

Pemberdayaan Ekonomi Ibu Rumah tangga Milenial Melalui Bisnis Jastip

Mas'adah *¹, Mu'ah ², Mokhtar Sayyid³, Rina Sulistyowati⁴

^{1,2,3,4}Ekonomi, ITB Ahmad Dahlan Lamongan

Email: *masadah1977@gmail.com, mama.stiead@gmail.com, sayyidaksmi@gmail.com
rinasulistyowati59@gmail.com

Abstract

In the digital era, business opportunities are increasingly large, including for millennial housewives. One promising business is the jastip business or entrustment service. The aim of this community service activity is to empower millennial housewives who intensely use information technology and social media to earn income and gain satisfaction apart from shopping for themselves and for others but it is profitable. This community service activity involves providing outreach on understanding the basics of digital marketing for Jastip businesses. By having the right strategy, the jastip business can become a very profitable business for millennial housewives. The method used is socialization, bringing in successful Jastip business people, creating an online community, creating an attractive appearance. The targets achieved in this service activity are 1) Millennial housewives know Jastip's business strategy; 2) Millennial housewives know and understand the basics of digital marketing to support the Jastip business with branded products for children at affordable prices..

Keywords: Empowerment, Millennial Housewives, Jastip

Abstrak

Di era digital, peluang usaha kian berpeluang besar, termasuk bagi ibu rumah tangga milenial. Salah satu usaha yang menjanjikan adalah dengan bisnis jastip atau jasa titip. Permasalahan yang dihadapi ibu rumah tangga milenial adalah ingin memperoleh pendapatan dan berbelanja tanpa harus melalalkan tugas rumah tangga,. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberdayakan ibu rumah tangga milenial yang intens menggunakan teknologi informasi dan sosial media untuk mendapatkan pendapatan dan memperoleh kepuasan tersendiri selain berbelanja untuk diri sendiri juga untuk orang lain tetapi menguntungkan. Adapun kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan memberikan sosialisasi tentang Memahami dasar-dasar digital marketing untuk usaha Jastip. Dengan mempunyai strategi yang tepat maka bisnis jastip dan bisa menjadi bisnis yang sangat menguntungkan kepada ibu rumah tangga milenial. Metode yang digunakan adalah sosialisasi, mendatangkan pelaku bisnis Jastip yang sukses, membuat komunitas online, membuat tampilan menarik. Target yang dicapai pada kegiatan pengabdian ini adalah 1) Ibu rumah tangga milenial mengetahui strategi bisnis Jastip; 2) Ibu rumah tangga milenial mengetahui serta memahami dasar-dasar digital marketing guna menunjang bisnis Jastip produk-produk untuk anak-anak bernerek dengan harga terjangkau.

Kata Kunci: Pemberdayaan, Ibu Rumah Tangga, Milenial, Jastip.

Pendahuluan

Di era digital, peluang usaha kian berpeluang besar, termasuk bagi ibu rumah tangga milenial (Pratyaharani et al., 2022). Yang dimaksud dengan "Ibu Milenial" adalah istilah yang mengacu pada ibu-ibu muda yang aktif secara sosial, terhubung dengan perkembangan teknologi, dan sering kali berbagi pengalaman mereka dalam membesarkan anak, menyeimbangkan karier dan kehidupan pribadi, serta menjalani gaya hidup yang modern. (Ba'alwi & Fitriani, 2022) Mereka biasanya menggunakan media sosial dan platform online untuk berbagi tips, cerita, dan pengalaman sehari-hari mereka. Istilah ini mencerminkan pergeseran dalam pandangan tradisional tentang peran ibu dalam masyarakat, dengan mengakui bahwa banyak ibu muda saat ini memiliki minat dan keterlibatan dalam hal-hal yang biasanya dianggap sebagai bagian dari kehidupan generasi muda. (Arindita, 2019) . Permasalahan yang dihadapi ibu rumahtangga milenial adalah ingin memperoleh pendapatan dan berbelanja tanpa harus melalaikan tugas rumahtangga Ibu rumahtangga milenial yang giat menggunakan sosialmedia ingin memperoleh penghasilan tetapi terkendala harus menjaga anak dirumah. Untuk itu mereka ingi memperoleh ilmu pengetahuan tentang bisnis yang tanpa mengganggu kegiatan keseharian mereka dan sekaligus dapat berbelanja yang merupakan hobi mereka. Salah satu usaha yang menjanjikan adalah dengan bisnis jastip atau jasa titip. (Kusumastuti, 2020)

