

PENGEMBANGAN USAHA KULINER BERBASIS INDUSTRI RUMAHAN SEBAGAI STRATEGI PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DALAM MEMASUKI DAN MENGOPTIMALKAN POTENSI INDUSTRI KREATIF.

Indria Dwi Hapsari¹, Melur Tri Swastika², Ismatul Hasanah³,

Rieke Fenita Lorenza⁴, Anggun Putri Gianti⁵

^{1,2,3,4,5}) Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas dr. Soebandi
e-mail: indria@uds.ac.id

Abstrak

Industri kreatif saat ini menuntut pemanfaatan informasi dan kreativitas secara intensif, dengan mengandalkan ide serta pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Dalam konteks ini, perempuan, khususnya ibu rumah tangga, memiliki peran strategis dalam mengelola dan mendukung perekonomian keluarga. Namun, banyak di antara mereka yang belum mampu memanfaatkan potensi diri secara optimal akibat keterbatasan pengetahuan dan akses terhadap teknologi. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku usaha kuliner rumahan (home industry) guna meningkatkan pendapatan keluarga dan menciptakan kemandirian ekonomi. Metode yang digunakan dalam program ini meliputi pelatihan kewirausahaan, pendampingan manajemen usaha, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman terkait strategi bisnis dan penggunaan internet dalam pemasaran berkontribusi signifikan terhadap perkembangan usaha peserta. Dengan demikian, program ini menegaskan bahwa pemberdayaan perempuan dalam sektor industri rumahan dapat menjadi solusi efektif dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga sekaligus mendorong pertumbuhan industri kreatif berbasis komunitas.

Kata kunci: Pemberdayaan masyarakat, Pendapatan keluarga, Internet

Abstract

The creative industry today demands intensive use of information and creativity, relying on ideas and knowledge from human resources as the main factor in driving economic growth. In this context, women, especially housewives, have a strategic role in managing and supporting the family economy. However, many of them have not been able to utilize their potential optimally due to limited knowledge and access to technology. This community service program aims to empower home industry business actors to increase family income and create economic independence. The methods used in this program include entrepreneurship training, business management assistance, and the use of digital technology in marketing. The results of the activity showed that the increase in understanding related to business strategies and the use of the internet in marketing contributed significantly to the development of the participants' businesses. Thus, this program emphasizes that women's empowerment in the home industry sector can be an effective solution in improving family economic welfare while encouraging the growth of community-based creative industries.

Keywords: Community empowerment, Family income, Internet

PENDAHULUAN

Saat ini, usaha rumahan atau home industry semakin diminati oleh masyarakat, khususnya di kalangan ibu rumah tangga. Beberapa faktor yang mendorong popularitasnya antara lain kebutuhan modal yang relatif kecil, peluang untuk menambah penghasilan, serta fleksibilitas dalam menjalankan usaha tanpa harus meninggalkan peran utama sebagai ibu. Selain itu, model usaha ini memungkinkan keterlibatan anggota keluarga yang tinggal dalam satu rumah atau memiliki hubungan kekerabatan dekat. Bahkan, dalam beberapa kasus, pelaku usaha juga dapat menggandeng tetangga yang memiliki keterampilan yang sesuai untuk berkontribusi dalam pengelolaan bisnis home industry yang dijalankan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian, industri rumahan umumnya dikategorikan sebagai sektor informal yang memiliki karakteristik khas, seperti produksi yang unik, berbasis kearifan lokal, serta memanfaatkan sumber daya yang tersedia di lingkungan setempat. Jenis industri ini lebih mengutamakan proses produksi berbasis keterampilan

tangan (handmade), dengan skala usaha yang relatif kecil. Selain itu, industri rumahan biasanya dijalankan oleh tenaga kerja non-profesional, menggunakan modal yang terbatas, serta memiliki pola produksi yang tidak kontinu atau cenderung bersifat musiman.

