



## Perubahan Budaya Ibu Rumah Tangga Pasca Maraknya E-Commerce Di Indonesia

**Rafi Satria Priyambada**

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

Email : [rafisatriapriyambada690@gmail.com](mailto:rafisatriapriyambada690@gmail.com)

**Nanda Areliya Ramadani**

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

Email : [nandaareliya6@gmail.com](mailto:nandaareliya6@gmail.com)

**Andhita Risiko Faristiana**

Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

Email : [andhitarisko@iainponorogo.ac.id](mailto:andhitarisko@iainponorogo.ac.id)

**Abstract.** *This research discusses the activities of housewives in using E-Commerce, which have a positive impact. It is a process of changing the activities of housewives who used to shop for goods traditionally or conventionally to digital. The rapid development of technology is what ultimately led to the change in the activities of housewives, where they used to transact face-to-face with sellers and buyers, but now sellers and buyers only transact virtually or online using E-Commerce. This research uses a qualitative research method, where the researcher aims to describe and analyze the changes in the behavior of housewives related to E-Commerce activities from offline to all-online systems. Social change in housewives is not a result or product, but a process. This process of change is, of course, the result of an agreement or joint decision made by individuals or a community.*

**Keywords:** *House Wife, E-Commerce, Cultural Change*

**Abstrak.** Penelitian ini membahas aktivitas Ibu rumah tangga dalam menggunakan E-Commerce yang berdampak positif. Suatu proses perubahan aktivitas Ibu rumah tangga yang mulanya berbelanja barang secara tradisional atau konvensional menjadi digital. Karena perkembangan teknologi yang begitu pesat tersebutlah yang akhirnya membuat perubahan adanya aktivitas ibu rumah tangga yang mulanya dengan cara bertransaksi secara langsung bertatap muka antar penjual dan pembeli, kini para penjual dan pembeli hanya bertransaksi melalui virtual atau online dengan menggunakan E-Commerce. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dimana peneliti bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisa perubahan perilaku Ibu rumah tangga terkait aktivitas E-Commerce dari system offline menjadi serba online. Perubahan sosial dalam ibu rumah tangga bukan merupakan hasil atau produk melainkan suatu proses. Proses perubahan ini tentu saja merupakan hasil dari suatu kesepakatan atau keputusan bersama yang diambil oleh individu atau suatu masyarakat. Penelitian ini juga berdasarkan survey kenyataan dilapangan tentang perubahan sosial budaya yang dialami oleh ibu-ibu rumah tangga.

**Kata Kunci** E-Commerce, Ibu Rumah Tangga, Perubahan Budaya

---

Received April 25, 2023; Revised Mei 30, 2023; Accepted Juni 09, 2023

\* Rafi Satria Priyambada, [rafisatriapriyambada690@gmail.com](mailto:rafisatriapriyambada690@gmail.com)

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi pada masa sekarang mengalami kemajuan yang sangat pesat, terutama dalam sektor E-Commerce. E-Commerce pertama kali muncul pada tahun 1994 dengan penggunaan banner elektronik sebagai sarana promosi dan periklanan di halaman website. Pada awal tahun 2020, ketika virus Covid-19 mulai menyebar di Indonesia, terjadilah pandemi yang mengkhawatirkan bagi semua orang. Menurut World Health Organization (WHO), pandemi merujuk pada kondisi di mana suatu negara atau bahkan seluruh dunia terdampak oleh penyakit yang sangat mematikan seperti virus, dengan risiko penularan yang tinggi. Suatu negara dapat dikategorikan mengalami pandemi jika terdapat penyakit menular dengan tingkat kematian yang signifikan, seperti halnya virus Covid-19. Virus ini pertama kali ditemukan di Wuhan, Tiongkok, dan pertama kali tercatat masuk ke Indonesia pada tanggal 2 Maret 2022 berdasarkan laporan Kementerian Kesehatan RI. Dalam upaya untuk mengendalikan penyebaran virus Corona, pemerintah mengambil berbagai kebijakan yang bertujuan untuk mencegah penularan. Salah satu contohnya adalah penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). PSBB ini memberikan dampak yang signifikan pada berbagai sektor kehidupan, termasuk industri, perusahaan, dan usaha lainnya (Caraka et al., 2020; Gandasari & Dwidienawati, 2020).<sup>1</sup>