Fenomena usaha yang sedang ramai sekali ditekuni dan digunakan jasanya yaitu usaha jasa titip barang atau jastip (Andiza & Wardhana, 2020). Jastip sendiri adalah usaha jasa titip barang yang dapat dibeli didaerah atau di negara tertentu pada saat pelaku usaha sedang mengunjungi suatu daerah atau negara tersebut (Nurfaizah, 2023). JASTIP (Jasa Titip) adalah usaha dibidang jasa yang menawarkan jasa membeli barang. Barang yang dibeli berupa pakaian (baju, celana, jaket, tas, sepatu), makanan, barang elektronik, dan aksesoris. Usaha jasa titip ini muncul dikarenakan beberapa faktor, diantaranya: (1). Pengguna jasa tidak mempunyai waktu untuk membeli barang tersebut; (2). Pengguna jasa mencari barang yang tidak dijual didaerah tempat pengguna jasa tinggal; (3). Pengguna jasa ingin membeli makanan yang hanya dijual disuatu daerah atau negara tertentu. Masih sedikitnya usaha jasa titip ini, membuat para pengguna jasa titip ini harus menunggu penyedia jasa titip membuka open order (PO) untuk memesan barang yang diinginkan. Selain itu, para pengguna jasa titip harus menunggu barang yang sudah dipesan sampai kepada tempat pengguna jasa. (Jannah, 2021)

Sistem usaha jasa titip yaitu dengan cara pelaku usaha akan memberikan informasi jauh hari sebelum berangkat ketempat yang akan dikunjungi melalui media sosial. (Brahmanta & Sukranatha, 2020) Pelaku usaha akan mengumumkan tempat dan waktu yang akan mereka kunjungi, waktu pulang pelaku usaha dari tempat yang dikunjungi , serta waktu barang tiba ke pengguna usaha . Dengan tarif jasa yang akan dipakai pengguna usaha, biasanya pelaku usaha tersebut menerapkan tarif Rp 10.000 – Rp 1.000.000 untuk setiap barang tergantung dari ukuran barang dan kesulitan barang yang dipesan (Djeni & Widjaja, 2023)

Pelaku usaha dan langkanya jasa titip ini banyak dilakukan oleh kalangan wanita. Hampir semua masyarakat termasuk wanita menyukai kegiatan belanja, akan tetapi tidak sedikit pria yang menggeluti usaha jasa titip tersebut. Konsep dari bisnis jastip ini adalah personal shopper (pembeli pribadi) sehingga pelaku usaha tidak perlu menyiapkan barang dalam jumlah besar. Pesaing utama dari

bisnis jasa titip barang ini adalah pelaku jasa titip lain dan aplikasi online (online shop). Biasanya pengguna jastip yaitu banyaknya orang yang sulit mendapatkan suatu barang karena terkait jarak dan waktu. Keuntungan menjadi pelaku jasa titip diantaranya adalah mendapatkan penghasilan tambahan : Sebagian besar jasa titip melayani belanja di mall besar hingga keluar negeri. Jumlah order bisa mencapai puluhan setiap pembukaan jasa titip. Jasa titip pada umumnya mendapatkan fee beragam (tergantung harga produk). Menyalurkan hasrat belanja hingga mendapatkan serta memperbanyak poin di setiap toko yang dikunjungi. Tidak sedikit juga pelaku jasa titip mendapatkan keuntungan dari poin kartu kredit, undian mall, dan promo (diskon). Kesempatan berbelanja dan staying up to date dengan fashion : Banyaknya diskon yang menarik yang sebenarnya barang tersebut tidak diperlukan pelaku jasa titip, dengan menjadi pelaku jasa titip secara tidak langsung dapat menyalurkan keinginan belanja tanpa perlu khawatir rugi dan menyesal dalam membeli barang tersebut.