Menentukan lokasi usaha yang strategis merupakan salah satu faktor kunci dalam keberhasilan suatu bisnis. Selain itu, kondisi lingkungan yang mendukung juga berperan penting dalam menentukan daya tarik produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan memilih lokasi yang mudah diakses dan terlihat oleh banyak orang, peluang untuk mendapatkan perhatian pelanggan akan semakin besar, sehingga proses pengenalan serta promosi bisnis yang baru dirintis dapat berjalan lebih efektif. Salah satu kawasan yang memiliki nilai strategis di daerah Wirolegi adalah Jalan MT Haryono gang Majapahit. Kawasan ini tidak hanya menjadi pilihan utama bagi mereka yang menjadikannya sebagai sumber pendapatan utama, tetapi juga dimanfaatkan oleh sebagian orang sebagai usaha sampingan guna menambah penghasilan. Meskipun banyak pelaku home industry telah menjalankan usaha mereka, kenyataannya usaha tersebut belum mampu secara signifikan meningkatkan kondisi ekonomi mereka. Hal ini disebabkan oleh minimnya pengetahuan mengenai pengelolaan usaha home industry yang mereka jalankan. Selain itu, pemahaman yang masih rendah mengenai peran internet dalam mendukung keberlangsungan bisnis juga menjadi kendala utama. Banyak pelaku usaha belum menyadari manfaat teknologi informasi dalam memasarkan produk mereka, dengan alasan kurangnya pemahaman mengenai manfaat internet serta anggapan bahwa biaya penggunaannya tidak sebanding dengan keuntungan yang diperoleh. Beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh para pelaku home industry meliputi: (1) keterbatasan pengetahuan terkait konsep dan pengelolaan home industry, (2) kurangnya pemahaman tentang pentingnya internet sebagai sarana pendukung usaha, dan (3) minimnya pengetahuan mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam strategi pemasaran produk. Oleh karena itu, program ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan wawasan para pelaku home industry agar lebih mandiri secara ekonomi dengan mengoptimalkan teknologi informasi dalam memperluas jangkauan pemasaran produk mereka.

METODE

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman mengenai konsep *home industry* serta optimalisasi teknologi informasi dalam strategi pemasaran produk. Untuk mengatasi kendala yang dihadapi mitra, program ini menerapkan beberapa metode, di antaranya:

1. Metode Penyuluhan dan Motivasi

Strategi ceramah diterapkan sebagai sarana edukasi untuk memberikan wawasan komprehensif mengenai industri rumahan. Melalui pendekatan ini, peserta akan memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pengelolaan dan pengembangan usaha berbasis *home industry*.



Gambar 1. Metode penyuluhan

2. Materi yang Disampaikan

Konsep dasar *home industry*, termasuk definisi, karakteristik, dan manfaatnya dalam mendukung perekonomian keluarga dan masyarakat, Pemanfaatan internet sebagai alat utama dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing usaha, Pelatihan dan pendampingan dalam pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran produk, yang mencakup praktik langsung dalam penggunaan berbagai platform digital guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efektivitas strategi pemasaran.

Dengan penerapan metode ini, diharapkan para pelaku *home industry* dapat lebih mandiri secara ekonomi serta memiliki keterampilan dalam mengadaptasi teknologi digital sebagai bagian dari pengembangan usaha mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Melaksanakan penyuluhan mengenai usaha home industri serta pengelolaannya bagi peserta pelatihan. Materi yang disampaikan berfokus pada motivasi dan pentingnya pemahaman mengenai usaha home industri serta manajemennya. Sebelum mengikuti pelatihan ini, masyarakat yang menjadikan usaha tanaman hias sebagai sumber pendapatan masih memiliki keterbatasan dalam memahami konsep home industri. Namun, setelah mengikuti kegiatan ini, mereka mendapatkan wawasan mengenai cara menjalankan usaha home industri, yang diharapkan dapat berkontribusi dalam meningkatkan pendapatan keluarga.

1. Materi tentang kegiatan home industri

1) Home Industri

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 Pasal 1, home industri didefinisikan sebagai usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria sebagai usaha mikro sebagaimana diatur dalam peraturan tersebut. Sementara itu, Haymans (2007: 17) menjelaskan bahwa home industri merupakan aktivitas ekonomi masyarakat dalam skala kecil yang bersifat tradisional dan informal, di mana usaha tersebut belum terdaftar secara resmi, belum tercatat, serta belum berbadan hukum. Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa home industri adalah bentuk kegiatan ekonomi berbasis rumah yang dikelola secara mandiri oleh anggota keluarga atau salah satu dari mereka. Model usaha ini umumnya dijalankan dengan sumber daya terbatas, namun memiliki potensi untuk berkembang menjadi unit usaha yang lebih besar jika dikelola dengan baik.

