



PERANAN *MOMPREENEUR* DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN KELUARGA MELALUI PEMANFAATAN *E-COMMERCE*

Rizka Rayhana Burhan¹, Dillah Faradilla Hasanah²

^{1 & 2} Universitas Patempo

Email : rizka.rayhana@unpatempo.ac.id, dillahasanah87@unpatempo.ac.id

Abstrak : *Momprenneur* dalam meningkatkan pendapatan melalui *e-commerce* sangatlah penting. Masalah utama dalam penelitian ini dirumuskan pada bagaimana *momprenneur* dapat berperan dalam meningkatkan pendapatan keluarga. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi yang digunakan oleh *momprenneur* dalam meningkatkan pendapatan keluarga mereka melalui pemanfaatan *e-commerce*. Penelitian ini mengambil study kasus pada komunitas *momtomom sharing* (MTM) di kota Makassar. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian study kasus pada komunitas *momprenneur momtomom* (MTM). Dengan menggunakan penelitian kuantitatif dan kualitatif (*mixed method*). Untuk metode kualitatif dengan menggunakan teknik wawancara mendalam terhadap sejumlah informan. Jumlah populasi sebanyak 200 orang dengan teknik mengambil sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* sebanyak 30 orang informan. Sementara untuk teknik kuantitatif digunakan untuk mengukur dan menganalisis secara kuantitatif peranan *momprenneur* dalam meningkatkan pendapatan keluarga.

Kata kunci : *Peranan; Momprenneur; Pendapatan; Keluarga; E-commerce*

Abstract : *Momprenneurs* in increasing revenue through *e-commerce* are very important. The main problem in this study was formulated on how *momprenneurs* can play a role in increasing family income. The purpose of this study is to identify strategies used by *momprenneurs* in increasing their family income through the use of *e-commerce*. This research takes a case study on the *momtomom sharing* (MTM) community in the city of Makassar. In this study using case study research on *momprenneur momtomom* (MTM) community. By using quantitative and qualitative research (*mixed method*). For qualitative methods using In-depth interview techniques with a number of informants. The population was 200 people with the sampling technique used, namely *purposive sampling* of 30 informants. Meanwhile, quantitative techniques are used to quantitatively measure and analyze the role of *momprenneurs* in increasing family income.

Keywords: *Momprenneur; Role; Family; Income; E-commerce*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan semakin pesatnya pertumbuhan bisnis online, banyak konsumen beralih untuk berbelanja secara *online*. Menurut (Nurjaman, 2022) beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam meningkatkan inovasi UMKM di e-commerce, dikarenakan mendirikan UMKM *e-commerce* bukan hal yang mudah sehingga dalam mengembangkan UMKM perlunya aturan yang baik dalam mengelola toko online, keterampilan yang kreatif beda dari yang lain, infrastruktur jaringan internet yang memadai, dukungan pemberdayaan dan finansial dari pemerintah.

Pemerintah atau pembuat kebijakan perlu menyediakan sarana dan prasarana yang dapat membantu daya saing sesama pelaku UMKM serta memastikan manfaatnya untuk konsumen. Bisnis jualan *online* merupakan kegiatan bisnis yang dijalankan menggunakan fasilitas internet guna mencapai tujuan tertentu berupa keuntungan, promosi, penyebaran promosi dan penjualan (Karini, 2023).

Selain itu, *momprenneur* juga merupakan salah satu kelompok yang semakin aktif dalam berbisnis di Indonesia, terutama dalam memenuhi kebutuhan keluarga dan meningkatkan pendapatan keluarga. Bisnis yang dijalankan oleh *momprenneur* sangat beragam, mulai dari jual beli *online*, *dropshipping*, hingga membuka usaha *catering* atau *fashion*. Salah satu keunggulan *momprenneur* adalah fleksibilitas waktu yang dimiliki untuk menjalankan bisnis, sehingga mereka dapat tetap fokus pada tugas sebagai ibu dan istri.

E-commerce belakangan ini digemari oleh kalangan pebisnis baik besar maupun kecil. Hal ini karena promosi melalui media online atau pemasaran secara digital lebih mudah menjangkau konsumen dalam hal memperkenalkan atau menjual produknya sehingga sangat membantu pelaku bisnis (Karimah, Priharsari and Tibyani, 2022). *E-commerce* sendiri telah membuka peluang baru bagi bisnis untuk menjual produk dan jasa mereka secara online dan menjangkau konsumen di seluruh dunia.