Dampak pandemi Covid-19 terhadap ekonomi secara khusus terlihat pada sektor utama, yaitu kebutuhan masyarakat (Hadiwardoyo, 2020). Selama masa pandemi, terjadi pergeseran aktivitas dari interaksi tatap muka ke digitalisasi kehidupan, menciptakan suatu bentuk ruang publik baru (Castells, 2008). Hal ini mengakibatkan gangguan bahkan terhentinya sebagian besar aktivitas masyarakat. Dampak ini sangat signifikan bagi masyarakat karena menyebabkan terjadinya krisis ekonomi yang berlangsung secara berkelanjutan. Penjualan secara tatap muka tidak dapat dilakukan sepenuhnya karena masyarakat diimbau untuk tinggal di rumah guna mengurangi risiko penyebaran virus Covid-19. Situasi ini membawa banyak dampak negatif, terutama pada sektor ekonomi negara yang mengalami penurunan akibat pandemic.

Banyak individu yang kehilangan sumber mata pencaharian mereka akibat pandemi ini, seperti yang mengalami pemutusan hubungan kerja (PHK) atau bahkan mengalami

---

<sup>1</sup> Caraka et al., 2020; Gandasari & Dwidienawati, Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) 2020

kebangkrutan. Kehilangan sumber mata pencaharian ini memberikan dampak yang besar terhadap ekonomi keluarga. Untuk mengatasi situasi ini, banyak upaya dilakukan untuk memulihkan ekonomi seperti sebelumnya. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan pembatasan keluar rumah selama pandemi ini dan membuka bisnis online shop. Kurniawan (2019) menjelaskan bahwa bisnis online adalah kegiatan yang menggunakan internet untuk melakukan berbagai aktivitas secara online, termasuk berbisnis, mencari informasi, dan sebagainya. Kondisi pandemi yang terjadi bersamaan dengan arus globalisasi mendorong individu untuk memiliki pola pikir yang kreatif dan inovatif guna mengembalikan kesejahteraan keluarga yang terdampak oleh pandemi Covid-19. Oleh karena itu, diperlukan strategi untuk menghidupkan kembali usaha kecil agar dapat bertahan di tengah pandemi (Rosita, 2020).

Dalam situasi pandemi, para ibu rumah tangga memiliki peran yang semakin penting dan terlibat aktif dalam dunia E-Commerce. Awalnya, mereka menggunakan E-Commerce untuk membeli barang-barang pribadi dan keperluan rumah tangga, namun sekarang mereka juga memanfaatkannya untuk berbisnis secara online, bahkan membuka lapangan kerja melalui Online Shop. Peran ibu rumah tangga dalam mengelola keuangan keluarga menjadi sangat penting untuk membangun kesejahteraan keluarga. Mereka harus memiliki strategi untuk memanfaatkan peluang dan kesempatan dalam menambah penghasilan tanpa harus meninggalkan rumah, salah satunya melalui jualan online. Hal ini tentu membuat waktu ibu rumah tangga menjadi lebih efisien dan bisa meluangkan banyak waktunya untuk hal lain.

Dalam era digital dan internet yang semakin berkembang, tren bisnis banyak beralih dari konvensional (offline) menjadi digital (online). Hal ini memudahkan para ibu rumah tangga untuk meningkatkan penghasilan keluarga melalui perdagangan online. Keuntungan berbisnis online juga memungkinkan para ibu rumah tangga untuk menjalankan fungsi ganda dalam rumah tangga. Selain itu, dengan berdagang online, mereka dapat mengembangkan bakat dan hobi yang produktif. Banyak perempuan saat ini bekerja dan berkontribusi dalam meningkatkan perekonomian keluarga melalui bisnis online melalui media sosial atau bekerja di perusahaan dan instansi. Penelitian tentang kontribusi perempuan dalam menambah pendapatan telah dilakukan, seperti yang disebutkan oleh Nur Octoviyana Rahmah (2014), bahwa ibu rumah tangga berkontribusi lebih dari 30% terhadap pendapatan rumah tangga mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pekerjaan yang dilakukan oleh ibu rumah tangga memberikan tambahan penghasilan yang signifikan dalam mendukung perekonomian keluarga.

