BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Vol. 6 No. 2, 2025, pp. 1155-1160
DOI: https://doi.org/10.31949/jb.v6i2.12116

e-ISSN 2721-9135
p-ISSN 2716-442X

Strategi Pengembangan Usaha UMKM Berbasis Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Keluarga di Kota Makassar

Andi Tenri Lawa Putri Lanrang Haris[1*], Muhammad Taufan Gunawan[2], Andi Sartika Juniarmita[3]
[1] STIE Tri Dharma Nusantara, Makassar, Indonesia
[2] Institut Teknologi dan Bisnis Kalla, Makassar, Indonesia
[3] STIE Tri Dharma Nusantara, Makassar, Indonesia
*e-mail korespondensi: lawaputri@gmail.com

Abstract
This community service program is carried out to support Sisterfood women MSMEs, is one of the businesses engaged in the F&B sector, namely the provision of wet cakes with the concept of snack boxes. The problem faced by partners is that the diversity of cake menu choices for snack box products cannot be fulfilled by partners themselves due to limited human resources and production tools, so partners take advantage of partner locations which are densely populated locations to empower housewives in making various types of cakes. This activity aims to support the sustainability of partners' productive businesses through the preparation of business development strategies that are carried out both in terms of quality and quantity of products involving housewives around partner locations, as well as product marketing so that they are better known by customers and can compete with competitors. The method includes: socialization, training, technology application, mentoring and evaluation, and program sustainability. The results showed an increase in partners' understanding of the method of increasing turnover with digital marketing and the use of technology in the production system to produce quality and quantity of production results; have a business account on the e-commerce; equipment assets to support production.
Keywords*: Business Development Strategy; Empowerment; MSMEs*

Abstrak
Program pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk mendukung UMKM perempuan Sisterfood yang merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang F&B yaitu penyediaan kue basah berkonsep snack box. Permasalahan yang dihadapi mitra adalah keberagaman pilihan menu kue untuk produk snack box tidak dapat dipenuhi oleh mitra sendiri karena keterbatasan SDM dan alat produksi, sehingga mitra memanfaatkan lokasi mitra yang merupakan lokasi padat penduduk untuk melakukan pemberdayaan terhadap ibu-ibu rumah tangga dalam membuat berbagai jenis kue. Kegiatan ini bertujuan untuk mendukung keberlanjutan usaha produktif mitra melalui penyusunan strategi pengembangan usaha yang dilakukan baik dari segi kualitas maupun kuantitas produk yang melibatkan ibu-ibu rumah tangga di sekitar lokasi mitra, serta pemasaran produk agar lebih dikenal oleh pelanggan dan dapat bersaing dengan kompetitor. Metode pelaksanaan kegiatan mencakup: sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, pendampingan dan evaluasi, dan keberlanjutan program. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman mitra terhadap metode peningkatan omset dengan pemasaran digital serta penggunaan teknologi pada sistem produksi untuk menghasilkan kualitas dan kuantitas hasil produksi; terdapat akun bisnis di platform e-commerce; asset peralatan untuk menunjang produksi.
Kata Kunci: Strategi Pengembangan Usaha; Pemberdayaan; UMKM

Accepted: 2024-12-04 Published: 2025-04-13

PENDAHULUAN

UMKM ialah pelaku bisnis yang bergerak diberbagai bidang usaha yang menyentuh kepentingan masyarakat. UMKM merupakan usaha ekonomi produktif yang dilakukan seorang individu atau kelompok maupun badan usaha yang menjadikannya sebagai salah satu pilar perekonomian nasional (Gunawan *et al*., 2022). Keberadaannya perlu mendapat perhatian karena berperan dalam penciptaan lapangan kerja dan penyerapan tenaga kerja (Naimah *et al*., 2020). Peran lainnya yaitu sebagai pencipta pasar baru dan inovasi, pengembang kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat (Tenri *et al*., 2023) serta kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor (Malik *et al*., 2022). Dalam fungsi pemberdayaan, UMKM

akan mendorong masyarakat agar memiliki kemandirian agar dapat memberikan kemampuan yang dimiliki oleh masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (Rahma, *et. al.,* 2024). Keberadaannya sangat penting dan bermanfaat dalam pendistribusian pendapatan bagi masyarakat lingkungan sekitar (Muliadi, 2021).