E-commerce juga memungkinkan bisnis untuk mengurangi biaya operasional dan memperluas pangsa pasar mereka. Di sisi lain, *e-commerce* juga memberikan manfaat bagi konsumen dalam bentuk kemudahan berbelanja, harga yang lebih terjangkau, dan pilihan produk yang lebih banyak. Dalam hal ini, *momprenneur* dapat memanfaatkan *e-commerce* sebagai sarana untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan produk mereka. Namun, *momprenneur* juga harus menghadapi berbagai tantangan dalam berbisnis melalui *e-commerce*, seperti persaingan yang ketat dan keamanan transaksi yang harus dijaga.

Oleh karena itu, *momprenneur* perlu memahami peran mereka dalam memanfaatkan *e-commerce* untuk meningkatkan pendapatan keluarga serta cara mengatasi tantangan yang dihadapi dalam berbisnis online.

Pada Penelitian ini akan membahas tentang peranan *momprenneur* dalam meningkatkan pendapatan keluarga melalui pemanfaatan *e-commerce* serta tantangan dan cara mengatasi tantangan tersebut. Selain itu, kita juga akan membahas tentang bagaimana *momprenneur* dapat memaksimalkan penggunaan media sosial dalam meningkatkan penjualan di *e-commerce*.

Adanya komunitas bisnis sangat berarti bagi *momprenneur* dalam menjalankan usahanya, khususnya pertukaran informasi dan teknologi, saling berbagi ilmu dan pengalaman, tempat berpromosi serta mampu memperluas wilayah pemasaran dan

silaturahmi bagi sesama anggota komunitas (Gultom, 2022). Maka dari itu penelitian ini mengambil study kasus pada komunitas *momtomom* (MTM).

TINJAUAN TEORI

A. Pendapatan Keluarga

Pendapatan keluarga atau komponen ekonomi keluarga ini secara khas terkait dengan peran ibu rumah tangga dalam beraktivitas ekonomi untuk memenuhi kebutuhan keluarga, seperti sandang, pangan, pendidikan, pembayaran listrik, dan lain-lain. Para istri menghabiskan waktu mereka membantu suami dalam mencari nafkah melalui berbagai usaha, baik itu dalam skala kecil maupun besar.

Terkadang, para istri bahkan menjadi penyandang utama ekonomi keluarga karena berbagai alasan seperti kematian suami, sakit, pemutusan hubungan kerja, atau perceraian. Namun, dalam teori, peran ekonomi dalam rumah tangga dapat diukur melalui beberapa indikator, termasuk menjadi pekerja informal, besarnya kontribusi penghasilan yang diberikan oleh ibu rumah tangga kepada pendapatan keluarga, kemampuan dalam pengambilan keputusan mengenai alokasi pendapatan, pembagian peran antara sektor domestik dan publik, serta nilai-nilai positif yang mendukung peran ibu rumah tangga sebagai pekerja di sektor informal. (Nainggolan, Marwa and Hamid, 2023).

Ekonomi rumah tangga membawa dampak yang baik dalam keluarga. Peran ini dimainkan oleh para Istri, yang menjadi pengusaha atau wirausahawan. Mereka, para wanita mendirikan dan menjalankan bisnis sendiri di samping mengasuh anak-anaknya. Ibu pengusaha secara aktif menyeimbangkan peran ibu dan pengusaha.

Pendapatan keluarga (istri) adalah salah satu komponen yang penting dalam perekonomian keluarga dan masyarakat secara lebih luas. Pendapatan yang diperoleh oleh istri dari berbagai sumber memiliki dampak signifikan pada perekonomian keluarga dan berbagai aspek ekonomi.

Berikut adalah beberapa cara bagaimana pendapatan keluarga istri memengaruhi perekonomian:

1. **Konsumsi dan Kebutuhan Keluarga:** Pendapatan istri seringkali digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari keluarga, seperti makanan, pakaian, dan kebutuhan rumah tangga lainnya. Ini berkontribusi pada konsumsi domestik dan permintaan barang dan jasa.
2. **Pendidikan dan Kesehatan:** Sebagian pendapatan istri dapat dialokasikan untuk pendidikan anak-anak atau akses ke layanan kesehatan. Ini memengaruhi investasi dalam sumber daya manusia dan kesejahteraan keluarga.
3. **Kemandirian Ekonomi:** Pendapatan istri memberikan kemandirian ekonomi kepada mereka. Ini dapat meningkatkan status sosial dan emansipasi ekonomi perempuan.
4. **Kesejahteraan Keluarga:** Pendapatan istri dapat memberikan kesejahteraan tambahan kepada keluarga, yang dapat memperbaiki kualitas hidup keluarga secara keseluruhan.
5. **Pengaruh Sosial:** Peran ekonomi yang lebih aktif dari istri juga dapat memiliki dampak sosial yang positif dengan memperluas persepsi tentang peran perempuan dalam perekonomian.

