diakses 8 Oktober 2024.

⁹ Tri Rachmad,. 10 Tips Jago Facebook Ads. (TIGA Ebook, 2020).

gemari karena memiliki dampak positif sebagai berikut:

- 1) Terjalannya komunikasi
- 2) Sarana informasi
- 3) Sarana menambah pendapatan

b. Dampak negatif

- 1) Kecanduan dan pemborosan waktu
- 2) Pengaruh terhadap hubungan sosial
- 3) Kejahatan online

C. Ekonomi Keluarga

1. Pengertian Ekonomi Keluarga

Ekonomi keluarga merupakan studi tentang kegiatan ekonomi pada tingkat terkecil, yaitu keluarga. Ekonomi melibatkan produksi, distribusi, pertukaran, dan konsumsi barang dan jasa oleh manusia.¹⁰ Secara umum atau khusus, ekonomi dapat dianggap sebagai aturan atau manajemen rumah tangga. Keluarga, terdiri dari ayah, ibu, anak, dan anggota lainnya, adalah pelaku ekonomi. Keluarga merupakan unit kekerabatan yang ditandai oleh kerjasama ekonomi dan berfungsi sebagai tempat untuk kehidupan, pendidikan anak, sosialisasi, perlindungan, dan bantuan kepada yang lemah, terutama perawatan orang tua lanjut usia.

Dengan demikian, definisi ekonomi keluarga dapat disimpulkan sebagai upaya masyarakat atau keluarga untuk memenuhi kebutuhan dasar, seperti sandang, pangan, kesehatan, dan pendidikan. Ekonomi

¹⁰ Putong, I., *Economics Pengantar Mikro Dan Makro*. (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013).

keluarga sebagai ilmu mempelajari bagaimana keluarga mengelola sumber daya mereka untuk memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kesejahteraan anggota keluarganya.

Abraham Maslow mengatakan dalam buku ekonomi keluarga yang ditulis oleh Shinta Doriza, bahwa ekonomi didefinisikan sebagai suatu disiplin ilmu yang diyakini mampu memecahkan masalah kehidupan seseorang lewat media dalam seluruh sumber ekonomi yang ada, mengikuti prinsip dan teori tertentu dari suatu sistem ekonomi yang efektif dan efisien.¹¹

Berdasarkan penelitian pada aspek keuangan, setiap keluarga harus bisa membuat pilihan terbaik dalam rumah tangga mereka. Ketika keluarga berada dalam masa hidup yang sulit karena kekurangan sumber daya, keluarga harus dapat menemukan cara atau solusi untuk mengalokasikan sumber daya dan membuat keputusan dengan bijak. Karena kelangkaan sumber daya menjadi masalah yang sangat mempengaruhi kelangsungan hidup keluarga dan pengambilan keputusan. Itulah sebabnya studi ekonomi ada untuk mengetahui bagaimana keluarga dapat memenuhi kebutuhan yang tidak terbatas dan bersaing untuk penggunaan sumber daya yang tepat.

2. Kebutuhan keluarga

Setiap keluarga mempunyai berbagai macam kebutuhan sehari-hari yang harus dipenuhi dengan biaya yang berasal dari pendapatan keluarga. berbagai kebutuhan keluarga antara lain:

¹¹ Shinta Doriza, *Ekonomi Keluarga* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019).

a. Pendapatan

Menurut Poerwadarmito pendapatan adalah pencarian atau perolehan dari usaha dan bekerja. pendapatan merupakan penghasilan yang diterima seseorang baik berupa uang atau barang yang merupakan hasil usaha atau kerja.

b. Pemenuhan kebutuhan pangan

Pencapaian ketahanan pangan dapat dilihat dari ketersediaan pangan, konsumsi gizi, dan status gizi. Usaha untuk mewujudkan ketahanan pangan pada keluarga dapat ditempuh melalui peningkatan daya beli masyarakat, peningkatan cadangan pangan dan peningkatan pengetahuan tentang pangan dan gizi.

c. Pemenuhan kebutuhan sandang dan papan

Pakaian dan rumah merupakan kebutuhan untuk meminimalkan resiko perubahan lingkungan yang akan berdampak pada kesehatan masyarakat. Pakaian dan rumah merupakan sarana untuk mewujudkan pemenuhan kebutuhan sosial psikologis keluarga dan anggotanya.

d. Pemenuhan kebutuhan Pendidikan

Pendidikan merupakan kebutuhan dasar bagi setiap manusia. Setiap manusia membutuhkan Pendidikan, baik Pendidikan formal maupun Pendidikan informal, serta non formal. Dengan adanya Pendidikan maka manusia akan mempunyai wawasan yang luas dan pola pikir yang maju.

e. Pemenuhan kebutuhan kesehatan

Kesehatan setiap anggota keluarga merupakan syarat penting untuk dapat bekerja secara produktif, sehingga menghasilkan pendapatan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Kesehatan keluarga tidak dapat dipisahkan dengan ketahanan pangan keluarga. Keduanya saling berhubungan dan saling mempengaruhi satu sama lain. Kesehatan keluarga juga dipengaruhi oleh faktor lain, seperti pelayanan kesehatan dan perubahan lingkungan.