Menurut penelitian Sofia menunjukkan bahwa media sosial membantu dalam meningkatkan pendapatan. Ibu rumah tangga tidak lagi bergantung pada uang saku dari suami untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari melalui bisnis online. Mereka dapat menghasilkan pendapatan sendiri sambil berkuliah, bahkan ada yang dapat membantu mengembalikan uang kepada suami (Sofia Eka Wahyu, 2014). Pada tahun 2020, pandemi Covid-19 telah memberikan dampak signifikan terhadap perekonomian global, termasuk dalam bisnis online. Pandemi ini menyebabkan guncangan ekonomi baik pada individu, rumah tangga, maupun perusahaan mikro, menengah, dan besar, bahkan berdampak pada ekonomi negara. Data dari Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa 8 dari 10 perusahaan mengalami penurunan pendapatan selama pandemi ini, karena adanya penurunan permintaan (Badan Pusat Statistik, 2020). Namun, di sisi lain, pandemi Covid-19 juga meningkatkan pendapatan sejumlah pelaku usaha, terutama dalam produk kesehatan, melalui penyesuaian platform bisnis online (Taufik dan Eka, 2020). Selain itu, kebijakan physical distancing yang diterapkan juga telah mengubah perilaku konsumen dari konvensional menjadi digital. Banyak masyarakat yang beralih untuk membeli kebutuhan melalui sistem online atau memanfaatkan media sosial. Dengan hadirnya E-Commerce, proses berbelanja menjadi lebih mudah, terutama di era pandemi seperti sekarang. Selain sebagai konsumen, kita juga memiliki kesempatan untuk memanfaatkan E-Commerce sebagai media untuk berjualan dan mendapatkan pendapatan tambahan. Keuntungan dari berbisnis online melalui E-Commerce adalah efisiensi waktu dan efektivitas yang tinggi. Kita tidak perlu mengeluarkan modal besar untuk membuka toko fisik, membayar pegawai, mengelola stok barang, dan sebagainya. Kita dapat memulai berjualan dengan modal yang terjangkau, bahkan dapat meminjam modal terlebih dahulu melalui platform E-Commerce (Sugiharto, 2022).

Peningkatan pesat dalam kemajuan teknologi mendorong kita untuk beradaptasi dengan perkembangan zaman, terutama dalam bidang ekonomi. Pemilik usaha, perusahaan, dan pelaku bisnis harus mengakui pentingnya memanfaatkan teknologi digital dalam transformasi ekonomi. Komputer dan internet adalah contoh teknologi digital yang sangat berpengaruh dalam perkembangan manusia. Dalam konteks ini, banyak perusahaan yang menggunakan teknologi digital, khususnya E-Commerce, untuk mempercepat proses jual-beli dan meningkatkan efisiensi waktu. Dengan E-Commerce, kita dapat melakukan

pembelian barang tanpa harus pergi ke toko fisik. Terlebih lagi, di tengah era pandemi ini, masyarakat perlu tetap waspada terhadap penyebaran virus dengan memilih berbelanja online dari rumah (Justin Pranata, 2022).<sup>2</sup> Kemajuan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk pola konsumsi dan perilaku belanja. Di Indonesia, industri E-Commerce yang berkembang pesat telah menghasilkan perubahan yang signifikan dalam budaya ibu rumah tangga.

Perkembangan platform e-commerce telah mengubah pola belanja ibu rumah tangga, kelompok konsumen yang sangat penting. Dalam budaya sebelumnya, ibu rumah tangga lebih mengandalkan toko fisik sebagai sumber utama pembelian kebutuhan sehari-hari. Namun, dengan hadirnya e-commerce, ibu rumah tangga sekarang memiliki akses yang lebih mudah, luas, dan efisien untuk berbelanja secara online. E-commerce memberikan kemudahan dalam hal waktu dan tidak memerlukan kerumitan yang sama dengan toko fisik.

Namun, masih ada pandangan yang menganggap bahwa perempuan, terutama ibu rumah tangga, tidak perlu memiliki pendidikan tinggi dan bekerja, karena dianggap sebagai tugas suami sebagai kepala keluarga untuk mencari nafkah. Mereka dianggap melalaikan kewajiban mereka sebagai ibu rumah tangga ketika mencoba menyalurkan bakat dan bekerja. Asumsi tradisional ini menganggap bahwa pendidikan tinggi tidak diperlukan bagi perempuan, karena pada akhirnya mereka akan menjadi ibu rumah tangga. Namun, dalam praktiknya, keterlibatan perempuan, terutama ibu rumah tangga, dalam sektor publik mengalami peningkatan yang signifikan. Pendidikan memiliki dampak positif pada kesejahteraan perempuan, karena dapat memberikan kemandirian finansial dan kemampuan untuk mengurus diri sendiri (Kanwar, 2014). Tidak jarang masyarakat meremehkan perempuan atau ibu rumah tangga yang bekerja sebagai penjual online. Pekerjaan sebagai penjual online seringkali dianggap tidak dianggap sebagai pekerjaan yang sesungguhnya. Ibu rumah tangga yang bekerja online dianggap hanya memiliki tugas rutin mengurus rumah, anak-anak, dan suami tanpa peran yang lebih. Biasanya, peran seorang ibu difokuskan pada manajemen rumah tangga, pengasuhan dan pendidikan anak-anak, serta peran sosial dalam memenuhi kebutuhan anak-anak dan aktif dalam berbagai kegiatan sosial seperti PKK, arisan, dan pengajian (Munandar, 1983).