Pendapatan keluarga istri adalah salah satu aspek yang mencerminkan dinamika dan keberagaman perekonomian modern. Memahami peran dan kontribusi pendapatan istri dalam perekonomian membantu dalam merancang kebijakan yang mendukung kesetaraan gender dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

B. Peranan *Mompreneur*

Mompreneur merupakan dua konsep yang digabungkan menjadi satu kata, berasal dari kata *mother* yang berarti ibu dan *entrepreneur* yang berarti wirausaha. *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 (*workfamily balance*) (Nainggolan, Marwa and Hamid, 2023).

Mompreneur juga menghadapi berbagai tantangan, termasuk menyeimbangkan peran ganda mereka sebagai ibu dan pengusaha, mengelola waktu dengan efektif, serta menghadapi tekanan bisnis yang mungkin memerlukan dedikasi ekstra. Meskipun demikian, banyak *mompreneur* berhasil mengatasi tantangan ini dan menjadi contoh sukses dalam berbagai bidang bisnis.

Peranan *mompreneur* dalam masyarakat dapat memiliki berbagai dampak positif dan penting. Berikut ini adalah beberapa pembahasan mengenai peranan *mompreneur* :

1. Sumber Inspirasi: *Mompreneur* dapat menjadi sumber inspirasi bagi perempuan lain, terutama ibu muda, untuk mengejar impian mereka dalam dunia bisnis. Mereka membuktikan bahwa memadukan peran sebagai ibu dan pengusaha bisa sukses.
2. Peran dalam Ekonomi: *Mompreneur* berperan dalam pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan peluang kerja, baik untuk diri mereka sendiri maupun orang lain. Mereka sering menjalankan usaha kecil hingga menengah yang memberikan kontribusi pada ekonomi lokal.
3. Fleksibilitas Waktu: Salah satu keunggulan *mompreneur* adalah kebebasan mengatur waktu mereka sendiri untuk menjalani peran ibu dan bisnis. Ini membantu mereka menjaga keseimbangan antara pekerjaan dan keluarga.
4. Pemberdayaan Wanita: *Mompreneur* membuktikan bahwa wanita memiliki potensi besar dalam dunia bisnis. Mereka mempromosikan pemberdayaan perempuan dengan menunjukkan bahwa menjadi ibu tidak menghambat kemampuan mereka untuk sukses sebagai pengusaha.
5. Inovasi dan Kreativitas: Banyak *mompreneur* terlibat dalam bisnis terkait pengasuhan anak, produk bayi, atau peralatan rumah tangga. Ini sering menghasilkan inovasi dan kreativitas dalam pengembangan produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan keluarga.
6. Dukungan Sosial: *Mompreneur* sering memiliki komunitas kuat dengan wanita lain yang menghadapi situasi serupa. Mereka memberikan dukungan emosional, berbagi pengalaman, dan sumber daya berguna untuk pertumbuhan bisnis mereka.
7. Dampak Positif pada Keluarga: *Mompreneur* yang berhasil mengelola bisnis mereka dapat memberikan manfaat finansial bagi keluarga mereka, meningkatkan kualitas hidup secara keseluruhan.

Partisipasi perempuan dalam angkatan kerja, terutama para ibu, dipengaruhi oleh sejumlah faktor. Misalnya, dalam sektor pertanian, perempuan biasanya diperlukan hanya untuk meningkatkan tenaga kerja yang sudah ada. Di sektor industri, terutama industri kecil, ada peluang bagi perempuan untuk bekerja sebagai pekerja industri. Ini menjadi lebih relevan bagi perempuan dengan tingkat pendidikan yang lebih rendah. (Tenri, Haris and Burhan, 2023)

C. *E-commerce*

E-commerce merupakan praktek penjualan, pembelian, pemasaran barang dan jasa melalui sistem informasi di antaranya adalah melalui internet. Dari perspektif konsumen pembelian melalui *e-commerce* bisa menjadi lebih murah, dan fleksibel karena relative sangat mudah dan menghemat tenaga. *E-commerce* juga memberikan pilihan produk yang banyak kepada pelanggan, sehingga konsumen jika teliti dan cermat bisa mendapatkan produk dan jasa yang lebih murah dari toko-toko off-line yang ada (Fauzia, 2016).