Sisterfood merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang F&B yaitu penyediaan kue basah berkonsep snack box. Didirikan pada bulan November 2018 dan berlokasi di Jl. Urip Sumaharjo, Makassar. Snack box biasanya banyak ditemui untuk kegiatan atau acara-acara formal maupun informal seperti rapat kerja, seminar, pertemuan, family gathering, pesta pernikahan, dan lainnya. Keberadaan usaha ini sangat menjanjikan karena memiliki pasar yang besar khususnya di Kota Makassar sebagai ibukota Provinsi Sulawesi Selatan yang notabenenya merupakan salah satu pusat bisnis modern di Indonesia Timur. Oleh karena itu pilihan menu kue yang ditawarkan harus beragam agar dapat mengakomodir kebutuhan berbagai acara.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan diketahui bahwa keberagaman pilihan menu kue untuk produk snack box tidak dapat dipenuhi oleh mitra sendiri karena keterbatasan SDM dan alat produksi, sehingga mitra memanfaatkan lokasi mitra yang merupakan lokasi padat penduduk untuk melakukan pemberdayaan terhadap ibu-ibu rumah tangga dalam membuat berbagai jenis kue. Mayoritas ibu-ibu di lokasi mitra berprofesi sebagai ibu rumah tangga dengan kondisi ekonomi menengah ke bawah. Cara kerjanya yaitu setiap ibu rumah tangga yang ingin terlibat bertanggung jawab membuat satu jenis kue yang kemudian akan dipasarkan oleh mitra dalam bentuk pesanan snack box. Pilihan kue pada snack box mitra berjenis kue basah sehingga pembuatannya berdasarkan list pesanan yang masuk. Peralatan produksi yang masih manual dan sederhana menjadi hambatan bagi ibu-ibu rumah tangga untuk dapat meningkatkan target produksi harian. Oleh karena itu, ketersediaan alat produksi yang memadai diharapkan mampu menjadi solusi bagi mitra untuk dapat meningkatkan produksi. Hal ini menjadi efektif dan efisien mengingat mayoritas ibu-ibu rumah tangga di lokasi mitra adalah seorang istri dan ibu, sehingga diharapkan pekerjaan rumah tangga juga dapat berjalan beriringandengan kegiatan sampingan menjadi *partner* bagi mitra untuk dapat menghasilkan uang tambahan untuk membantu ekonomi keluarga.

Gambar 1. Kegiatan pembuatan kue oleh mitra dan IRT di sekitar lokasi mitra

Kegiatan ini bertujuan untuk mendukung keberlanjutan usaha produktif mitra melalui penyusunan strategi pengembangan usaha yang dilakukan baik dari segi kualitas maupun kuantitas produk yang melibatkan ibu-ibu rumah tangga di sekitar lokasi mitra, serta pemasaran produk agar lebih dikenal oleh pelanggan dan dapat bersaing dengan kompetitor, khususnya di Kota Makassar. Adapun fokus kegiatan ini adalah memastikan seluruh sarana dan prasarana produksi mitra layak dan dapat terpenuhi agar dapat berpengaruh pada kontinuitas proses produksi, pemasaran dan penjualan produk sehingga berdampak signifikan terhadap omset mitra. Semakin besar omset yang

dihasilkan mitra, maka semakin besar pula hasil yang diterima para ibu rumah tangga sebagai hasil kontribusi diberdayakan oleh mitra untuk peningkatan ekonomi keluarganya.

Gambar 2. Kue-kue yang diproduksi oleh mitra dan IRT di sekitar lokasi mitra

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam bentuk pendampingan sesuai alur kegiatan yang telah disusun. Partisipasi aktif mitra selama proses pelaksanaan kegiatan sangat membantu tim pengabdi menyelesaikan kegiatan ini. Adapun langkah-langkah yang dilakukan selama proses kegiatan pengabdian kepada masyarakat, antara lain:

1. Sosialisasi, yang difokuskan pada peningkatan pemahaman tentang cara peningkatan omset penjualan serta akses ke platform digital;
2. Pelatihan, dilakukan dengan pembekalan anggota kelompok terhadap strategi pemasaran digital, penggunaan media sosial, e-commerce, dan marketplace untuk memperluas jangkauan pasar;
3. Penerapan teknologi, dilakukan dengan tujuan peningkatan kapasitas produksi dari mitra;
4. Pendampingan dan evaluasi, dilakukan dengan mendampingi anggota kelompok dalam proses kegiatan pelatihan dan melakukan evaluasi terhadap hasil kerjanya; dan
5. Keberlanjutan program, dilakukan dengan memetakan program mana saja yang perlu ditindaklanjuti dan mana yang tidak.