Sebenarnya, para Ibu Rumah Tangga (IRT) memiliki keterampilan yang memungkinkan mereka untuk berperan ganda dalam keluarga, baik sebagai pekerja mandiri

---

<sup>2</sup> Alphonsus Justin Pranata. Adaptasi Teknologi untuk Pertumbuhan Bisnis - Kompasiana.com. KOMPASIANA. Published March 4, 2023. Accessed March 29, 2023.

maupun sebagai wirausaha. Selain membantu suami, ini juga merupakan bentuk aktualisasi diri. Kebutuhan ekonomi dan kebutuhan sosial mendorong perempuan untuk memainkan peran yang lebih luas, selain tugas sehari-hari mengurus rumah tangga dan merawat keluarga. Namun, seringkali ada anggapan bahwa ibu rumah tangga yang berjualan online dianggap tidak bekerja, yang menjadi tantangan tersendiri bagi mereka. Misalnya, mereka sering mendapat celaan dari tetangga yang melihat mereka hanya bermain dengan ponsel di rumah dan menganggap bahwa mereka tidak mengurus anak-anak dan rumah tangga. Ada banyak komentar negatif lain yang ditujukan kepada ibu rumah tangga yang berjualan online. Hal ini disebabkan oleh pandangan masyarakat di desa yang masih konservatif dan terbelakang. Padahal, sebenarnya jualan online sangat membantu memenuhi kebutuhan dan keperluan rumah tangga. Hal ini menjadikan para ibu rumah tangga lebih kreatif dan produktif, sehingga mereka tidak hanya mengandalkan penghasilan suami saja. Jadi, peran mereka dalam berjualan online sebenarnya memberikan manfaat positif bagi keluarga dan rumah tangga secara keseluruhan.

## **METODE PEMBAHASAN**

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif sebagai metode penelitian. Metode kualitatif merupakan suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan yang diperoleh dari partisipan serta perilaku yang diamati (Pradoko, 2017). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan dan menganalisis perubahan perilaku masyarakat terkait dengan aktivitas jual beli yang beralih dari sistem offline ke sistem online. Untuk memperoleh data yang lebih mendalam, penulis akan melakukan studi kepustakaan dan analisis (Sumarno Adi Subrata, 2017). Teknik analisis data kualitatif sering digunakan dalam penelitian yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan mengenai mengapa dan bagaimana. Pendekatan ini sangat relevan dalam penelitian yang berusaha untuk menggali topik penelitian secara menyeluruh. Sebagai contoh, dalam penelitian ini, pendekatan ini akan efektif untuk mempelajari dan menganalisis perubahan sosial yang terjadi pada ibu rumah tangga setelah pengenalan e-commerce, termasuk faktor-faktor yang mempengaruhinya.

## HASIL PENELITIAN

### 1. Ibu Rumah Tangga Yang Bekerja Online

Perbedaan yang mendasar antara bisnis online dengan offline adalah dari segi jam operasional. Bisnis online dapat beroperasi kapan saja, bahkan hingga 24 jam sehari. Ini memungkinkan pelanggan untuk mengakses produk atau layanan kapan pun mereka inginkan, tanpa adanya batasan waktu yang ketat. Di sisi lain, bisnis offline mungkin memiliki jam operasional terbatas, biasanya sekitar 8 atau 9 jam dalam sehari, tergantung pada kebijakan pemilik bisnis dan peraturan yang berlaku. Selain itu, kekurangan lain dari bisnis offline adalah biaya yang lebih tinggi. Dalam bisnis offline, Anda perlu mengeluarkan biaya yang signifikan untuk menyewa tempat usaha, seperti toko atau kantor, serta membeli perlengkapan dan peralatan lain yang diperlukan untuk menjalankan bisnis secara fisik. Ini termasuk pembelian stok barang, dekorasi interior, mesin kasir, dan lain sebagainya. Semua ini dapat memakan biaya yang besar sebelum bisnis benar-benar mulai berjalan. (Glints Blog,2021)