Pemanfaatan *e-commerce* oleh *momprenneur* adalah hasil dari berbagai teori dan konsep yang berkaitan dengan bisnis online, peran ibu rumah tangga, dan perempuan dalam dunia kerja. *Momprenneur* yang menggunakan *e-commerce* untuk menjalankan bisnis mereka menggambarkan pemberdayaan, karena mereka memiliki kontrol atas bisnis mereka sendiri, keuangan mereka, dan waktu mereka. *momprenneur* berusaha mencapai keseimbangan antara peran sebagai ibu dan pengusaha. *E-commerce* memberikan fleksibilitas untuk mencapai keseimbangan ini. Pemanfaatan *e-commerce* oleh *momprenneur* tidak hanya didasarkan pada pemahaman konsep bisnis online tetapi juga pada keterampilan manajemen, keahlian teknologi, dan pengetahuan pasar yang relevan.

E-commerce (perdagangan elektronik) memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan pendapatan *momprenneur* (ibu rumah tangga yang berwirausaha). Berikut adalah beberapa cara di mana *e-commerce* membantu *momprenneur* meningkatkan pendapatan mereka :

1. Akses ke Pasar yang Lebih Luas: *E-commerce* memungkinkan *momprenneur* untuk menjual produk atau jasa mereka secara *online*, yang artinya mereka dapat mencapai pasar yang lebih besar daripada yang dapat mereka capai dengan toko fisik. Ini membuka peluang untuk menjangkau konsumen di seluruh wilayah atau bahkan global.
2. Biaya Operasional yang Rendah: Dibandingkan dengan toko fisik, biaya operasional *ecommerce* seringkali lebih rendah. *Momprenneur* dapat mengurangi biaya sewa tempat, persediaan yang besar, dan jumlah karyawan yang diperlukan. Ini membuat lebih banyak pendapatan tersisa sebagai keuntungan.
3. Pemasaran Online: Melalui *e-commerce*, *momprenneur* dapat memanfaatkan berbagai strategi pemasaran online seperti media sosial, iklan digital, dan optimisasi mesin pencari (SEO). Ini membantu mereka menarik lebih banyak pelanggan potensial.
4. Dukungan Komunitas Online: Ada banyak komunitas dan forum online yang didedikasikan untuk *momprenneur*. Mereka dapat berbagi pengalaman, memberikan dukungan, dan berkolaborasi dengan sesama *momprenneur* untuk meningkatkan bisnis mereka.

Dengan memanfaatkan *e-commerce* secara efektif, *momprenneur* memiliki peluang besar untuk meningkatkan pendapatan mereka dan mengembangkan bisnis mereka lebih lanjut. Ini memungkinkan mereka untuk mencapai kesuksesan dalam bisnis mereka sambil menjaga keseimbangan dengan peran sebagai ibu dan pengusaha.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian study kasus pada komunitas *momprenneur* *momtomom sharing* (MSM). Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dan kualitatif (*mixed method*). Untuk metode kualitatif dengan menggunakan teknik *In-depth interview* (wawancara mendalam) terhadap sejumlah informan. Jumlah populasi sebanyak 200 orang dengan teknik mengambil sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* sebanyak 30 orang informan. Sementara untuk teknik kuantitatif digunakan untuk mengukur dan menganalisis secara kuantitatif peranan *momprenneur* dalam meningkatkan pendapatan keluarga.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengelolaan Data Identitas Responden dan Kepemilikan Akun Usaha (*Ecommerce*).

