

## **Hari Besar Keagamaan, Jasa Usaha, dan Trend Fashion Indonesia**

**Oleh**

**Triyanto, M.A. dan Sri Widarwati, M.Pd.**

**Program Studi Teknik Busana PTBB FT UNY**

**Email: [triyanto.ma@gmail.com](mailto:triyanto.ma@gmail.com)**

### ***Abstrak***

Indonesia sebagai Negara majemuk, multi etnis yang terdiri dari lima agama beserta berbagai macam aliran, telah membuat masyarakatnya dipenuhi dengan berbagai aktivitas religious. Masyarakat religious yang taat akan melakukan ibadah ataupun ritual kebesaran sesuai dengan keyakinan. Di antara aktivitas hari besar itu adalah peringatan Hari Natal, Galungan Kuningan, Imlek, Waisak dan Hari Raya Idul Fitri. Pada makalah ini akan diurai pada salah satu hari besar keagamaan, yakni pada Hari Raya Idul Fitri sebagai hari besar perayaan Agama Islam. Pertimbangan pembatasan penguraian pada Hari Raya Idul Fitri karena di dalam perayaannya terdapat beberapa aktivitas religious di mana penganut agama yang lain juga “menerima” perayaan itu sebagai suatu aktivitas positif, seperti; syawalan dan tradisi mudik. Aktivitas religious dimungkinkan mampu menggerakkan jasa dan usaha bidang fashion.

Untuk mendapatkan informasi secara lebih rinci “gamblang”, penulis mengkombinasikan di antara informasi yang diperoleh dari hasil pengamatan lapangan, studi literature di berbagai pustaka yang relevan, dan wawancara ke berbagai sumber informasi secara lisan dari para pemeluk berbagai agama dan penganut kepercayaan yang hidup di Indonesia.

Aktivitas religious yang dijalankan merupakan aktivitas religious yang dianggap besar, hal ini membuat masyarakat pemeluknya mempersiapkan diri sebaik mungkin di dalam menyongsong kehadiran berbagai hari besar tersebut. Semua serba baru, serba “wah”, serba berlebih, dari pada hari-hari biasanya. Mulai pilihan hidangan, potongan rambut beserta aksesoris, sampai penampilan busana yang dikenakan tersajikan lebih menarik. Intensitas belanja yang banyak dilakukan dalam rangka memperingati momentum hari besar ini telah membuat perputaran konsumsi bidang fashion lebih besar dibandingkan hari-hari biasa lainnya. Dengan demikian, dimungkinkan keberadaan perayaan hari besar keagamaan tersebut telah mampu memberi kontribusi positif, khususnya terhadap geliat usaha dan dinamika trend fashion Indonesia.

**Kata kunci:** *Hari besar keagamaan, usaha, trend fashion Indonesia*

# **Big Day Sites, Business Services, and Trend Fashion Indonesia**

**By**

**Triyanto, M.A. and Sri Widarwati, M.Pd.**

**Clothing Engineering Program PTBB FT UNY**

**Email: triyanto.ma @ gmail.com**

## ***Abstract***

*Indonesia as a pluralistic country, multi-ethnic consisting of five religions and their various streams, has made community filled with religious activities. Community devout religious worship or ritual will perform in accordance with the beliefs of greatness. Among the activities of the big day is Christmas Day, Galungan Brass, Chinese New Year, Vesak and Eid. In this paper will be parsed on one religious holiday, ie on Eid as a day of great celebration Islam. Consideration decomposition restrictions on Eid because in the celebration there are some religious activities in which adherents of other religions are also "accept" it as a celebration of positive activities, such as; Syawalan and homecoming tradition. Possible religious activity capable of moving services and business areas of fashion.*

*To get more detailed information "palpable", the author combines between information obtained from field observations, literature studies in a variety of relevant literature, and interviews to various sources of information orally from the followers of different religions and faiths living in Indonesia .*