2. Karakteristik Home Industri

Menurut Subanar (2004: 42), home industri memiliki beberapa karakteristik utama, antara lain:

- a) Bersifat ekstraktif, di mana proses produksinya lebih banyak mengandalkan bahan setengah jadi yang kemudian diolah menjadi produk akhir.
- b) Memiliki jumlah tenaga kerja yang terbatas, yakni berkisar antara 1 hingga 19 orang. Batasan ini berkaitan dengan tingkat kompleksitas organisasi, karena semakin banyak tenaga kerja yang terlibat, maka semakin besar pula kebutuhan pembiayaan operasional.
- c) Tidak bergantung pada faktor eksternal tertentu, seperti ketersediaan bahan baku, pasar, maupun tenaga kerja. Kebutuhan tenaga kerja yang relatif sedikit, manajemen yang sederhana, serta teknologi yang tidak terlalu kompleks menjadikan home industri lebih fleksibel dalam hal lokasi usaha. Dengan kata lain, industri kecil dan rumah tangga dapat beroperasi di berbagai tempat tanpa persyaratan lokasi yang ketat.

Menurut Subanar (2004: 42), home industri memiliki beberapa ciri khas yang membedakannya dari jenis industri lainnya, yaitu:

- a) Bersifat ekstraktif, di mana kegiatan produksinya bergantung pada pemanfaatan bahan setengah jadi yang kemudian diproses lebih lanjut menjadi produk akhir yang siap digunakan atau dipasarkan.
- b) Memiliki skala tenaga kerja yang terbatas, dengan jumlah pekerja berkisar antara 1 hingga 19 orang. Jumlah tenaga kerja ini berkaitan dengan tingkat kompleksitas manajemen, karena semakin besar jumlah pekerja, semakin tinggi pula kebutuhan akan pembiayaan dan pengelolaan yang lebih terstruktur.
- c) Tidak bergantung pada faktor eksternal tertentu, seperti ketersediaan bahan baku, akses pasar, atau jumlah tenaga kerja. Dengan kebutuhan tenaga kerja yang relatif sedikit, sistem manajemen yang sederhana, serta penggunaan teknologi yang tidak terlalu canggih, home industri memiliki fleksibilitas lokasi yang tinggi. Artinya, industri kecil dan rumah tangga dapat beroperasi di berbagai tempat tanpa harus memenuhi persyaratan lokasi yang ketat.

3. Manfaat Home Industri

Sebagai bentuk usaha berskala kecil, home industri memiliki berbagai manfaat dan peran penting dalam perekonomian, antara lain:

a) Home Industri sebagai Sumber Pendapatan Alternatif bagi Keluarga

Usaha berbasis rumah tangga ini berkontribusi dalam meningkatkan penghasilan keluarga,

karena dapat dijalankan sebagai pekerjaan sampingan tanpa mengganggu aktivitas utama. Dengan fleksibilitas waktu yang tinggi, home industri memungkinkan anggota keluarga untuk memperoleh tambahan pendapatan tanpa harus meninggalkan pekerjaan utama mereka.

b) Home Industri sebagai Sarana Pengurangan Kemiskinan

Secara tidak langsung, home industri menciptakan peluang kerja bagi anggota keluarga maupun masyarakat sekitar. Dengan adanya keterlibatan tenaga kerja dari lingkungan sekitar, usaha ini dapat membantu mengurangi tingkat pengangguran serta berkontribusi dalam upaya penanggulangan kemiskinan.

Berikut adalah manfaat dan fungsi internet bagi masyarakat yang memanfaatkannya :

1.1 Manfaat Internet

Berikut adalah manfaat dan fungsi internet bagi masyarakat yang memanfaatkannya

- a. Wadah Informasi
- b. Instrumen pendukung bisnis
- c. Platform jaringan social

1.2 pemanfaatan internet sebagai media bisnis memberikan berbagai manfaat strategis, antara lain:

- a. Menjadi landasan dalam membangun serta memperluas basis pelanggan atau klien, memungkinkan bisnis menjangkau target pasar yang lebih luas.
- b. Memfasilitasi analisis mendalam terhadap produk dan pasar, sehingga pelaku usaha dapat memahami tren serta preferensi konsumen secara lebih akurat.
- c. Menyediakan akses terhadap saran serta bimbingan dari para ahli di bidangnya, membantu pengambilan keputusan bisnis yang lebih tepat..
- d. Mendukung proses rekrutmen tenaga kerja serta penyediaan informasi terkait peluang kerja, sehingga mempermudah perusahaan dalam menemukan kandidat yang sesuai.
- e. Memungkinkan akses yang cepat terhadap informasi serta penyebaran konten secara luas, mempercepat distribusi pengetahuan dalam dunia bisnis.
- f. Memfasilitasi komunikasi yang lebih efisien serta memungkinkan pengiriman dokumen dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan metode konvensional.
- g. Membuka kemungkinan bagi terciptanya peluang usaha baru yang inovatif dan adaptif terhadap perkembangan pasar.