Pengelolaan data mengenai identitas responden dan kepemilikan akun usaha *momprenuer* melalui komunitas *mom to mom sharing* (MTM) Makassar adalah sebagai berikut

Tabel 1. Usia Responden (*Momprenuer*)

Usia (Tahun)	Jumlah	Persentase (%)
20-30	11	36,7
30-40	18	60
40	1	3,3
Jumlah	30	100

Sumber : Data diolah,2023

Berdasarkan informasi dalam tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas *momprenuer* berada dalam rentang usia 30-40 tahun, mencapai sekitar 60%. Rentang usia ini dianggap sebagai masa dewasa di mana mereka telah memiliki kemampuan berpikir kritis dan independensi finansial. Sementara itu, *momprenuer* dalam rentang usia 20-30 tahun hanya sekitar 36,7% karena pada usia ini, banyak perempuan masih fokus pada pendidikan dan belum mempertimbangkan karier sebagai pengusaha profesional. Sejumlah kecil *momprenuer* (sekitar 3,3%) berusia di atas 40 tahun, menunjukkan bahwa usia bukanlah hambatan utama bagi perempuan untuk mencapai kemandirian ekonomi.

Tabel 2. Jenis Usaha

Jenis Usaha	Jumlah	Persentase (%)
Kuliner	13	43,4
Fashion	10	33,3
<i>Handcraft</i>	4	13,3
Jasa	2	6,7
Lainnya	1	3,3
Jumlah	30	100

Sumber, Data diolah,2023

Dari data yang diberikan di atas, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar jenis usaha yang dominan adalah di sektor kuliner, mencapai sekitar 43,4%. Artinya, hampir setengah dari responden terlibat dalam usaha kuliner. Berdasarkan wawancara dengan beberapa responden, diketahui bahwa alasan pemilihan sektor kuliner sebagai jenis usaha adalah karena sebagian besar wanita memiliki keterampilan memasak atau membuat kue. Selain itu,

ada juga yang berpendapat bahwa usaha kuliner memiliki siklus perputaran modal yang cepat, sehingga tidak memerlukan modal awal yang besar. Pendapat lain mengungkapkan bahwa makanan adalah kebutuhan dasar manusia, sehingga sektor kuliner dianggap sebagai jenis usaha yang tetap diperlukan meskipun persaingan semakin ketat dan terus berkembang. Sementara itu, sekitar 33,3% *momprenneur* dalam komunitas MTM Makassar terlibat dalam bidang usaha *fashion*, yang menunjukkan bahwa jumlah bisnis kuliner dan *fashion* hampir seimbang. Alasan di balik pilihan jenis usaha ini adalah karena tren *fashion* yang semakin inovatif dan harga yang lebih terjangkau.

Ada juga pandangan lain yang menyebutkan bahwa mereka memiliki hasrat dalam desain yang ingin diperluas melalui dunia *fashion*. Selain itu, beberapa *momprenneur* memiliki niat mulia untuk melestarikan budaya lokal melalui industri *fashion*. Sedangkan usaha di bidang kerajinan tangan (*handcraft*) menjadi fokus bagi beberapa *momprenneur* dalam komunitas MTM Makassar, mencapai sekitar 13,3%. Alasan di balik ini sangat bervariasi, mulai dari hasrat, kurangnya pesaing dalam bidang ini dibandingkan dengan bidang usaha lain, hingga modal awal yang relatif kecil tetapi memiliki nilai jual yang bersaing.

Bidang jasa memiliki andil sekitar 6,7% dalam usaha yang ditekuni oleh *momprenneur* dalam komunitas MTM Makassar. Ragam jenis jasa yang ditawarkan termasuk dekorasi acara, perjalanan, dan jasa titip (*jastip*). Ini menunjukkan bahwa *momprenneur* juga berperan dalam menyediakan layanan kepada calon pelanggan.

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa *momprenneur* memilih usaha jasa karena ada peluang yang muncul akibat permintaan dari lingkungan sekitar yang membutuhkan layanan tersebut. Wanita dikenal karena sifat teliti dan perhatiannya terhadap detail, sehingga sektor jasa dianggap sebagai pilihan yang cocok untuk mereka. Ada juga pandangan lain yang menyatakan bahwa sektor jasa memerlukan modal awal yang minim, bahkan modalnya berupa tenaga dan bukan materi, sehingga banyak yang tertarik untuk mencoba peruntungan dengan memulai usaha di bidang jasa.

