

Pemberdayaan ibu-ibu rumah tangga melalui pelatihan pembuatan industri rumahan keripik pisang di Samarinda Seberang

**Hairul Anwar^{1✉}, Wafiq Fadillah², Venna Yolanda Putri³, Decky Aguspianto⁴,
Muhammad Osama Al Khair⁵**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, Samarinda.

Abstrak

Tulisan ini bertujuan untuk mendeskripsikan kegiatan pengabdian yang dilakukan kepada ibu rumah tangga tentang kewirausahaan dan peluang di industri rumah tangga, serta memanfaatkan keterampilan memasak ibu rumah tangga untuk mendapatkan penghasilan tambahan. Metode yang digunakan dalam layanan ini adalah pelatihan dengan memberikan praktik pengolahan materi dan produk. Hasil dari pengabdian masyarakat ini adalah para Ibu Rumah Tangga Gang Kalhold, Samarinda Seberang, dapat membangun usaha rumahan dengan merek dagang sendiri yang dilakukan bersama-sama.

Kata kunci: Ibu rumah tangga; kewirausahaan; industri rumah tangga

Empowering housewives through training on making banana chips home industry in Samarinda Seberang

Abstract

This paper aims to describe the service activities carried out for housewives about entrepreneurship and opportunities in the home industry, as well as utilizing the cooking skills of housewives to gain additional income. The method used in this service is training by providing material and product processing practices. The result of this community service is that the Housewives of Gang Kalhold, Samarinda Seberang, can build a home-based business with their own trademark that is carried out together.

Key words: *Housewives; entrepreneurship; home industry*

PENDAHULUAN

Kota Samarinda adalah sebuah kota di provinsi Kalimantan Timur, Indonesia. Biaya hidup per orang di Kota Samarinda, Kalimantan Timur menurut Survey Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) yang dilakukan oleh BPS pada bulan Maret 2021 adalah sebesar Rp 1.680.117. Jika inflasi di tahun 2022 diproyeksikan oleh para ahli ekonom sebesar 3%, maka biaya hidup per kapita di Kota Samarinda mungkin akan naik menjadi Rp 1.730.521. Sedangkan UMK 2022 Kota Samarinda ditetapkan sebesar 3.137.576 (+0.82%) dari UMK tahun 2021 sebesar 3.112.156.

Berdasarkan status pekerjaan, pada tahun 2020 lebih dari separuh tenaga kerja (57,30 persen) merupakan buruh/ karyawan/pegawai. Proporsi terbesar kedua yakni tenaga kerja dengan status berusaha sendiri sebesar 20,16 persen. Tenaga kerja dengan status berusaha sebanyak 30,54 persen. Hal ini menjadi sinyal positif bagi perekonomian di Kota Samarinda. Banyaknya wirausaha memberikan dampak positif antara lain akan menambah jenis usaha baru yang akan menciptakan lapangan pekerjaan dan menyerap tenaga kerja, sehingga dapat ikut meningkatkan pertumbuhan ekonomi di suatu wilayah.

Tabel 1.
Status Pekerjaan

Status Pekerjaan	Presentase
Pekerja bebas	4,52 %
Pekerjaan keluarga/tak dibayar	7,64%
Berusaha sendiri	20,16%
Berusaha dibantu buruh tidak tetap	7,03%
Berusaha dibantu buruh tetap	3,35%
Buruh/karyawan/pegawai	57,30%

Angka beban ketergantungan dihitung dari perbandingan antara penduduk yang belum/tidak produktif secara ekonomi (usia kurang dari 15 tahun dan 65 tahun ke atas) dengan penduduk usia produktif (15-64 tahun). Tahun 2020, angka beban ketergantungan Kota Samarinda berada pada posisi 41,37 persen. Artinya setiap 100 penduduk usia produktif masih menanggung beban 41 penduduk usia non produktif.

Menurut Prayitno usaha untuk mengatasi permasalahan tenaga kerja perempuan perlu ditindak lanjuti dengan usaha penciptaan industri rumah tangga (homeindustry) yang memiliki kedekatan secara ekonomi secara sosial dengan tingkat keahlian dan kondisi sosial masyarakat. Disamping pembangunan industri rumah tangga (homeindustry)/industri kecil ditujukan untuk meningkatkan dan memperbaiki struktur usaha industri kecil kearah yang lebih kuat dan mempunyai daya tumbuh dengan jalan meningkatkan peranan keterkaitan industri kecil dengan sektor industri lain.