Keuntungan menjadi pengguna jasa titip diantaranya adalah keterbatasan waktu menjadi faktor utama pengguna jasa titip : Kurangnya waktu pengguna jasa titip untuk mengunjungi tempat barang yang diinginkan dikarenakan jarak yang tidak dapat dicapai dikarenakan jarak tempuh yang jauh atau tidak ada waktu untuk melihat online store. Yang kedua adalah Personalia : Pengguna jasa titip menggunakan jasa ini dikarenakan pelaku jasa titip dapat diajak berdiskusi dan menginformasikan produk yang terbaik. Yang ketiga Promo (diskon) : Pelaku jasa titip yang gemar berbelanja, akan mendapatkan banyak informasi tentang promo atau diskon terbaru, informasi yang susah didapatkan tentang promo dapat disampaikan langsung dengan sendirinya kepada pengguna jasa titip.

Kebiasaan suka berbelanja ternyata bisa menguntungkan dan menambah pundi-pundi dengan menjalankan konsep jastip. Tanpa modal yang besar, ibu-ibu rumah tangga bisa menjalankan bisnis ini, tinggal menjalin relasi dengan teman via media sosial dan menjaga kepercayaan mereka untuk membelanjakan uangnya membeli barang yang mereka butuhkan. (Hidayati & Sukardani, 2023)

Mendirikan bisnis jastip (jasa titip) bagi ibu-ibu milenial bisa menjadi peluang yang menarik. Untuk itu dalam kegiatan PKM ini tim ingin memberikan sosialisasi tentang Memahami dasar-dasar digital marketing untuk usaha Jastip.

Pemberdayaan ibu rumah tangga melalui bisnis Jastip berpeluang besar dikarenakan mereka aktif menggunakan sosial media sehingga hal tersebut dapat dijadikan peluang menambah penghasilan dan menyenangkan hati berbelanja .

Jadi kesimpulannya, bisnis jastip ini memiliki peluang yang besar bagi ibu-ibu milenial. Untuk itu dalam kegiatan PKM ini tim ingin memberikan sosialisasi tentang Memahami dasar-dasar digital marketing untuk usaha Jastip Dengan mempunyai strategi yang tepat maka bisnis jastip dan bisa menjadi bisnis yang sangat menguntungkan.

Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberdayakan ibu rumahtangga milenial yang intens menggunakan teknologi informasi dan sosial media untuk mendapatkan pendapatan dan memperoleh kepuasan tersendiri selain berbelanja untuk diri sendiri juga untuk orang lain tetapi menguntungkan. Dan diharapkan ibu rumah tangga milenial memahami dasar-dasar digital marketing untuk usaha Jastip. Dengan mempunyai strategi yang tepat maka bisnis jastip dan bisa menjadi bisnis yang sangat menguntungkan kepada ibu rumah tangga milenial

Metode Pengabdian

Metode yang dilakukan dalam kegiatan sosialisasi dilakukan oleh tim dalam bentuk ceramah dan Tanya jawab. Metode ceramah ini dilakukan dengan cara menyampaikan materi pelajaran kepada peserta didik secara langsung atau dengan cara lisan (Ersandy, 2017). Sedangkan menurut (Putri & Syuraini, 2021). Metode Tanya jawab adalah penyampaian pesan sosialisasi dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan para peserta sosialisasi (ibu rumahtangga Milenial) memberikan jawaban atau sebaliknya para peserta diberi kesempatan bertanya dan tim menjawab pertanyaan-pertanyaan. Sosialisasi bisnis jastip ini dilaksanakan pada hari Senin, 20- mei 2024 bertempat di sekolah PAUD Dan TK Bina Insani Candimulyo Jombang pada pukul 08.00-10.00 WIB.