Tabel 3. Kepemilikan Akun usaha di media sosial (Tiktok, Facebook, Instagram)

Kepemilikan akun media sosial	Jumlah	Persentase (%)
Memiliki	30	100
Tidak memiliki	-	-
Jumlah	30	100

Sumber, Data diolah, 2023

Di era digitalisasi saat ini, pelaku usaha diharapkan untuk familiar dengan berbagai alat pemasaran, termasuk media sosial seperti TikTok, Facebook, dan Instagram. Platform-platform ini adalah pasar yang tak terbatas yang memungkinkan usaha kita dikenal secara global. Dalam komunitas *momprenneur* MTM Makassar, 100% responden memiliki akun media sosial karena menjadi salah satu persyaratan untuk menjadi anggota komunitas tersebut, entah itu hanya di Facebook atau platform lainnya

Tabel 4. Kepemilikan akun usaha pada *Marketplace* (Tokopedia, Shopee, lainnya)

Kepemilikan akun Marketplace	Jumlah	Persentase (%)
Memiliki	25	83,3
Tidak memiliki	5	16,7
Jumlah	30	100

Sumber, Data diolah,2023

Marketplace telah memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam proses berbelanja. Fleksibilitas yang ditawarkan oleh berbelanja melalui *marketplace* menjadi favorit di kalangan *shopaholic* yang juga memiliki jadwal pekerjaan yang padat. Sebanyak 83,3% dari *momprenneur* dalam komunitas MTM Makassar memiliki keberadaan di *marketplace* untuk usaha mereka.

Berdasarkan wawancara, diketahui bahwa alasan memiliki keberadaan di *marketplace* adalah untuk mencapai pasar yang lebih luas dan beragam. Sementara 16,7% pelaku usaha belum memiliki atau memilih untuk tidak menggunakan *marketplace*. Mayoritas usaha yang tidak memiliki keberadaan di *marketplace* adalah jenis usaha kuliner basah yang tidak memungkinkan pengiriman dalam waktu tertentu.

Meskipun begitu, berdasarkan wawancara, diketahui bahwa para pelaku usaha, terutama dalam bidang kuliner basah, telah mulai mempertimbangkan cara agar produk mereka juga dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Inovasi dalam bentuk makanan beku (*food frozen*) muncul sebagai solusi yang memungkinkan produk makanan tersebut dapat dikirim dalam batas waktu tertentu agar sampai ke tangan pelanggan dalam kondisi baik.

Tabel 5. Penghasilan *Momprenneur* (Bulan).

Rata- rata penghasilan (Rp/Jt)	Jumlah	Persentase (%)
< 2.000.000	5	16,7
2.000.001 – 3.000.000	7	23,3
3.000.001 - 4.000.000	12	40
> 4.000.000	6	20
Jumlah	30	100 %

Sumber, Data diolah,2023

Dari tabel diatas, mengenai penghasilan *momprenneur* berdasarkan hasil responden dapat diketahui bahwa *momprenneur* memiliki penghasilan rata-rata Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000 sebanyak 12 responden dengan persentase 40 %. Maka penghasilan ini bila disesuaikan dengan pengeluaran rumah tangga terbilang cukup dan sudah bisa untuk keperluan lainnya. Pendapatan responden juga tergantung dari jenis usaha masing-masing. Seperti pada rata-rata penghasilan kurang dari Rp. 2.000.000 sebanyak 5 orang responden dengan memiliki jenis usaha *handcraft* (Musiman). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin besar modal usaha maka semakin besar penghasilan begitupun resikonya.

2. Respon dan tanggapan informan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan responden Mayoritas jawaban responden mengatakan bahwa asal mula memulai karier sebagai *momprenneur* dalam *e-commerce* karena melihat sebuah peluang bisnis *online* yang dapat dijalankan dari rumah dan yang menjadi motivasi utama adalah untuk memberikan kontribusi finansial tambahan untuk keluarga tanpa harus meninggalkan tugas sebagai ibu rumah tangga. Hal ini memberikan kesempatan merawat anak-anak sambil mengejar karier. Dalam mengatur jadwal kerja jawaban dari informan dapat disimpulkan dengan membuat jadwal yang terstruktur, waktu khusus untuk bekerja saat anak-anak bersekolah atau tidur serta meminta bantuan pasangan (suami) dan memprioritaskan waktu berkualitas bersama keluarga. Menjadi tantangan yang dihadapi seperti menjaga keseimbangan antara pekerjaan dan keluarga. Juga, mengelola bisnis pemasaran dan mengatasi persaingan dalam dunia *e-commerce* merupakan tantangan yang perlu dihadapi dengan baik.