Peran ibu rumah tangga dalam masyarakat Indonesia telah mengalami perubahan seiring dengan perkembangan teknologi dan internet. Bekerja secara online telah memberikan peluang baru bagi ibu rumah tangga untuk tetap berkarier dan menghasilkan pendapatan tanpa harus meninggalkan rumah. Artikel ini akan membahas perbandingan antara ibu rumah tangga yang bekerja online dengan mereka yang tidak bekerja, dengan fokus pada aspek finansial, fleksibilitas waktu, pengaruh sosial, dan kepuasan pribadi.

#### a. Aspek Finansial:

Perbedaan utama antara ibu rumah tangga yang bekerja online dan yang tidak terletak pada aspek finansial. Ibu rumah tangga yang bekerja online memiliki kesempatan untuk menghasilkan pendapatan tambahan tanpa harus meninggalkan rumah. Mereka dapat memanfaatkan keterampilan atau bakat khusus yang mereka miliki untuk menawarkan jasa atau produk secara online, seperti menjadi freelancer, penulis lepas, atau mengelola bisnis online. Hal ini memberikan kesempatan bagi ibu rumah tangga untuk membantu memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga, meningkatkan stabilitas finansial, dan memperoleh kemandirian finansial.

b. **Fleksibilitas Waktu:**

Fleksibilitas waktu juga merupakan faktor penting yang membedakan antara ibu rumah tangga yang bekerja online dan yang tidak. Ibu rumah tangga yang bekerja secara online memiliki keleluasaan dalam mengatur jadwal kerja mereka. Mereka dapat menyesuaikan pekerjaan dengan tugas-tugas rumah tangga dan kebutuhan keluarga lainnya. Dalam beberapa kasus, mereka dapat bekerja pada waktu yang lebih fleksibel, seperti saat anak-anak sedang bersekolah atau saat mereka sedang tidur di malam hari. Hal ini memungkinkan ibu rumah tangga untuk efisien dalam membagi waktu antara pekerjaan dan tanggung jawab keluarga, serta memberikan kesempatan untuk terlibat dalam kegiatan keluarga.

c. **Pengaruh Sosial:**

Perbedaan lainnya terletak pada pengaruh sosial yang dialami oleh ibu rumah tangga yang bekerja online dan yang tidak. Ibu rumah tangga yang bekerja online memiliki akses terhadap jaringan sosial dan komunitas online yang lebih luas. Mereka dapat terhubung dengan sesama profesional, mitra bisnis, atau ibu rumah tangga lain yang memiliki minat atau pengalaman serupa. Hal ini dapat memberikan dukungan sosial, peluang kolaborasi, dan potensi pengembangan karier. Di sisi lain, ibu rumah tangga yang tidak bekerja online mungkin lebih terbatas dalam hal interaksi sosial yang terkait dengan pekerjaan dan lebih fokus pada interaksi dalam lingkungan keluarga atau komunitas lokal.

d. **Kepuasan Pribadi:**

Perbandingan terakhir adalah dalam hal kepuasan pribadi. Ibu rumah tangga yang bekerja online memiliki kesempatan untuk merasakan rasa prestasi dan pengembangan keterampilan melalui pekerjaan mereka. Mereka dapat memanfaatkan keterampilan yang dimiliki untuk mencapai tujuan karier pribadi mereka, memperoleh pengakuan atas kerja keras mereka, dan meningkatkan rasa percaya diri. Selain itu, pekerjaan online juga dapat memberikan kepuasan pribadi dalam hal kemandirian dan kontribusi ekonomi bagi keluarga