3. Indikator Peningkatan Ekonomi Keluarga

Peningkatan ekonomi keluarga berdampak pada kesejahteraan keluarga. Hal ini dapat dilihat dari lima tahapan yang dibagi oleh Badan Kependudukan dan Keluarga Nasional (BKKBN), yaitu:

- a. Keluarga Pra Sejahtera adalah keluarga yang belum dapat salah satu indikator tahapan keluarga sejahtera I.
- b. Keluarga Sejahtera I adalah keluarga yang baru dapat memenuhi indikator-indikator sebagai berikut:
 - 1) Pada umumnya anggota keluarga makan dua kali sehari
 - 2) Anggota keluarga memiliki pakaian yang berbeda untuk dirumah, bekerja/sekolah, dan bepergian
 - 3) Rumah yang ditempati keluarga mempunyai atap, lantai, dan dinding yang baik
 - 4) Bila ada anggota keluarga yang sakit dibawa ke sarana kesehatan

- 5) Bila pasangan usia subur ingin ber-KB pergi ke sarana pelayanan kontrasepsi
 - 6) Semua anak umur 7-15 tahun dalam keluarga bersekolah
- c. Keluarga Sejahtera II adalah keluarga yang dapat memenuhi indikator tahapan keluarga sejahtera I dan indikator berikutnya:
- 1) Pada umumnya anggota keluarga melakukan ibadah sesuai dengan agama dan kepercayaan masing-masing
 - 2) Paling kurang sekali seminggu seluruh anggota makan daging/telur
 - 3) Seluruh anggota memperoleh paling kurang satu pasang pakaian baru dalam setahun
 - 4) Luas lantai rumah paling 8 m² untuk setiap rumah
 - 5) Tiga bulan terakhir keluarga dalam keadaan sehat
 - 6) Ada seseorang atau lebih anggota keluarga yang bekerja untuk memperoleh penghasilan
 - 7) Pasangan usia subur dengan anak dua atau lebih menggunakan alat kontrasepsi
- d. Keluarga Sejahtera III adalah keluarga yang sudah memenuhi indikator tahapan keluarga sejahtera I dan keluarga sejahtera II dan indikator selanjutnya:
- 1) Keluarga berusaha meningkatkan pengetahuan agama
 - 2) Sebagian penghasilan keluarga ditabung
 - 3) Kebiasaan keluarga makan bersama paling kurang seminggu sekali dimanfaatkan untuk berkomunikasi

- 4) Keluarga ikut dalam kegiatan masyarakat di lingkungan setempat
- 5) Keluarga memperoleh informasi dari surat kabar/majalah/koran/televisi

Keluarga Sejahtera III Plus adalah keluarga yang memenuhi semua indikator tahapan keluarga sejahtera I, sejahtera II, sejahtera III, dan indikator sebagai berikut:

- 1) Keluarga secara teratur memberikan sumbangan material untuk kegiatan sosial.
- 2) Adanya anggota keluarga yang aktif sebagai pengurus perkumpulan sosial/yayasan/institusi masyarakat.¹²

D. Ibu Rumah Tangga

1. Pengertian Ibu Rumah Tangga

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, ibu rumah tangga dapat diartikan sebagai wanita yang mengelola berbagai tugas rumah tangga dan tidak bekerja di kantor.

Bertanggung jawab memperhatikan kesehatan dalam keluarga serta mengatur segala yang ada dalam keluarga untuk meningkatkan kualitas hidup merupakan tugas ibu rumah tangga. Rumah harus memberikan rasa nyaman, aman dan damai pada seluruh keluarga.¹³

¹² BKKBN, “*Tingkat Keluarga Sejahtera*,” 2022, <http://aplikasi.bkkbn.go.id/mdk/Deafult.aspx>.