*Religious activity is carried on religious activity that is considered great, it makes the followers to prepare myself as best as possible in the presence of various commemorate the big day. All the all-new, all-round "wah", all in excess of the usual days. Starting a choice of dishes, along with accessories haircut, until the appearance of clothing worn tersajikan more interesting. The intensity of the shopping is mostly done in commemoration of the momentum of the consumption cycle has made the fashion industry larger than other typical day. Thus, the possible existence of religious festivities have been able to contribute positively, especially the impact on the state of business and the dynamics of Indonesian fashion trend.*

*Keywords: Great day religious, business, fashion trend Indonesia*

## **Pendahuluan**

Perkembangan manusia dengan budayanya telah mampu membawa perkembangan dan perubahan ke berbagai puncak peradaban. Secara sederhana, berawal dari bagaimana manusia memenuhi kebutuhan primernya, seperti: pemenuhan terhadap kebutuhan pangan, papan, sandang, sampai kebutuhan yang bersifat melengkapi hidup manusia terus mengalami peningkatan. Semenjak revolusi industri di belahan dunia Barat yang telah mampu menguasai berbagai sector kehidupan, mulai dari penguasaan teknologi, pendidikan, politik, sampai penguasaan terhadap desain ataupun perencanaan. Selama ini dalam benak dunia “fashionista” jika menyoal trend fashion tentu akan langsung melirik ke barat, terutama Italia sebagai “kiblat” mode dunia. Perkembangan trend mode di Paris tidak terlepas dari pengaruh iklim empat musim, yakni musim dingin, semi, panas, dan musim gugur. Jumlah pergantian musim yang banyak menyebabkan geliat perputaran mode menjadi lebih dinamis. Fashionista di Paris selalu menyesuaikan mode yang dikenakan dengan suasana musim yang mereka rasakan. Maka di setiap pergantian musim berbagai pusat usaha fashion menjadi ajang promosi pesta fashion. Peranan media masa tidak kalah penting di dalam memberikan kontribusi penyebaran promosi fashion sehingga penetrasinya dapat menjadi trend yang mendunia. Lewat media masa dalam berbagai bentuknya, dalam hitungan detik, trend fashion dapat diakses ke penjuru dunia tanpa terhalang oleh ruang dan waktu. Geliat trend fashion dunia barat tidak banyak dipengaruhi oleh aktivitas religious. Aktivitas masyarakat barat lebih dipengaruhi oleh perilaku mereka yang membedakan permasalahan dunia dan akhirat (secular).

Sementara itu, Indonesia beserta masyarakatnya yang baru mengalami masa transisi dari Negara agraris menuju industrialisasi menengah, masyarakatnya cenderung mengalami tarik ulur di antara komitmen terhadap konservasi, perkembangan, dan perubahan budaya. Masyarakat yang masuk dalam kategori tradisional yang menjunjung kemapanan memiliki kecenderungan untuk menjaga nilai-nilai luhur yang telah mengakar kuat. Masyarakat yang mempunyai gairah terhadap perkembangan zaman namun tetap ingin mempertahankan kehidupan lamanya cenderung mencari jalan aman dengan membuat “filterisasi budaya” sehingga mereka menyerap budaya yang dianggap baik, dan sebaliknya melepaskan budaya yang dianggap mengganggu kenyamanan hidup. Sedangkan pada masyarakat yang lebih ekstrim memiliki kecenderungan perubahan budaya secara drastis, seringkali melakukan potong kompas dengan mengadopsi budaya luar yang dianggap lebih baik dan lebih memberikan kemajuan.

Tarik ulur kepentingan terhadap dunia luar itu tidak terlepas dari pengaruh nilai-nilai religious yang mendominasi perilaku bangsa ketimuran. Realitas ini berbeda dengan masyarakat Barat yang memisahkan di antara kepentingan dunia dan akhirat. Begitu pula di dalam “selera” pilihan fashion masyarakat Timur, pengaruh nilai religious lebih besar dibandingkan dengan factor-faktor lainnya. Kekuatan keimanan yang masih terjaga dengan baik di dunia timur menjadikan aktivitas hidup manusia lebih bersandarkan pada nilai-nilai agama. Trend fashion yang hidup berkembang merupakan cermin kekuatan nilai religious. Aktivitas religious membutuhkan kelengkapan ataupun atribut busana. Terlebih aktivitas religious yang memiliki sifat monumental, seperti halnya keberadaan hari-hari besar keagamaan. Melalui aktivitas peringatan hari besar keagamaan itu geliat usaha dan trend fashion yang berkembang di Indonesia bergerak dengan baik.