## **2. Sebelum Maraknya E-Commerce Dikalangan Ibu Rumah Tangga**

Sebelum maraknya perdagangan elektronik atau e-commerce di kalangan ibu rumah tangga, kegiatan membeli dan menjual barang umumnya dilakukan secara langsung atau melalui jaringan sosial dalam lingkup kecil. Biasanya, ibu rumah tangga membeli keperluan sehari-hari di pasar tradisional atau supermarket terdekat, sementara penjualan barang-barang yang dihasilkan di rumah seperti makanan atau kerajinan tangan, biasanya dijual kepada tetangga atau kerabat dekat. Kegiatan berbelanja biasanya dilakukan secara konvensional dengan pergi ke pasar atau toko-toko di sekitar tempat tinggal. Ibu rumah tangga biasanya memilih barang yang dibutuhkan dengan melihat langsung kualitas dan harga barang, serta dapat langsung memegang dan meraba barang yang akan dibeli. Namun, cara ini seringkali memakan waktu dan tenaga yang cukup banyak, terutama jika barang yang dicari tidak tersedia di pasar atau toko terdekat. Ibu rumah tangga tidak bisa banyak memilih variasi barang yang ingin dibeli di toko offline karena terbatasnya stok jenis barang yang tersedia.

## **3. Sesudah Maraknya E-Commerce Dikalangan Ibu Rumah Tangga**

Sesudah ramainya e-commerce di kalangan ibu rumah tangga, terjadi perubahan yang signifikan dalam cara mereka berbelanja dan mengatur keuangan keluarga. Dengan adanya akses mudah dan cepat ke berbagai produk dan layanan online, ibu rumah tangga dapat melakukan pembelian dengan lebih efisien dan hemat waktu. Selain itu, banyaknya penawaran diskon dan promosi khusus yang ditawarkan oleh e-commerce juga membuat mereka dapat memperoleh barang dengan harga yang lebih murah dibandingkan belanja di toko konvensional. Namun, dengan adanya kemudahan tersebut juga muncul beberapa dampak negatif. Beberapa ibu rumah tangga mengalami ketergantungan pada belanja online, yang dapat menyebabkan kelebihan pengeluaran dan hutang. Selain itu, banyak juga kasus penipuan dan penggunaan data pribadi yang tidak bertanggung jawab yang mengancam keamanan transaksi online. Untuk menghindari dampak negatif tersebut, ibu rumah tangga perlu meningkatkan literasi keuangan dan memilih platform belanja online yang terpercaya. Selain itu, mereka juga dapat menggunakan fitur-fitur seperti budgeting dan monitoring pengeluaran untuk mengontrol keuangan keluarga dengan lebih efektif. Dengan memanfaatkan e-commerce dengan bijak, ibu rumah tangga dapat meningkatkan

kualitas hidup keluarga dengan lebih baik dan efisien.

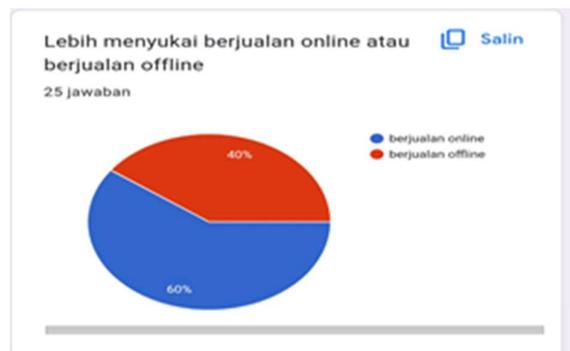
#### 4. Survey Yang Dilakukan Kepada Ibu Rumah Tangga

Peneiliti membuat beberapa angket yang didalamnya berdasarkan fakta yang diisi oleh sekumpulan PKK ibu rumah tangga di Kelurahan Mojorejo, Kota Madiun, berikut ini hasilnya:



**Gambar 1. Ibu rumah tangga merasa lebih mudah dalam berbelanja**

Berdasarkan hasil diatas bisa dilihat bahwa ada 25 responden yang telah mengisi survey, Ibu rumah tangga 76% merasa sangat terbantu dengan adanya online shop atau E-Commerce, sementara hanya 24% ibu rumah tangga yang merasa tidak terbantu dengan adanya Online Shop atau E-Commerce.



**Gambar 2. Ibu rumah tangga lebih menyukai berjualan online atau offline**

Berdasarkan hasil diatas bisa dilihat bahwa ada 25 responden yang telah mengisi survey, terdapat 60% ibu rumah tangga lebih menyukai berjualan online, sementara terdapat 40% ibu rumah tangga yang memilih berjualan offline.



**Gambar 3. Ibu rumah tangga lebih suka berbelanja online atau offline**

Berdasarkan hasil diatas bisa dilihat bahwa ada 25 responden yang telah mengisi survey, terdapat 56% ibu rumah tangga lebih menyukai berbelanja online, sementara terdapat 44% ibu rumah tangga yang memilih tetap berbelanja offline.