Industri rumahan tergolong sektor informal yang berproduksi secara unik, terkait dengan kearifan local, sumber daya setempat dan mengedepankan buatan tangan. Industri rumahan bergerak dalam skala kecil, dari tenaga kerja yang bukan professional, modal yang kecil. Dalam industri rumahan, peran merek dagang juga diperlukan sebagai tanda pengenalan produk. Merek merupakan tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, dalam bentuk 2 dimensi atau 3 dimensi untuk membedakan barang dan atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam kegiatan perdagangan barang dan atau jasa.

Berdasarkan data statistik diatas kami ingin melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat kepada kumpulan ibu-ibu rumah tangga yang berada di Perumahan Kalhold. Berdasarkan survey yang kami lakukan sebelum memulai kegiatan pengabdian masyarakat kumpulan ibu-ibu rumah tangga ini termasuk kumpulan ibu-ibu yang sering berkumpul, tidak hanya berkumpul untuk berbincang. Seringkali mereka memasak dan makan bersama, untuk mengisi waktu kosong mereka. Letak rumah mereka yang berdekatan atau letak rumahnya yang saling berhadapan dan bersampingan membuat mereka mudah untuk berkumpul.

METODE

Khalayak sasaran

Sasaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu ibu-ibu rumah tangga yang mayoritas tidak berpenghasilan. Kelompok ibu-ibu rumah tangga ini sudah sejak lama terbentuk karena rumah mereka yang saling berdekatan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berlokasi di kota Samarinda, Samarinda Seberang. Tepatnya di jalan SMP 8 Perum Kalhold RT. 007, kegiatan pertama yaitu pembuatan produk dilakukan pada hari Sabtu, 2 April 2022.

Kumpulan ibu-ibu rumah tangga ini berjumlah 6 orang, yang sebagian besar adalah ibu rumah tangga yang tidak berpenghasilan. Ibu-ibu rumah tangga ini terdiri dari Ibu Purwaningsih, Ibu Sujati, Ibu Hj. Ummi, Ibu Ramniah, Ibu Wiwik dan Ibu Dewi. Ibu Purwaningsih, Ibu Sujati, Ibu Ramniah dan Ibu Wiwik kesehariannya hanya dirumah saja. Ibu Hj. Ummi merupakan satu-satunya ibu rumah tangga yang memiliki pekerjaan sampingan yaitu berjualan online, seperti berjualan madu dan ikan asin. Lalu ada Ibu Dewi yang merupakan seorang guru SD, tetapi masih sering menyempatkan waktu untuk berkumpul dengan ibu-ibu lainnya.

Metode yang digunakan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilakukan dengan beberapa metode, yaitu:

Pelatihan Kewirausahaan, materi pelatihan ini adalah tentang kewirausahaan dan peluang usaha rumahan. Tujuan dari pelatihan ini adalah memberikan ilmu dan wawasan baru kepada ibu-ibu rumah tangga tentang wirausaha dan peluang usaha rumahan, sehingga terbuka pikiran serta tumbuh minat dan motivasi dalam diri mereka untuk berwirausaha.

Pelatihan Pemasaran, materi tentang prinsip dasar pemasaran produk, bertujuan agar penjual mengetahui cara pengemasan yang baik dan menarik serta strategi pemasaran produk agar menarik minat pembeli. Pelatihan ini disampaikan dalam bentuk pemaparan materi dan dilanjutkan dengan diskusi tanya jawab sebagai bentuk pemecahan masalah dan kendala yang dihadapi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persiapan

Pada tahap persiapan ini, tim kegiatan pengabdian masyarakat melakukan kunjungan ke rumah salah satu ibu-ibu untuk berdiskusi tentang kesiapan ibu-ibu untuk menerima kunjungan tim. Pada kunjungan yang kami lakukan, kami menjelaskan maksud dan tujuan kami, dimana kami mengusulkan ibu-ibu rumah tangga untuk membuat industri rumahan. Ternyata dari pernyataan Ibu Purwaningsih mengatakan bahwa mereka telah lama memiliki rencana untuk membuat usaha rumahan yang sumber dayanya yaitu kumpulan ibu-ibu rumah tangga ini.