1.3 Strategi Pemasaran Produk Secara Online untuk Meningkatkan Penjualan

Salah satu metode efektif dalam mempromosikan produk melalui internet adalah dengan memanfaatkan media sosial. Pemasaran melalui platform seperti Facebook dapat dilakukan dengan berbagai cara, termasuk melalui pembaruan status, pengelolaan halaman bisnis (fanpage), serta penggunaan layanan iklan berbayar seperti Facebook Ads untuk menjangkau target audiens yang lebih luas dan tersegmentasi.

1. Pemanfaatan Website dan Blog untuk Promosi Produk

Website bisnis berperan sebagai sarana utama dalam menyampaikan informasi terkait profil perusahaan, detail produk, serta memfasilitasi proses pemesanan oleh pelanggan. Sementara itu, blog dapat dimanfaatkan sebagai media untuk menarik calon konsumen dan mengarahkan mereka menuju website bisnis, sehingga meningkatkan peluang konversi dan penjualan.

2. Promosi Produk Melalui Forum Online

Forum daring menjadi salah satu platform efektif untuk memasarkan produk, karena di dalamnya terdapat komunitas dengan minat yang serupa. Dengan berinteraksi di forum yang relevan, bisnis dapat menjangkau calon pelanggan yang lebih tertarget serta membangun kepercayaan melalui diskusi dan rekomendasi.

3. Promosi Produk Melalui Marketplace

Memanfaatkan platform marketplace merupakan salah satu cara paling praktis, cepat, dan tanpa biaya untuk mempromosikan produk secara daring. Dengan berjualan di marketplace, peluang produk untuk dibeli semakin besar, terutama jika memiliki daya saing yang kuat dibandingkan dengan produk serupa dari penjual lain. Saat ini, terdapat berbagai marketplace terkemuka yang dapat digunakan, seperti OLX, Bukalapak, Tokopedia, dan Elevania, yang menyediakan akses luas ke calon pelanggan potensial

4. Iklan Berbayar Melalui Google Ads dan Jaringan Periklanan Online

Menggunakan layanan Google Ads adalah strategi pemasaran digital yang terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan. Dengan sistem ini, iklan produk akan muncul pada hasil pencarian berdasarkan kata kunci yang relevan di Google, sehingga mampu menjangkau target audiens dengan lebih tepat dan meningkatkan peluang konversi. Selain Google Ads, terdapat pula berbagai jaringan periklanan online lainnya yang dapat dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan promosi.

5. Strategi Promosi Produk Melalui Paid Review

Paid review merupakan metode pemasaran di mana seorang blogger dibayar untuk menulis ulasan mengenai bisnis atau produk yang ditawarkan. Agar strategi ini memberikan hasil optimal, penting untuk bekerja sama dengan blogger yang memiliki kualitas blog di atas rata-rata, relevan dengan niche produk, serta memiliki tingkat kunjungan yang tinggi. Dengan demikian, promosi dapat menjangkau audiens yang tepat dan meningkatkan kredibilitas produk di mata calon pelanggan.

Platform Iklan yang Dapat Dimanfaatkan oleh Industri Rumah Tangga

Di era digital saat ini, internet telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat, termasuk dalam dunia bisnis. Perkembangan teknologi memungkinkan semakin banyak orang untuk berjualan secara daring hanya dengan menggunakan komputer, laptop, atau perangkat seluler yang terhubung ke internet. Salah satu strategi pemasaran yang paling umum digunakan oleh pelaku bisnis digital adalah melalui media sosial, yang telah terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas dan promosi produk secara luas.