## **PEMBAHASAN**

### **1. Ibu Rumah tangga Bisa Mendapatkan Barang Lebih Murah Lewat E-Commerce**

Ibu rumah tangga sering kali memiliki peran yang sangat penting dalam mengatur keuangan keluarga. Salah satu cara untuk menghemat pengeluaran keluarga adalah dengan membeli barang dengan harga yang lebih murah. Di zaman digital seperti sekarang, membeli barang secara online melalui e-commerce bisa menjadi salah satu alternatif untuk mendapatkan barang dengan harga yang lebih murah.

Berikut adalah beberapa tips bagi ibu rumah tangga agar bisa mendapatkan barang dengan harga yang lebih murah lewat e-commerce:

#### **a. Mencari Promo dan Diskon**

Banyak e-commerce yang sering memberikan promo dan diskon khusus untuk pembeli tertentu, seperti pengguna baru atau pelanggan setia. Ibu rumah tangga bisa memanfaatkan promo dan diskon tersebut untuk mendapatkan barang dengan harga yang lebih murah.

#### **b. Memanfaatkan Fitur Cashback**

Beberapa e-commerce juga menyediakan fitur cashback yang bisa digunakan untuk mendapatkan uang kembali setelah melakukan pembelian. Ibu rumah tangga bisa memanfaatkan fitur cashback tersebut untuk menghemat pengeluaran.

c. **Membandingkan Harga**

Sebelum membeli barang, sebaiknya ibu rumah tangga membandingkan harga barang yang ingin dibeli di beberapa e-commerce yang berbeda. Dengan membandingkan harga, ibu rumah tangga bisa memilih e-commerce yang menawarkan harga yang lebih murah.

Dengan memanfaatkan e-commerce dengan tepat, ibu rumah tangga bisa mendapatkan barang dengan harga yang lebih murah dan menghemat pengeluaran keluarga. Namun, sebaiknya ibu rumah tangga juga memperhatikan kualitas barang yang dibeli dan memilih e-commerce yang terpercaya.

**2. Membantu Ekonomi Keluarga Lewat E-Commerce**

Lewat E-Commerce para ibu rumah tangga bisa mendapatkan barang yang lebih murah daripada beli offline. Hal ini juga yang membuat para ibu rumah tangga memunculkan ide untuk membuka online shop untuk mendapatkan keuntungan lebih, yang pasti hal ini sangatlah baik dan bisa untuk membantu ekonomi keluarga terkhususnya disaat era pandemi sekarang, di era pandemi terkadang banyak para suami yang mengalami masalah dipekerjaannya entah itu di PHK atau mungkin pengurangan gaji, atau mungkin dirasa kurang cukup untuk kebutuhan sehari-hari, jadi peran ibu rumah tangga dalam membantu ekonomi keluarga bisa terjadi lewat membuka bisnis online shop dan dengan ini juga kita bisa mematahkan penilaian beberapa orang tentang ibu rumah tangga yang tidak bisa membantu ekonomi keluarga, bahkan bisa saja penghasilan dari online shop ini melebihi dari pendapatan yang diperoleh suami dalam bekerja.

a. **Membantu Perekonomian Keluarga**

Seperti yang dilakukan ibu Fitri di Kelurahan Mojorejo Kota Madiun ibu Fitri megeluti bisnis online cukup lama. Dia memulai bisnis onlinenya sejak adanya pandemi covid. Itu dilakukannya untuk memenuhi kebutuhan kehidupannya, karena pendapatan dari suaminya kurang dirasa cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya. Itu alasan utama ibu Fitri berbisnis online. Dan bisnis online ibu Fitri sekarang sudah berkembang semakin besar, dan penghasilan bisnis online ibu Fitri pun lebih dari cukup untuk memenuhi kebutuhan keluarganya. Omset yang di dapatkan ibu Fitri sekarang bisa mencapai 10 juta per bulan.

b. Sebagai Sampingan Kerja

Tidak hanya Ibu rumah tangga yang sehari-hari dirumah saja yang bisa membuka online shop, ada juga ibu Dyah yang juga bekerja sebagai guru honorer gajinya dirasa kurang cukup di negara ini bisa membuka sampingan kerja lewat online shop, berawal karena melihat berbelanja kebutuhan rumah tangga akhirnya beliau berfikiran untuk berjualan sendiri melalui online shop bahkan penghasilan yang diterima lewat online shop bisa melebihi penghasilan pekerjaannya sebagai guru honorer.