Alasan mereka tidak pernah memulai kegiatan tersebut karena mereka bingung usaha apa yang bisa mereka buat dan dapat dijual. Mereka juga bingung bagaimana memasarkan produknya dikarenakan sudah banyak usaha-usaha rumahan yang bisa jadi menjadi pesaing mereka. Setelah mereka menjelaskan bagaimana kendala yang mereka hadapi, kami terlebih dahulu menanyakan olahan apa yang bisa mereka buat Bersama. Dari ide mereka mengatakan bahwa olahan keripik pisang yang paling mudah untuk dibuat. Rencananya kami akan membantu dalam pembuatan kemasan keripik pisang yang menarik agar konsumen tertarik membeli produk keripik pisang tersebut, maka dari itu kami mendiskusikan keterangan yang akan dicantumkan kedalam stiker pada kemasan bersama ibu-ibu. Hal yang dicantumkan yaitu: nama merek, bahan, tanggal produksi, nomor telepon dan keterangan bahwa produk tersebut tanpa bahan pengawet.

Setelah berdiskusi mengenai nama merek dengan ibu-ibu maka di putuskan bahwa produk ini memiliki nama merek "Keripik Pisang Karkulin" nama merek ini di ambil berdasar dari nama perumahan daerah tersebut. Rencananya produk ini akan dipasarkan secara online dan menawarkan secara langsung pada penduduk sekitar perumahan. Setelah selesai berdiskusi mengenai industri rumahan keripik pisang ini maka kami bersama ibu-ibu menetapkan tanggal kegiatan selanjutnya yaitu pembuatan keripik pisang, pelatihan, serta penyuluhan.

Pelatihan

Pelatihan kewirausahaan dan pemasaran dijelaskan kepada semua ibu-ibu, baik yang sudah memiliki usaha maupun yang belum memiliki usaha. Tujuan dari pelatihan ini yaitu untuk membangun semangat bagi ibu-ibu rumah tangga dan menambah wawasan. Kami menjelaskan kepada

ibu-ibu yang baru memulai usaha bahwa usaha dapat dimulai dari hal yang kecil yaitu dengan memanfaatkan tempat dan peralatan yang sudah ada. Pelatihan pemasaran kami sampaikan tentang pentingnya merek produk atau nama dagang, karena hal tersebut yang akan memudahkan konsumen dalam mencari produk atau tempat usaha, serta strategi pemasaran dalam memasarkan produk agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas, dengan membuat social media.



Gambar 1.

Diskusi Bersama Ibu-ibu Tumah Tangga

Pada kegiatan ini, kami menyampaikan bahwa produk yang dijual harus terbebas dari penggunaan bahan kimia, bahan pewarna, dan penyedap, yaitu dengan menggunakan bahan yang aman dikonsumsi. Dalam pengemasan makanan juga diperhatikan untuk menjaga kebersihan produk dan keamanan produk.

Pembuatan Produk

Dalam kegiatan ini, tim pengabdian membuat produk bersama dengan para ibu-ibu. Dari mulai menyiapkan bahan-bahan yang digunakan hingga pengemasan produk.

Proses Pengolahan Produk

Pada proses ini penulis dan ibu-ibu mengolah pisang dengan jenis Pisang Sanggar menjadi keripik dengan mengupas kulit pisang, lalu pisang direndam dalam campuran air dan kapur sirih, kemudian memotong tipis pisang yang akan direndam lagi kedalam campuran air dan kapur sirih, kemudian digoreng.



Gambar 2.

Proses Pembuatan Keripik Pisang

Keripik pisang yang sudah digoreng, kemudian ditiriskan dan dimasukkan ke dalam kemasan. Kemasan ditempelkan label merk yang berguna sebagai identitas produk.



Gambar 2.
Kemasan Keripik Pisang

Evaluasi kegiatan

Peserta kegiatan ini adalah ibu-ibu rumah tangga, maka tim pengabdian mengadakan evaluasi melalui pengamatan dan wawancara langsung dengan hasil yaitu dalam aspek pemasaran adalah penjual membuat merek atau nama dagang untuk produk mereka. Nama merek dagang didiskusikan bersama dengan memperhatikan hal yang penting dalam pembuatan merek yaitu, memilih nama yang mempresentasikan produk, simple, dan mudah diingat. Kemudian strategi pemasaran dengan mempromosikan melalui social media dan menjangkau pasar yang lebih luas.

Adapun secara garis besar materi yang kami sampaikan adalah sebagai berikut:

Kewirausahaan: Kewirausahaan dan Peluang Usaha

Peserta mampu memahami pengertian dari kewirausahaan, wirausaha dan peluang usaha. Menurut Purnomo (2020) kewirausahaan adalah (entrepreneurship) adalah perilaku dinamis yang berani mengambil risiko serta kreatif dan berkembang. Sedangkan, wirausaha (enterpreneur) adalah seseorang yang tangguh melakukan sesuatu. Peluang usaha adalah suatu kesempatan yang dimiliki oleh seseorang untuk mencapai suatu tujuan.