Metode pengabdian masyarakat dengan cara

1. Sosialisasi . (Ceramah dan Tanya Jawab)

Sosialisasi ini diikuti oleh ibu rumah tangga milenial di sekolah TK Bina Insani sambil menunggu putranya di sekolah. Adapun materi yang akan disampaikan adalah :

- a) Memahami dasar-dasar digital marketing
 - b) Menyusun target dan strategi bisnis
 - c) Memahami konsumen
 - d) Menggunakan sosial media sebagai sarana memasarkan produk-produk
2. Mendatangkan pelaku bisnis Jastip yang sukses. Mentorship dapat membantu ibu-ibu milenial memperoleh wawasan, nasihat, dan dukungan praktis dalam mengembangkan bisnis mereka. (Ceramah dan Tanya Jawab)
 3. Membuat komunitas online. Pada tahap ini para ibu milenial yang tertarik mendirikan bisnis jastip dapat bergabung komunitas online pengusaha jastip. Tujuannya dapat sharing pengetahuan dan informasi barang-barang yang akan dijual (Ceramah Dan Tanya Jawab)
 4. Pendampingan membuat tampilan menarik di media sosial produk yang ditawarkan misalnya menggunakan media WhastAp. Dengan pendekatan yang komprehensif dan berkelanjutan, ibu-ibu milenial dapat didukung untuk berhasil dalam bisnis jastip mereka dan mengembangkan potensi mereka sebagai pengusaha yang tangguh dan mandiri.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memiliki tujuan meningkatkan kemampuan digital marketing untuk memasarkan Jastip produk-produk Pakaian , mainan anak-anak yang bermerek dengan harga terjangkau. Hasil yang dicapai dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah menjadikan Ibu Rumahtangga milenial seorang bisnis women tanpa meninggalkan anak-anaknya dengan :

- a. Memahami dasar-dasar digital marketing . Memahami dasar-dasar digital marketing ini akan membantu ibu rumah tangga milenial merencanakan dan melaksanakan strategi yang efektif untuk mempromosikan bisnis atau merek secara online. Caranya dengan Media Sosial: Manfaatkan platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan WhatsAp untuk berinteraksi dengan audiens membangun merek, dan mempromosikan produk atau layanan . Konten Marketing: Konten berkualitas tinggi sangat penting dalam digital marketing. Ini bisa berupa artikel blog, video, infografis, atau podcast yang memberikan nilai tambah kepada customer.

- b. Menyusun target dan strategi bisnis . Target pasar merupakan sekelompok orang yang menjadi target penjualan produk .Umumnya target pasar akan memiliki karakteristik yang sama baik dari sisi kebiasaan, demografi, dan lainnya. Dengan mengetahui target pasar, strategi pemasaran pun jadi lebih efektif dan efisien, juga menghemat biaya karena target promosi produk ataupun jasa jadi lebih tepat sasaran(Irawan et al., 2021)
- c. Memahami konsumen . Memahami keinginan konsumen dengan menyediakan barang barang titipan yang diinginkan konsumen sehingga konsumen akan selalui setia dengan jasa titipan kita. . Menggunakan sosial media sebagai sarana memasarkan produk-produk (Harahap & Amanah, 2022)
- d. Menggunakan sosial media sebagai sarana memasarkan produk-produk. (Nurhayaty et al., 2022)



Gambar 1 Kegiatan Sosialisasi Digital Marketing

Hasil yang dicapai pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah tumbuhnya minat wirausaha pada ibu rumah tangga milenial . sebanyak 15 peserta sebanyak 5 orang peserta berminat untuk bisnis jastip produk anak bermerek dengan memanfaatkan sosial media sebagai sarana marketing

Berikut contoh produk yang ditawarkan di Jastip

1. Celana Pendek anak



Gambar 2. Produk celana anak

2. Mainan anak



Gambar 3. Stiker

Pendampingan ibu ibu milenial mendirikan jastip dilakukan di suatu kelompok komunitas ibu ibu milenial yang sedang menunggu putra putri belajar di pendidikan PAUD Daerah Jombang. Banyak ibu ibu yang suka mencari produk produk untuk anaknya. Untuk itu tim PKM berusaha mengenalkan bisnis jastip untuk pemberdayaan ibu rumah tangga milenial selain untuk menambah tambahan pendapatan juga menambah komunitas pertemanan . Pada pendampingan ini para peserta ibu ibu diberikan contoh tampilan tampilan produk yang diperjual belikan di Jastip . Adapau evaluasi dari kegiatan pengabdian masyarakat ini terdapat sekitar 5b ibu rumah tangga yang bersedia masuk grub komunitas bisnis jastip melalui Grub bisnis WhatsAp dan join memasarkan produk produk yang ada di komunitas .

Simpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kemampuan digital marketing kepada ibu rumah tangga milenial.. Pada pengabdian ini juga dikenalkan strategi bisnis Jastip sehingga diharapkan ibu rumah tangga milenial - dapat mempraktekan pada bisnisnya dan mendapat penghasilan tambahan selama menjadi ibu rumah tangga. Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada hari Senin, 20- mei 2024 bertempat di sekolah PAUD Dan TK Bina Insani Candimulyo Jombang pada pukul pukul 08.00- 10.00 WIB. Target yang dicapai pada kegiatan pengabdian ini adalah 1) Ibu rumah tangga milenial mengetahui strategi bisnis Jastip; 2) Ibu rumah tangga milenial mengetahui serta memahami dasar-dasar digital marketing guna menunjang bisnis Jastip produk-produk untuk anak anak bernerek dengan harhga terjangkau.

Daftar Pustaka

- Andiza, F., & Wardhana, A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Preferensi Konsumen Pada Jasa Titip @NIS.SHOPPING. *E-Proceeding of Management*.
- Arindita, R. (2019). Personal Branding Mom-Influencer Dan Representasi Ibu Millenial Di Media Sosial. *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*. <https://doi.org/10.32509/wacana.v18i1.722>
- Ba'alwi, M. A., & Fitriani, A. S. (2022). Rancang Bangun Komunitas Memasak Ibu-Ibu Rumah Tangga Milenial Berbasis Web. *Prosiding Seminar Nasional Teknik Elektro, Sistem Informasi, Dan Teknik Informatika (SNESTIK)*.

- Brahmanta, P. R., & Sukranatha, A. A. K. (2020). Keabsahan Usaha Jasa Titip Online Di Indonesia Ditinjau Dari Perspektif Hukum Perjanjian. *Jurnal Kertha Desa*.
- Djeni, M. F., & Widjaja, I. (2023). Kewajiban Pajak Bagi Pelaku Jasa Titipan. *Jurnal Serina Abdimas*.
- Ersandy, M. E. K. B. (2017). Efektivitas Metode Ceramah. *STAIN Kediri*.
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2022). Memahami Impulsif Buying Dalam Proses Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*. <https://doi.org/10.29313/performa.v19i01.9719>
- Hidayati, D., & Sukardani, P. (2023). Perilaku Konsumtif Masyarakat Urban Dalam Fenomena Jastip (Studi Fenomenologi Pelanggan Perempuan Pada Layanan Jasa Titip Produk Fast Fashion). *The Commercium*.
- Irawan, Y., Pujiyanto, P., & Sudarmanto, J. A. (2021). Perancangan Media Promosi Brand “Raishin Apparel” untuk Memperluas Target Pasar. *JoLLA: Journal of Language, Literature, and Arts*. <https://doi.org/10.17977/um064v1i122021p1747-1764>
- Jannah, M. T. (2021). Berbelanja Melalui Jasa Titip Perabot di Masa Pandemi Covid-19: Studi Kasus @jastipbyarumi. *Emik*. <https://doi.org/10.46918/emik.v4i1.867>
- Kusumastuti, A. D. (2020). Fenomena Jasa Titip (Jastip) Dan Polemik Bagi Kelangsungan Produk Umkm. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.47942/iab.v9i1.645>
- Nurfaizah, S. (2023). Kesadaran Hukum Penyedia Usaha Jastip Terhadap Regulasi Terkait Lartas (Larangan Dan Pembatasan) Impor Barang Kiriman (Studi Kasus Online Shop). In *etheses.uin-malang.ac.id*.
- Nurhayaty, E., Pramularso, E. Y., Marginingsih, R., & Susilowati, I. H. (2022). Pelatihan Membuat Media Promosi Sederhana dengan Aplikasi Canva di Yayasan Desa Hijau. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v5i1.10522>
- Pratyaharani, H. P., Suroso, A. I., & Ratono, J. (2022). Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Bayi Bagi Ibu Milenial. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.3.846>
- Putri, I. N., & Syuraini, S. (2021). Hubungan Antara Penggunaan Metode Tanya Jawab dengan Partisipasi Peserta Pelatihan Program Pendidikan Kecakapan Kerja (PKK). *Jurnal Pendidikan Tambusai*.