### **3. Terciptanya Lapangan Kerja Yang Dibuat Ibu Rumah Tangga Lewat E-Commerce**

Tadi dibahas tentang ibu rumah tangga yang bisa membuka peluang bisnis lewat e-commerce dengan membuka online shop, tentu hal ini bila lama kelamaan online shop bertambah ramai dan besar tidak menutup kemungkinan bisa membuka lapangan kerja untuk orang-orang yang membutuhkan pekerjaan. Biasanya online shop awalnya memberi kesempatan untuk para konsumen atau pembeli untuk menjual barangnya lagi dengan cara menjadi reseller atau penjual ulang, jadi misalnya dari seller pertama memberi harga 5000, lalu reseller akan menjualnya lagi dengan harga 7000 sampai 10000 bahkan lebih. Selain dengan cara itu ada juga dengan cara membuka pengumuman tentang dibutuhkan karyawan online shop hanya dengan membantu promosi ke publik dan itu bisa dilakukan dari rumah selain itu bisa dilakukan oleh semua umur bahkan pelajar dan mahasiswa, biasanya membantu memposting tentang produk yang dijual.

### **KESIMPULAN**

Ibu rumah tangga sering kali memiliki peran yang sangat penting dalam mengatur keuangan keluarga. Salah satu cara untuk menghemat pengeluaran keluarga adalah dengan membeli barang dengan harga yang lebih murah. Lewat E-Commerce para ibu rumah tangga bisa mendapatkan barang yang lebih murah daripada beli offline. Ibu rumah tangga yang bisa membuka peluang bisnis lewat e-commerce dengan membuka online shop, tentu hal ini bila lama kelamaan online shop bertambah ramai dan besar tidak menutup kemungkinan bisa membuka lapangan kerja untuk orang-orang yang membutuhkan pekerjaan. Karena dengan ini kita dapat berbelanja barang tanpa harus datang ke toko. Apalagi di era pandemi

ini masyarakat harus tetap waspada terhadap penyebaran virus yang ada salah satunya dengan berbelanja online dari rumah saja.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Direktorat Jenderal Kekayaan Negara (2022). Memanfaatkan E-Commerce Dengan Benar. [online] Kemenkeu.go.id. [Accessed 29 Mar. 2023].
- Alphonsus Justin Pranata. Adaptasi Teknologi untuk Pertumbuhan Bisnis - Kompasiana.com. KOMPASIANA. Published March 4, 2023. Accessed March 29, 2023.
- Store D. 7 Macam Teknik Analisis Data [Kualitatif & Kuantitatif] - Deepublish Store. Deepublish Store. Published November 14, 2022. Accessed March 29, 2023.
- Ignacio Geordi Oswaldo. Kenali Apa Itu e-Commerce: Pengertian, Jenis-jenis, dan Manfaatnya. detikfinance. Published April 4, 2022. Accessed March 29, 2023
- Shafira Adlina. Tips Belanja Online Kebutuhan Rumah Tangga Yang Bisa Diterapkan IRT. kumparan. Published May 17, 2022. Accessed March 29, 2023
- Aberg, J., and Shahmehri, N. 2000. The Role of Human Web Assistants in E-Commerce: An Analysis and A Usability Study. Internet Research Electronic Networking Applications and Policy
- Hidayat, Taufik. 2008. Panduan Membuat Toko Online dengan OSCommerce, Jakarta : Mediakita
- Soendari, Tjutju. 2012. Keabsahan Data Penelitian Kualitatif. diakses pada tanggal 6 Maret 2014
- Maulana Adieb. Mana yang Lebih Menguntungkan, Bisnis Online atau Bisnis Offline? Glints Blog. Published January 11, 2021. Accessed June 6, 2023.
- Marselina dkk, (2018), Pengabdian Kepada Masyarakat Melalui Diseminasi Hasil Penelitian Terapan, Prossiding Seminar Nasional dan caal for paper, Penerbit : FEB Universitas Lampung.
- Kanwar, M. (2014). Misconceptions Regarding housewives among Young Females : A Psychological Perspective. Indian Journal of Psychological Science, 29(3), 106-112.
- Sayogyo, Pudjiwati. (1983). Peranan Wanita dalam Perkembangan Masyarakat Desa. Jakarta: Rajawali.