## **HARI BESAR KEAGAMAAN DI INDONESIA**

Indonesia Sebagai Negara kepulauan yang dihuni oleh multi etnis dan menjadi persimpangan jalan banyak pedagang di masa lampau telah membuat penduduk nusantara kala itu berada dalam berbagai singgungan budaya beserta agama yang mereka anut. Intensitas persinggungan telah menjadikan masyarakat Indonesia mempunyai kekayaan jumlah agama dan aliran kepercayaan. Masing-masing agama memiliki hari-hari besar yang menjadi peringatan besar di setiap tahunnya. Seperti perayaan Agama Kristen berupa perayaan Natalan, Agama Hindu dengan perayaan Galungan Kuningan, Agama Budha dengan perayaan Hari Waisak, dan Agama Islam dengan perayaan Hari Raya Idul Fitri. Semangat Sumpah Pemuda, perjuangan kemerdekaan, dan kehidupan masyarakat Indonesia yang berlandaskan pada Pancasila telah menjadikan hubungan di dalam menjalankan aktivitas beragama terjalin dalam kerukunan dan toleransi.

Tidak dapat dipungkiri betapa kaya Indonesia baik dari segi budaya maupun agama. Kekayaan agama dapat terlihat dari jumlah agama yang dipeluk. Agama Islam merupakan salah satu agama yang banyak dipeluk masyarakat Indonesia. Hampir 80-an% masyarakat Indonesia memeluk agama Islam. Sebagai agama yang besar pemeluknya, masyarakat Islam di Indonesia mempunyai budaya religious yang berbeda dengan negara-negara Islam lain di dunia, seperti di Malaysia, Brunai Darusalam, Arab Saudi, maupun Palestina. Salah satu budaya religious yang berbeda itu adalah budaya dalam menyongsong Hari Raya Idul Fitri. Hari Besar Idul Fitri merupakan puncak kemenangan melawan hawa nafsu yang telah dilewati melalui ibadah puasa selama satu bulan. Persiapan untuk merayakan Hari Raya Idul Fitri sudah jauh hari dipersiapkan. Mulai dari persiapan sarana transportasi, oleh-oleh, baik berupa aneka roti, maupun bekal financial untuk berbagi “ampao” dengan orang tua, saudara, keponakan, dan tetangga. Sampai persiapan penampilan fisik yang terlihat dari pemakaian atribut berupa baju, celana, sepatu, penutup kepala dalam kondisi baru.

### **Hari Besar keagamaan dan Trend Fashion**

Bagi instansi pemerintahan, swasta, pabrik-pabrik, maupun para pengusaha pada umumnya menjelang hari raya adalah merupakan bulan untuk mempersiapkan THR (Tunjangan Hari Raya). Menjelang berakhirnya bulan puasa akan disambut pesta kemenangan setelah sebulan berpuasa. Bentuk perayaan itulah yang membuat instansi pemerintah maupun swasta memperhitungkan kemampuan pegawai atau anak buahnya untuk dapat merayakan hari besar secara lebih baik. Maka untuk keperluan itu semua disediakan berbagai bingkisan dalam berbagai bentuknya, mulai dari bingkisan berupa “amplop jahit”, bahan busana, sampai berupa aneka makanan dan minuman segar yang menggugah selera. Fenomena ini dapat terlihat dengan jelas di jalan-jalan, khususnya di perempatan, banyak motor dan mobil pegawai membawa kardus yang berisi aneka bingkisan hari raya. Realitas itu pula yang membuat dinamika perputaran ekonomi Indonesia sebelum dan pasca lebaran Idul Fitri cukup menggeliat tinggi melebihi bulan-bulan lainnya. Waktu aktivitas religious ini terlihat begitu kuat di antara tujuh hari sebelum dan tujuh hari setelah lebaran. Seluruh pusat informasi, mulai dari radio, koran, televisi dan media masa elektronika lainnya dalam intensitas tinggi membuat reportase yang lebih besar dibandingkan dengan hari-hari biasa sebelumnya.