¹³ Al Faruq, U., dan Esa, P. P. N., “Peran Ganda Ibu Rumah Tangga Pada Sektor Ekonomi Informal Untuk Meningkatkan Family Welfare: Studi Pada Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Serua Indah Kecamatan Ciputat Yang Bekerja Sebagai Pedagang Busana,” *Jurnal Pendidikan, Ekonomi Dan Bisnis*, 1 (2018):1-16.

2. Peran Ibu Rumah Tangga dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga

Keikutsertaan ibu rumah tangga dalam mencari uang, akan memengaruhi pendapatan keluarga dalam memenuhi kebutuhan keluarga. Pada umumnya peran istri secara ekonomi hanya menambah penghasilan keluarga dalam memenuhi kebutuhan.

Perempuan atau ibu rumah tangga pekerja adalah individu dewasa terlibat dalam kegiatan produktif untuk menghasilkan pendapatan atau memberikan kontribusi ekonomi, baik melalui jalur formal maupun informal. Mereka berperan penting dalam berbagai sektor dan bidang pekerjaan, memainkan peran kunci dalam pembangunan ekonomi dan sosial. Contoh perempuan pekerja sangat beragam, mencakup profesi seperti dokter, pemecah batu, petani, dan pedagang.

Secara budaya, ada tradisi yang menetapkan perempuan sebagai pengurus rumah tangga, peran sebagai istri, ibu, dan pengelola rumah tangga. Namun, dalam perkembangannya perempuan telah mengalami perubahan peran menjadi tenaga kerja aktif mencari nafkah sesuai Pendidikan dan keterampilan yang dimilikinya. Meskipun ada stereotip yang menghubungkan secara kodrati perempuan dengan tanggung jawab rumah tangga, penting untuk diakui bahwa perempuan juga berhak mendapatkan ruang dan waktu untuk mengejar cita-cita dan karir mereka, sebagaimana halnya dengan laki-laki yang memiliki hak yang sama sehingga dapat diterapkan adanya kesetaraan gender.

Kesetaraan gender dianggap sebagai hal yang penting dalam memperjuangkan hak-hak perempuan dalam dunia kerja apalagi

perempuan yang sudah menikah. Kesetaraan gender adalah prinsip yang mengharuskan pemberian peluang yang setara kepada perempuan dan laki-laki serta menolak dominasi laki-laki atas perempuan dalam semua aspek kehidupan.

Upaya dalam meningkatkan kesetaraan gender salah satunya adalah gerakan feminisme yang memperjuangkan hak pekerja perempuan harus dilindungi dan dijamin secara adil dan setara dengan hak pekerja laki-laki. Meskipun berbagai peraturan hukum telah mengamankan hak-hak pekerja perempuan, penting untuk mencatat bahwa implementasi peraturan tersebut memerlukan perhatian khusus.

Hal ini sesuai dengan teori Equilibrium yang mengacu pada kondisi ideal di mana terdapat keseimbangan antara peran, tanggung jawab, dan kesempatan antara laki-laki dan perempuan dengan implikasi teori sebagai berikut :¹⁴

- a. Pembagian Tugas. Pembagian tugas rumah tangga dan pengasuhan anak dilakukan secara adil, tidak hanya menjadi tanggung jawab perempuan.
- b. Kesempatan Kerja. Laki-laki dan perempuan memiliki kesempatan yang sama untuk meraih posisi kepemimpinan dan mendapatkan upah yang setara untuk pekerjaan yang setara.
- c. Pengambilan Keputusan. Keputusan-keputusan penting dalam keluarga dan masyarakat melibatkan partisipasi aktif dari kedua

¹⁴ Yurina Tanjung, *Kesetaraan Dan Keadilan Gender Dalam Keluarga*, Cetakan Pertama (Medan: UMSU Press, 2024).

gender.

- d. Penghapusan Diskriminasi. Adanya upaya aktif untuk menghapuskan segala bentuk diskriminasi gender, baik dalam hukum, kebijakan, maupun praktik sosial.

Secara tidak langsung teori diatas menjelaskan bahwa perempuan mempunyai kesempatan untuk mendapat hak dan kesempatan yang sama dengan laki-laki, salah satunya untuk bekerja baik mereka yang belum atau sudah menikah. Perempuan yang bekerja dalam keluarganya pasti mempunyai alasan untuk melakukan perannya diluar keluarga. Beberapa faktor yang mendorong perempuan atau ibu rumah tangga untuk bekerja antara lain:¹⁵

- a. Faktor ekonomi, seperti kebutuhan keluarga yang tidak dapat dicukupi oleh seorang suami akan secara langsung dan tidak langsung menurut seorang perempuan yang menjadi istri untuk ikut bekerja mencari penghidupan untuk keluarganya.
- b. Eksistensi diri, yaitu Pendidikan yang tinggi dan kemampuan kaum perempuan mendapat kesempatan kerja semakin luas bagi perempuan.
- c. Motivasi sosial, seperti keinginan untuk berpartisipasi dalam komunitas yang dinamis.
- d. Alasan budaya, menjadi dorongan untuk menggalakkan partisipasi perempuan dalam dunia kerja sambil menjalani peran sebagai anggota keluarga atau ibu rumah tangga dalam sebuah keluarga.