Ciri-ciri peluang usaha yaitu, memiliki nilai jual, usaha bukan hanya ambisi pribadi semata dan bersifat nyata, usaha tersebut mampu bertahan lama di pasar, tidak menghabiskan modal karena terlalu besar investasinya, dan dapat ditingkatkan skalanya menjadi industri

Pemasaran: Merek

Peserta memahami pentingnya merek atau nama dagang. Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang jenis lainnya. Merek dagang berfungsi sebagai tanda pengenal, dapat digunakan sebagai alat promosi, jaminan atau mutu barang, serta penunjuk asal barang atau jasa yang dihasilkan

SIMPULAN

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa, kegiatan ini dapat memberikan pengetahuan dan wawasan tentang peluang usaha bagi ibu rumah tangga, dengan modal kecil dan menggunakan peralatan yang sudah ada, sehingga dapat menambah pendapatan keluarga. Dapat menerapkan ilmu yang dipelajari di perkuliahan ke dalam masyarakat. Bagaimana cara membangun usaha dan cara membangun brand image yang baik. Pemberdayaan Ibu-Ibu rumah tangga

dalam membangun Usaha Mikro Kecil dan Menengah dapat menjadi salah satu solusi dalam mensejahterakan masyarakat. Ibu rumah tangga yang sebelumnya tidak memiliki penghasilan, kini dapat memiliki penghasilan sendiri dan dapat lebih mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, R., & Jallil, A. (2016). Peran Home Industri Dalam Meningkatkan Ekonomi Keluarga (Studi Kasus Home Industry Keripik (Doctoral dissertation, Riau University). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 1–15. <https://media.neliti.com/media/publications/127491-ID-pengaruh-bauran-promosi-terhadap-minat-b.pdf>
- Aryani et all. (2020). Pelatihan Kewirausahaan Dan Manajemen Pemasaran Bagi Pelaku Umkm Dan Masyarakat Di Kelurahan Pangkalan Jati, Kota Depok. *Indonesian Journal of Economic Community Development*, 1(1), 35–41.
- Badan Pusat Statistik (2021). Statistik Daerah Kota Samarinda 2021. Samarinda. <https://samarindakota.bps.go.id/publication/2021/12/30/2b74fd56f12b3d3b7510991b/statistik-daerah-kota-samarinda-2021.html>
- Badan Pusat Statistik (2021). Statistik Kesejahteraan Rakyat Kota Samarinda 2021. Samarinda. <https://samarindakota.bps.go.id/publication/2021/12/30/7ed8bbe380ec443e7d98651c/statistik-kesejahteraan-rakyat-kota-samarinda-2021.html>
- Betlehn, A., & Samosir, P. O. (2018). Upaya Perlindungan Hukum Terhadap Merek Industri Umkm Di Indonesia. *Law and Justice*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.23917/laj.v3i1.6080>
- Budiman, A., Nurwati, & Hakim, A. L. (2021). LEGAL PROTECTION OF TRADEMARKS IN FOOD SMALL AND MEDIUM. 7(1), 21–31.
- Dellia Mila Vernia, Widiyanto, S., Dwi Narsih, Mu'thia Mubashira, & Leni Tiwinyanti. (2020). Sosialisasi Dan Pembekalan Strategi Pemasaran Produk Olahan Pisang Pada Siswa Pondok. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 4(1), 125–128. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v4i1.1919>
- Jumarniati, J., Baharuddin, M. R., & Hisani, W. (2020). Peluang Wirausaha Mandiri melalui Diversifikasi Olahan Kelapa. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 83. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v3i2.381>
- Kondoy, E., & Rahman, R. (2020). Peluang Usaha Kecil Kuliner Rumahan Masyarakat Perum Kharisma Koka Ditengah Pandemi Covid 19. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 4(3), 84–87. <https://doi.org/10.36312/jisip.v4i3.1164>
- Setiawati, E., & Rozinah, S. (2020). Pemberdayaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Dalam Upaya Meningkatkan Ekonomi Keluarga Melalui Pengelolaan Usaha Rumahan di Tangerang Selatan. *Aksiologi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 131. <https://doi.org/10.30651/aks.v4i1.3664>