Menjelang Hari Raya Idul Fitri pegawai menerima berbagai THR

(Foto: Triyanto, 2012 dan <http://www.tnial.mil.id>)

Pada sisi lain, secara konsep pemahaman beragama secara Islami pasca sebulan berpuasa adalah merupakan bulan peningkatan keimanan. Namun, pemahaman terhadap peningkatan keimanan ini juga melebar makna peningkatannya secara fisik ke bentuk-bentuk yang lain, seperti: peningkatan pada interior rumah baru, menu makanan yang lebih dan istimewa, sampai pada bentuk penampilan busana beserta aksesori rambut yang baru pula. Maka untuk mencukupi itu semua, banyak pasar tradisional sampai pasar modern “mbludak” sehingga menimbulkan kemacetan transportasi yang luar biasa. Bagaikan lautan manusia, banyak ibu-ibu beserta anaknya berjubel di toko maupun pasar untuk memilih, menawar, dan membeli busana. Perang diskon di antara toko, mall, butik, sampai pasar tiban semakin membuat geliat usaha dan perputaran fashion semakin nyata terlihat. Realitas ini di bidik oleh pasar sebagai peluang usaha tahunan. Berbagai jasa dan usaha bidang fashion, seperti: butik, toko tekstil, tukang bordir, sampai tukang jahit mengalami “panen raya” menerima orderan pelanggan. Pasar yang cerdas memanfaatkan peluang hari raya dengan senjata diskon dan melalui menggunakan tren busana beserta aksesori yang dikenakan kalangan artis nasional dalam menghadapi hari raya, sehingga memunculkan kalimat ataupun jargon-jargon nama produk fashion, seperti: “Gaun Syah Rini”, “Kerudung Arsanty”, “Jam Ariel Peterpan” “Lipstik Manohara”. Lewat penamaan nama artis nasional itu membuat fashionista, khususnya wanita remaja dan ibu-ibu muda terbius untuk mengenakan baju yang dikenakan oleh artis idolanya. Penampilan busana yang dikenakan artis menjadi semakin populer.



Hari besar agama dan usaha fashion yang menjadi trend,  
Gaun Syahrini pada tahun 2011 (Dokumentasi: inilah.com, 2012)



<http://ourshopaholic.com/>.



<http://gayahidup.plasa.ms>.

Sedang untuk trend busana anak banyak memunculkan baju anak dengan gambar ilustrasi tokoh film kartun yang digandrungi anak dan banyak diputar berbagai media masa televisi nasional. Seperti tokoh *Spon Bob*, *Angry Bird*, *Transformer*, *Shaun the Sheep*, sampai Upin dan Ipin. Lewat berbagai tokoh film kartun itu anak-anak sangat senang mengenyakannya. Maka penampilan anak-anak di tempat pelaksanaan hari raya bagaikan lautan warna yang mencolok penuh dengan gambar tokoh kartun.



Trend busana anak dengan gambar berbagai tokoh film  
(Foto: Triyanto, pasar Niten 4 Oktober 2012)

Indonesia sebagai Negara berkembang taraf ekonomi masyarakatnya belumlah setinggi di Barat, bahkan di Asia. Realitas ini berpengaruh pada model pembelajaran masyarakat Indonesia yang terpola dalam skala prioritas. Masyarakat Indonesia yang sebagian masih hidup di garis ekonomi menengah ke bawah, sangat selektif di dalam membelanjakan keungan, terutama pada alokasi belanja bidang fashion. Realitas inilah yang membuat masyarakat hanya membelanjakan keuangannya pada momen-momen tertentu seperti pada peringatan hari Raya Idul Fitri. Menjelang hari raya Idul Fitri tersebut masyarakat dari usia muda sampai dewasa menyerbu berbagai jenis pasar maupun tempat usaha busana. Untuk pengeluaran keuangan bidang fashion menduduki peringkat rendah dibandingkan dengan konsumsi di luar fashion, seperti konsumsi terhadap kebutuhan pangan, dan pemenuhan terhadap kebutuhan papan. Data yang diperoleh dari BPPS dari tahun 2007-2011 menunjukkan kekuatan konsumsi rerata masyarakat Indonesia sebagai berikut:

**Persentase  
Pengeluaran  
Rata-rata  
per Kapita  
Sebulan  
Menurut  
Kelompok  
Barang,  
Indonesia,  
2007-2011**

	2007	2008	2009	2010
<b>Makanan:</b>	49.24	50.17	50.62	51.43
<b>Bukan makanan:</b>				
- Perumahan dan fasilitas rumahtangga	20.78	20.21	19.89	20.36
- Barang dan jasa	17.01	17.12	17.49	16.78
- Pakaian, alas kaki dan tutup kepala	3.33	3.37	3.33	3.38
- Barang-barang tahan lama	6.47	6.37	5.88	5.14
- Pajak dan asuransi	1.27	1.25	1.41	1.57
- Keperluan pesta dan upacara	1.89	1.51	1.36	1.32
<b>Jumlah bukan makanan</b>	50.76	49.83	49.38	48.57

*Sumber :  
Survei Sosial  
Ekonomi  
Nasional ,  
Modul  
Konsumsi  
2007, 2008,  
2009, dan  
2010  
mencakup  
panel 68.800  
rumah  
tangga).  
Untuk tahun  
2011  
merupakan  
merupakan  
data Susenas  
Triwulan I  
(Maret 2011)  
dengan  
sampel  
75.000 rumah  
tangga.*

Catatan : *) Termasuk minuman beralkohol		
------------------------------------------	--	--

Data tersebut menunjukkan bahwa konsumsi rerata masyarakat Indonesia untuk membelanjakan uangnya bidang fashion masih rendah dibandingkan dengan kebutuhan lainnya. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa intensitas masyarakat melakukan belanja bidang fashion hanya dimomen-momen tertentu, berbeda dengan masyarakat Negara lain, terutama di Negara-negara maju yang mampu mengkonsumsi fashion setiap waktu berdasar waktu, tempat, maupun musim. Dengan demikian, keberadaan dari peringatan hari besar keagamaan dapat menjadi peluang usaha bidang fashion bahkan dapat menjadi media penyebaran trend berbusana.

### **Penutup**

Keragaman agama yang hidup di Indonesia telah mampu membuat kekayaan aktivitas religious. Aktivitas religious yang dijalankan menuntut adanya berbagai macam atribut penampilan yang lebih dari hari-hari biasanya. Busana merupakan salah satu bentuk atribut penampilan dalam rangka menyongsong aktivitas religious. Fenomena ini ditangkap dengan cerdas pasar dengan berbagai media dan penawaran produk sehingga membuat aktivitas religious mampu membawa ke perputaran geliat ekonomi dan trend berbusana di Indonesia lebih dinamis. Kekuatan daya beli konsumsi masyarakat untuk belanja fashion yang masih relative rendah membuat kekuatan perputaran ekonomi dan trend fashion lebih nampak nyata sejalan dengan pelaksanaan peringatan hari-hari besar tersebut. Dengan demikian sebagai bahan kontribusi pemikiran dari tulisan ini adalah 1). Bagi calon wirausaha fashion, melalui fenomena terhadap peringatan hari besar keagamaan seharusnya menjadi ajang pembuka ruang usaha yang lebih prospektif dibandingkan hari-hari biasa yang lainnya. 2).Bagi desainer busana anak, penciptaan desain busana dapat memanfaatkan berbagai tokoh film kartun yang diputar di berbagai stasiun televise. 3).Pemanfaatan momentum hari raya yang sinergis dengan media masa public dapat menjadi sarana penyebaran trend fashion.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Badan Pusat Statistik Republik Indonesia [bpsdq@bps.go.id](mailto:bpsdq@bps.go.id) Copyright © 2012 Badan Pusat Statistik Republik Indonesia All Rights Reserved  
<http://www.inilahjabar.com/read/detail/1765918/warga-bandung-banyak-buru-gaun-syahrini>  
<http://ourshopaholic.com/>.  
<http://gayahidup.plasa.ms>.  
<http://www.tnial.mil.id/tabid/79/articleType/ArticleView/articleId/9082/Default.aspx>