Untuk menciptakan berbagai sumber pendapatan dalam keluarga informan selain menjual produk sendiri juga menjadi afiliasi produk terkait dan menawarkan layanan konsultasi. Hal ini membantu informan atau *momprenneur* memiliki berbagai sumber pendapatan. Adapun peranan *momprenneur* dalam perekonomian rumah tangga memiliki peran yang sangat penting karena *momprenneur* dapat memberikan kontribusi finansial tambahan tanpa harus meninggalkan tanggung jawab keluarga. Mereka juga menginspirasi anak-anak mereka untuk mengejar impian mereka sendiri. Menjaga keseimbangan adalah tantangan. Membuat jadwal yang teratur dengan memprioritaskan waktu untuk keluarga dan mengalokasikan waktu khusus untuk bisnis. Selain itu juga mengajak suami dan anak-anak ikut terlibat dalam beberapa aspek bisnis sehingga ini menjadi pengalaman bersama.

Mayoritas informan menerapkan strategi khusus untuk memasarkan produk dengan fokus pada pemasaran melalui media sosial dan *platform ecommerce* serta mengedepankan kualitas produk dan layanan pelanggan yang baik untuk membangun reputasi positif. Program afiliasi akan menjadi dan kolaborasi *influencer* akan menjadi pemasaran yang efektif kedepan dengan menjangkau lebih banyak pelanggan (Dhamayanti *et al.*, 2022)

Komunitas *e-commerce* sangat solit dan mendukung. Dappat berbagai pengalaman, tips, dan dukungan emosional yang sangat membantu mengatasi berbagai tantangan dalam bisnis. Disisi lain, komunitas *e-commerce*, *momprenneur* juga dapat mendapatkan dukungan, tetapi fokusnya lebih kepada aspek teknis, pemasaran online, manajemen inventaris, dan strategi bisnis secara keseluruhan. Kunci utama adalah terlibat aktif dalam komunitas yang sesuai dengan minat, serta berkolaborasi dengan sesama *momprenneur* dan pemilik bisnis *e-commerce* untuk saling memperkuat. Adapun saran yang dapat diberikan oleh informan kepada ibu-ibu lain yang ingin memulai bisnis *e-commerce* agar dapat untuk percaya diri sendiri dan berani mencoba. Jangan ragu untuk mencari bantuan, belajar, beradaptasi dengan perubahan bisnis *e-commerce*.

Dari hasil paparan mengenai *momprenneur*, makadapat diketahui kriteria peranan *momprenneur* dalam meningkatkan pendapatan keluarga melalui *e-commerce* dalam penelitian ini, bahwa *momprenneur* berkontribusi dalam pendapatan keluarga dengan memanfaatkan *ecommerce*, tidak hanya menjadi ibu rumah tangga tetapi *momprenneur* juga

melakukan usaha dari rumah guna untuk mendukung ekonomi keluarga dalam membantu suami mencari nafkah (Nainggolan, Marwa and Hamid, 2023).

Peran perempuan pengusaha atau ibu rumah tangga memiliki peran yang sangat penting dalam ekonomi keluarga secara khusus, dan ekonomi nasional secara khusus. Penelitian tersebut juga didukung oleh penelitian (Tahir, 2019) yang menyatakan bahwa perempuan berkontribusi dalam pemenuhan ekonomi keluarganya. Kegiatan sehari-hari ibu rumah tangga yang berbisnis secara online tidak terlepas dari mengerjakan urusan rumah tangga. Hal ini sesuai dengan penelitian (Karini, 2023) bahwa ibu rumah tangga yang berbisnis jualan *online* tersebut tidak melalaikan pekerjaan rumah. Adapun pengaturan waktu yang digunakan yakni mendahulukan urusan rumah terlebih dahulu lalu menjalankan bisnis jualan *online*.

Dalam hal ini wanita memberikan peran yang sangat penting bagi pembentukan keluarga sejahtera sebagai unit terkecil dalam kehidupan. Begitu pula wanita adalah tiang dalam keluarga. Istilah tersebut menunjukkan bahwa wanita memiliki posisi vital di tengah-tengah keluarga dengan segala fungsi dan tugas yang kompleks. Dengan begitu peran wanita dalam rumah tangga menjadi tolak ukur suatu hubungan keluarga yang harmonis (Wicaksana and Rachman, 2018).