Pengukuran indikator pelaksanaan kegiatan dilihat dalam beberapa kategori seperti: adanya peningkatan jumlah produksi, adanya standarisasi ukuran produk, adanya materi konten pemasaran digital yang menarik, dan adanya standar kemasan yang baik. Perubahan yang terjadi pada mitra diharapkan mampu menjadi solusi dalam meningkatkan omset bisnisn ya yang berdampak bagi penghasilan ibu-ibu rumah tangga di sekitar lokasi mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini terlebih dahulu telah dilakukan sosialisasi dan survei melibatkan pelaku UMKM dan ibu-ibu sekitaran usaha yang bekerja sebagai pembuat kue. Selanjutnya, ditemukan permasalahan disektor produksi dan pemasaran. Pada sektor produksi permasalahan utama yaitu kurang memadainya peralatan fasilitas yang dimiliki mitra sehingga tidak bisa memenuhi target produksi harian kue. Walaupun mendapatkan pasokan dari ibu-ibu disekitar rum ah produksinya, mitra masih merasa kesulitan dikarenakan resiko kue yang akan rusak jika tidak laku pada hari itu. Hal ini kemudian disimpulkan sebagai faktor pemasaran yang masih minim dari inovasi, media promosi yang masih dilakukan secara tradisional dari mulut ke mulut, serta penggunaan *platform* atau *marketplace* yang tidak maksimal. Bebe rapa faktor yang berhubungan dengan branding produk juga diklaim sebagai masalah dari mitra dan keberlangsungan usahanya.

Sosialisasi & Survei

Sebelum pelaksanaan, kami melakukan sosialisasi dan survei untuk mengidentifikasi kebutuhan UMKM mitra. Hasil survei menunjukkan bahwa terbatasnya sarana dan prasarana produksi berupa peralatan produksi. Selama ini para ibu rumah tangga yang menjadi target pemberdayaan mitra melakukan produksi kue menggunakan peralatan sederhana seperti pisau, talenan, alat pengaduk/ whisk, baskom, spatula, alat peniris sederhana dan lain-lain; Terbatasnya alat penyimpanan berupa kulkas/ freezer sehingga produksi kue dilakukan setiap hari. Padahal ada beberapa jenis kue yang dapat diminimalisir produksi hariannya dengan kualitas yang tetap terjaga bila didukung dengan teknik penyimpanan yang tepat; Standarisasi ukuran produk karena masih dilakukan pengukuran bahan mentah dan bahan jadi tahap *finishing* secara manual.

Pemberian Fasilitas dan Peralatan

Program ini menyediakan berbagai peralatan yang dibutuhkan mitra untuk keberlangsungan usahanya seperti mesin pendingin makanan, alat kemasan, alat memasak, serta perlengkapan produksi penunjang lainnya. Tujuannya untuk meningkatkan kapasitas dan kualitas produksi kue yang dihasilkan.

Peningkatan Kapasitas dan Kualitas Produk

Setelah penyerahan, kami mengadakan pelatihan tentang penggunaan dan pemeliharaan peralatan yang baru diterima. Para peserta terlihat antusias dan aktif bertanya tentang cara mengoptimalkan penggunaan peralatan tersebut. Kami juga memberikan beberapa masukan dan motivasi agar mitra dan ibu-ibu yang diberdayakan dapat meningkatkan jumlah produksi kuenya, dengan memanfaatkan alat produksi yang telah diberikan. Kegiatan ini berjalan dan didampingi langsung oleh tim peneliti sebagai tim mentor. Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, setelah satu bulan penggunaan peralatan baru, mitra melaporkan peningkatan signifikan dalam kapasitas produksi. Mitra melaporkan peningkatan produksi dari 150 biji per hari kini bisa tembus menjadi 500 biji per hari. Bahkan saat ini mitra sudah menerima orderan untuk acara-acara besar seperti hajatan nikahan, aqiqah, syukuran, dan lain-lain. Dijelaskan oleh mitra bahwa dalam kondisi pesanan tertentu, mitra dapat meningkatkan lagi jumlah produksinya mencapai 1000 biji. Hal ini tentu menjadi dampak positif bagi pendapatan keluarga dan membuka peluang kerja bagi masyarakat sekitar lokasi mitra.