Facebook

Bagi pelaku bisnis online yang telah berpengalaman dalam menggunakan media sosial, Facebook merupakan salah satu platform yang terbukti efektif dalam meningkatkan penjualan. Salah satu strategi yang umum diterapkan adalah memanfaatkan fitur Facebook Fan Page sebagai sarana promosi produk secara lebih profesional dan sistematis. Proses memulai pemasaran melalui Facebook relatif sederhana. Langkah pertama adalah memastikan bahwa Anda memiliki akun Facebook, kemudian membuat Fan Page khusus untuk bisnis. Halaman ini harus dilengkapi dengan informasi yang jelas dan komprehensif mengenai usaha yang dijalankan serta diperbarui secara berkala dengan konten yang menarik dan relevan. Untuk menjangkau audiens yang lebih luas, para pelaku bisnis sering memanfaatkan layanan iklan berbayar melalui Facebook Ads, yang hanya dapat diakses melalui Fan Page. Selain itu, membangun komunitas melalui grup Facebook yang berfokus pada topik yang selaras dengan produk yang ditawarkan juga menjadi strategi efektif untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan dan mendatangkan lebih banyak trafik ke bisnis industri rumahan.

Instagram

Instagram, sebagai platform media sosial berbasis gambar dan video singkat, memiliki daya tarik visual yang kuat, menjadikannya alat yang efektif dalam menarik perhatian pengguna. Konten visual yang unik dan menarik dapat menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi audiens, mendorong mereka untuk menghabiskan lebih banyak waktu dalam menjelajahi berbagai unggahan. Dalam dunia bisnis, keberadaan di tempat yang ramai merupakan peluang strategis untuk meraih keuntungan. Dengan jumlah pengguna yang besar dan tingkat interaksi yang tinggi, Instagram menawarkan potensi besar bagi pelaku usaha untuk mempromosikan produk serta membangun keterlibatan dengan calon pelanggan melalui konten visual yang kreatif dan informatif.

Twitter

Meskipun Twitter memiliki keterbatasan fitur dalam penggunaannya sebagai media pemasaran digital, platform ini tetap dapat menjadi alat promosi yang efektif apabila memiliki pengikut yang sesuai dengan target pasar. Strategi utama yang dapat diterapkan adalah membangun interaksi yang relevan dengan audiens. Sebagai contoh, jika sasaran utama produk adalah wanita, maka penting untuk menciptakan komunikasi yang berkaitan dengan minat dan kebutuhan mereka. Hal ini dikarenakan perempuan umumnya lebih responsif terhadap perhatian dan memiliki kecenderungan tinggi dalam berbelanja. Dengan pendekatan yang tepat, Twitter dapat menjadi sarana yang optimal untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan dan memperluas jangkauan pemasaran.

Youtube

Perubahan tren dalam konsumsi konten digital menunjukkan bahwa pengguna internet kini lebih tertarik pada konten interaktif seperti video dibandingkan dengan artikel tertulis. Pergeseran ini

semakin diperkuat oleh peningkatan kecepatan koneksi internet di Indonesia, yang memungkinkan akses video menjadi lebih lancar dan efisien. Platform seperti YouTube kini tidak hanya dimanfaatkan oleh perusahaan besar untuk membangun citra merek (branding), tetapi juga telah menjadi sarana yang umum digunakan oleh pelaku usaha kecil dalam memasarkan produk secara daring. Membuat video promosi pun tidak memerlukan peralatan yang kompleks—hanya dengan menggunakan kamera ponsel, pelaku usaha dapat merekam dan mengunggah konten ke channel YouTube mereka untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang berfokus pada pemberdayaan pelaku home industri dalam meningkatkan perekonomian keluarga, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pelaku usaha Home Industri Reyhan desert mengalami peningkatan wawasan terkait pengelolaan usaha berbasis rumahan.
2. Pemahaman para pelaku home industri Reyhan desert terhadap peran internet sebagai alat pendukung dalam pengembangan bisnis semakin meningkat.
3. Pelaku usaha di Kelurahan Reyhan desert telah memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai optimalisasi internet sebagai sarana pemasaran produk yang mereka hasilkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Fajar. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Graha Ilmu.
- G.A, K. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Haymans Manurung, A. (2008). *Modal untuk bisnis UKM*. PT. Gramedia.
- Perindustrian, U. U. (2014). *Pub. L. No. No.3*. www.kemenperin.go.id/download/.../Undang-Undang-No-3-Tahun-2014-Perindustria...
- Subanar. (2004). *Manajemen Usaha Kecil*. PT.BPFE.
- UMKM, U. U. (n.d.). *Undang Undang UMKM*. <https://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU20Tahun2008UMKM.pdf>
- Wardana. (2012). *Membuat Aneka Kerajinan dari kain perca*. Pustakawan Pembangunan Swadaya Nusantara.