KESIMPULAN

Perempuan adalah individu yang memiliki kemandirian yang signifikan, dan pentingnya peran serta mereka dalam dunia bisnis harus diakui. Ada berbagai alasan yang mendorong perempuan untuk menjadi pengusaha. Namun, yang paling esensial adalah kemampuan perempuan untuk menjalankan peran ganda sebagai ibu rumah tangga dan kontributor utama dalam ekonomi keluarga. Penelitian ini menunjukkan bahwa *momprenneur* memiliki peran yang signifikan dalam kontribusi terhadap pendapatan keluarga. Mereka mampu menciptakan sumber pendapatan tambahan atau bahkan menjadi penyumbang utama dalam keluarga.

Penelitian juga menyoroti fleksibilitas waktu yang dimiliki *momprenneur* dalam menjalankan bisnis *e-commerce*. Fleksibilitas ini memungkinkan mereka untuk menjaga keseimbangan antara peran sebagai ibu dan pebisnis *online*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *momprenneur* dapat memanfaatkan potensi pasar global yang ditawarkan oleh *e-commerce*. Mereka dapat mencapai pelanggan di berbagai wilayah, meningkatkan jangkauan bisnis mereka.

Namun, perlu dicatat bahwa kesuksesan dalam peran *momprenneur* di *e-commerce* tidak selalu dijamin dan dapat memerlukan dedikasi, pembelajaran berkelanjutan, dan adaptabilitas terhadap perubahan pasar. Faktor-faktor seperti persaingan yang ketat dan perubahan tren pasar juga harus dipertimbangkan dalam menjalankan bisnis *e-commerce*.

Kesimpulan ini mendorong *momprenneur* untuk memahami dan mengelola tantangan ini dengan bijak untuk mencapai kesuksesan jangka panjang dalam meningkatkan pendapatan keluarga melalui *e-commerce*.

DAFTAR PUSTAKA

- Dhamayanti, M. *et al.* (2022) 'Empowerment of Mompreneurs in Creating Economic Independence', *Proceedings of the International Conference on Social, Economics, Business, and Education (ICSEBE 2021)*, 205(Icsebe 2021), pp. 51–56. Available at: <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220107.011>.
- Fauzia, I.Y. (2016) 'Pemanfaatan e-commerce dan m-commerce dalam bisnis di kalangan wirausahawan perempuan', *Journal of Business & Banking*, 5(2), p. 237. Available at: <https://doi.org/10.14414/jbb.v5i2.705>.
- Gultom, E. (2022) 'Pengaruh Faktor Individu Terhadap Perilaku Wirausaha Mompreneur (Studi Kasus Pada Komunitas Haibolu Indonesia)', *Jurnal Bisnis Kompetitif*, 1(2), pp. 123–128. Available at: <https://doi.org/10.35446/bisniskompetitif.v1i2.1064>.
- Karimah, B.P.H., Priharsari, D. and Tibyani (2022) 'Analisis Penggunaan E-Commerce terhadap Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)', *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 6(3), pp. 1298–1305. Available at: <https://jptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/10784>.
- Karini, D. (2023) 'No Title بیلی', *Nucl. Phys.*, 13(1), pp. 104–116.
- Nainggolan, B., Marwa, M. and Hamid, N. (2023) 'Peran Mompreneur Dalam Mendukung Ekonomi Keluarga Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Ternate', *Jesya*, 6(2), pp. 1282–1295. Available at: <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1027>.
- Tahir, R. (2019) 'Peran Perempuan Pada Usaha Budidaya Rumput Laut di Kabupaten Bantaeng (Studi Kasus Kelurahan Lamalaka Kecamatan Bantaeng Kabupaten Bantaeng)', *Jurnal Pertanian Berkelanjutan*, 7(2), pp. 134–146. <http://journal.uncp.ac.id/index.php/perbal/article/view/1377>
- Tenri, A., Haris, E. and Burhan, R.R. (2023) 'Peran Perempuan dalam Mendorong Kemandirian Ekonomi Melalui Kewirausahaan', *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6 (1), pp. 12–21. Available at: <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.3364>.
- Wicaksana, A. and Rachman, T. (2018) '濟無No Title No Title No Title', *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), pp. 10–27. Available at: <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>.
- Nurjaman, K. (2022). Pemberdayaan E-Commerce di Kalangan Pelaku UMKM di Indonesia. Dalam *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. https://etheses.uinsgd.ac.id/68047/1/16_%20-%20Kadar%20Nurjaman%20%20Ind.pdf