Pelatihan Branding dan Promosi

Berdasarkan hasil pengamatan dan laporan mitra kepada tim peneliti, diketahui bahwa jenis kue yang menjadi *best seller* dari mitra adalah berbagai produk risol. Oleh karena itu, setelah melakukan diskusi mendalam dengan ditunjang berbagai pertimbangan, tim peneliti mengusulkan untuk melakukan *re-branding.* Tujuannya agar mitra dan tim fokus melakukan produksi kue dan untuk mendorong peningkatan penjualan. Mitra kemudian merubah logo dari sisterfood menjadi Kotak Risol. Mitra juga mulai aktif dalam memproduksi konten promosi di media sosial, seperti Instagram, facebook, dll.

Umpan Balik dan Evaluasi

Kami melakukan evaluasi dengan mengumpulkan umpan balik dari mitra dan ibu-ibu yang diberdayakan. Mayoritas merasa terbantu dengan adanya fasilitas baru, dan beberapa mengusulkan agar kami menyelenggarakan pelatihan lanjutan tentang pemasaran dan manajemen keuangan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memiliki beberapa target sasaran berdasarkan hasil identifikasi permasalahan yang dialami mitra. Berdasarkan analisis situasi, dapat dirumuskan permasalahan prioritas mitra yang terbagi dalam 2 tahap, yaitu tahap produksi dan tahap pemasaran. Adapun permasalahan yang berkaitan dengan tahap produksi, yaitu:

1. Terbatasnya sarana dan prasarana produksi berupa peralatan produksi. Selama ini para ibu rumah tangga yang menjadi target pemberdayaan mitra melakukan produksi kue menggunakan peralatan sederhana seperti pisau, talenan, alat pengaduk/ whisk, baskom, spatula, alat peniris

sederhana dan lain-lain;
2. Terbatasnya alat penyimpanan berupa kulkas/ freezer sehingga produksi kue dilakukan setiap hari. Padahal ada beberapa jenis kue yang dapat diminimalisir produksi hariannya dengan kualitas yang tetap terjaga bila didukung dengan teknik penyimpanan yang tepat;
3. Standarisasi ukuran produk karena masih dilakukan pengukuran bahan mentah dan bahan jadi tahap finishing secara manual.

Adapun permasalahan yang berkaitan dengan tahap pemasaran, yaitu:
1. Proses pemasaran masih dominan dilakukan dengan teknik WOM (*Word of Mouth*) dengan memanfaatkan kerabat, relasi, keluarga dan teman-teman pribadi mitra;
2. Materi promosi di media sosial cenderung monoton dan kurang menarik;
3. Packing kemasan snack box kurang menarik.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra, beberapa solusi yang diajukan pada pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Rangkuman solusi dan indikator luaran

No	Aspek Permasalahan	Solusi	Luaran	Indikator Luaran
1	Alat produksi yang masih manual	Pengadaan alat produksi modern yang sesuai kebutuhan seperti: chooper sayuran, spinner, mixer	Peningkatan kualitas dan kuantitas produksi	Jumlah kue yang diproduksi meningkat 100%
2	Tidak ada alat penyimpanan yang memadai	Pengadaan freezer untuk penyimpanan hasil produksi yang dapat bertahan lama	Peningkatan kapasitas produksi untuk kue yang dapat dibekukan	Jumlah produksi meningkat 50%
3	Ukuran produk belum terstandarisasi	Pengadaan dan penggunaan alat timbang digital untuk bahan baku dan tahap *finishing* kue	Peningkatan kualitas dan kuantitas produk	Jumlah produk yang cacat ukurannya berkurang 50%
4	Promosi masih cenderung menggunakan teknik konvensional yaitu WoM *(Word of Mouth)*	Membuat program pemasaran dan penjualan produk	Pemasaran dan transaksi penjualan produk	Penjualan online meningkat 100%
5	Materi di media sosial masih monoton	Pendampingan membuat konten media sosial	Konten menarik	Jumlah follower d media sosial meingkat 100%
6	*Packing* produk kurang menarik	Membuat desain kemasan	Pembuatan label desain kemasan yang menarik	Produk memiliki kemasan yang menarik dan informatif 100%