¹⁵ Tanjung., 35.

Beberapa faktor lain yang mendorong seorang istri untuk mencari tambahan penghasilan diantaranya:¹⁶

- a. Alasan Ekonomi, hal ini untuk menambah pendapatan keluarga (*family income*), yang dikarenakan kebanyakan pendapatan suami yang relatif kecil
- b. Menyalurkan hobi, setiap manusia yang dilahirkan ke bumi memiliki keunikan tersendiri, hal ini bisa terlihat dari perbedaan hobi yang dimiliki oleh setiap orang. Pada saat ini sudah banyak para pelaku bisnis yang telah merasalkan kesuksesan dengan cara mengubah hobinya menjadi sebuah peluang bisnis baru yang bisa mendatangkan penghasilan setiap bulannya.
- c. Motif intrinsik yaitu untuk menunjukkan eksistensinya sebagai manusia yang mampu berprestasi di dalam keluarga maupun dalam kehidupan masyarakat.
- d. Mengisi waktu luang yaitu waktu luang didefinisikan sebagai waktu yang dihabiskan untuk tidak melakukan apa pun, seperti bekerja, atau mencari nafkah. Sementara itu, keputusan kerja adalah pilihan penting mengenai bagaimana seseorang menghabiskan waktunya, seperti melakukan kegiatan yang menyenangkan.

Faktor-faktor inilah yang kemudian membuat para ibu rumah tangga mulai melirik bisnis online. Mereka tidak harus mempunyai toko namun masih bisa menawarkan barang dagangan mereka. Pembeli pun tidak perlu keluar rumah karena jasa penjual yang menawarkan untuk

¹⁶ Fatimah Depi Susanti, "Kontribusi Perempuan Parengge-Rengge Dalam Ekonomi Keluarga," *Sosial Budaya* 10, no. 1 (2014): 47-58.

mengantarkan pesanan para pembeli. Harga yang ditawarkan pun bersaing dan terkadang dibawah harga pasar pada umumnya.

Bekerja dari rumah menggunakan media sosial seperti *Facebook* memungkinkan ibu rumah tangga untuk mengembangkan keterampilan baru, seperti pemasaran digital, komunikasi dengan pelanggan, dan manajemen usaha kecil. Kemampuan untuk mengelola bisnis dari rumah secara langsung meningkatkan keterampilan digital mereka, yang pada gilirannya memperkuat posisi mereka dalam komunitas. Menurut studi yang dilakukan oleh Jones, pemberdayaan melalui usaha kecil dapat meningkatkan kepercayaan diri dan kemampuan berwirausaha di kalangan perempuan, terutama di daerah pedesaan.

Pemanfaatan *Facebook* sebagai *platform* untuk berjualan atau mempromosikan produk, membuat ibu rumah tangga dapat menambah sumber pendapatan bagi keluarga. Hal ini dapat mengurangi ketergantungan ekonomi hanya pada penghasilan suami, serta memperkuat kestabilan keuangan keluarga. Menurut penelitian sosial-ekonomi, peran ganda ibu rumah tangga dalam menghasilkan pendapatan dari rumah juga dapat mengurangi risiko keuangan keluarga, terutama dalam situasi ekonomi yang tidak menentu. Bekerja dari rumah mengurangi kebutuhan modal yang besar seperti sewa tempat usaha atau biaya transportasi, sehingga ibu rumah tangga dapat memulai usaha dengan modal kecil. Risiko yang lebih rendah, mereka memiliki kesempatan untuk bereksperimen dengan berbagai produk atau strategi pemasaran di *Facebook* tanpa beban biaya besar. Ketika ibu

rumah tangga berhasil mengelola usaha dari rumah, mereka tidak hanya memberikan kontribusi ekonomi, tetapi juga menjadi contoh bagi anak-anak dan anggota keluarga lainnya tentang pentingnya kerja keras, kemandirian, dan semangat berwirausaha. Selain itu, keberhasilan mereka juga bisa menginspirasi ibu rumah tangga lainnya di komunitas untuk berani memulai usaha atau kegiatan ekonomi berbasis digital.