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertajuk "Strategi Pengembangan Usaha UMKM Berbasis Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Keluarga di Kota Makassar" telah berhasil mencapai tujuannya untuk mendukung keberlanjutan usaha produktif mitra melalui penyusunan strategi pengembangan usaha yang dilakukan baik dari segi kualitas maupun kuantitas produk yang melibatkan ibu-ibu rumah tangga di sekitar lokasi mitra. Sosialisasi dan pendampingan yang dilakukan tim peneliti terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap

konsistensi dan standarisasi produk. Dengan adanya pendampingan ini, mitra dan timnya dapat mengupayakan proses produksi secara efisien. Ditinjau dari aspek produksi, mitra telah dapat meningkatkan jumlah produksi hariannya dan membuat produk versi beku yang sangat membantu mitra menerima pesanan dalam jumlah yang besar. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan yang diberikan dapat menjadi langkah awal yang efektif untuk pengembangan usaha mitra.

Ditinjau dari aspek pemasaran, pendampingan *digital marketing* yang dilakukan membawa perubahan perilaku mitra menjadi semakin proaktif dalam membuat konten untuk kebutuhan pemasaran di media sosial. Materi konten yang dihasilkan pun lebih terkini dan sangat relevan dengan kondisi saat ini. Meskipun belum sepenuhnya meninggalkan penjualan konvensional, tetapi mitra telah mengembangkan bisnisnya dengan aktif melakukan *digital marketing* sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

SARAN

Berdasarkan hasil yang telah dicapai, disarankan agar kegiatan ini dapat dilanjutkan untuk pendampingan yang lebih intensif dan berkelanjutan kepada mitra. Alasannya karena mitra melakukan *re-branding* produk sehingga membutuhkan promosi yang lebih komprehensif untuk memperkenalkan produknya baik secara konvensional maupun secara digital.

Untuk mendukung keberlanjutan kegiatan ini, kolaborasi berbagai pihak sangat dibutuhkan. Kerjasama ini dapat berupa penyediaan akses modal untuk pengadaan peralatan yang menunjang, pendampingan atau pelatihan *digital marketing* yang lebih detail dan menyeluruh sehingga mitra dapat menjadi lebih mandiri dan kompetitif. Diharapkan dengan adanya upaya kolaboratif dan dukungan berkelanjutan, UMKM mampu bersaing di era digital dan berkontribusi terhadap pemberdayaan masyarakat sekitar dengan tingkat ekonomi rendah secara khusus dan membantu perekonomian lokal dan nasional secara umum.

DAFTAR PUSTAKA

Gunawan, M. T., Alzah, S. F., & Serpian, S. (2022). Keterlibatan Pemerintah Dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Di Kota Makassar Selama Pandemi Covid-19. *Journal of Business Administration (JBA)*, *2*(1), 16. https://doi.org/10.31963/jba.v2i1.3445

Malik, A. J., Zakiyabarsi, F., & Ilma, I. (2022). PKM Strategi Pengembangan Usaha Olahan Pisang Upaya Peningkatan Nilai Tambah Masyarakat Maros. *Celebes Journal of Community Services*, *1*(2), 1–7. https://doi.org/10.37531/celeb.v1i2.212

Muliadi, S. (2021). Sas App: Mewujudkan Umkm Berbasis Digital Dalam Rangka Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Pringgasela Lombok Timur. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, *5*(4), 1877–1885. http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/5104

NAIMAH, R. J., WARDHANA, M. W., HARYANTO, R., & PEBRIANTO, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, *2*(2), 39. https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844

Rahma, N. A. N. (2024). Pemberdayaan UMKM dalam Meningkatkan Kemandirian Masyarakat. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, *8*(3), 2526. https://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/22339/pdf

Tenri, A., Haris, E., & Burhan, R. R. (2023). Peran Perempuan dalam Mendorong Kemandirian Ekonomi Melalui Kewirausahaan. *SEIKO : Journal of Management & Business*, *6*(1), 12–21. https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.3364