

Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Home Industri Sebagai Peluang Kaum Perempuan Menuju Industri Kreatif

Khairil Hamdi¹, Dorris Yadewani^{*2},

¹Program Studi Sistem Informasi, STMIK Jayanusa, Jl Olo Ladang No.1 Padang (0751)28984

²Manajemen Informatika dan Komputer, AMIK Jayanusa ; Jl.Olo Ladang No.1 Padang, (0751)28984

E-mail: hamdi_khairil@yahoo.com

Abstract

Towards the creative industry today economic activities are forced to intensify information and creativity by relying on ideas and knowledge from human resources as the main key in moving economic activities, housewives and women generally become the main guard in community life to regulate and cultivate the family economy. In fact, housewives have not been able to exploit their potential to help the family economy due to various factors. This community service activity is focused on empowering home industry actors in helping to increase family income, while the problems faced are (1) Lack of knowledge about home industry, 2) Low understanding of the perpetrators of home industry about the importance of the internet to support business activities. The aim of this program is to develop business carried out by groups of housewives to become economically independent communities

Keyword : *Community Empowerment, Family Income, Internet*

Abstrak

Menuju industri kreatif saat ini kegiatan ekonomi dipaksa mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai kunci utama dalam menggerakkan kegiatan ekonomi, ibu rumah dan kaum perempuan pada umumnya menjadi garda utama dalam kehidupan bermasyarakat untuk mengatur dan mengolah perekonomian keluarga. Faktanya ibu rumah tangga belum mampu memanfaatkan potensi dirinya untuk membantu perekonomian keluarga karena berbagai faktor. Kegiatan pengabdian masyarakat ini difokuskan pada pemberdayaan pelaku home industri dalam membantu meningkatkan pendapatan keluarga, adapun permasalahan yang dihadapi adalah (1) Kurangnya pengetahuan tentang home industri., (2) Rendahnya pemahaman pelaku home industri tentang pentingnya internet untuk menunjang kegiatan usaha. Tujuan program ini adalah mengembangkan usaha yang dilakukan oleh kelompok ibu-ibu rumah tangga sehingga menjadi masyarakat yang mandiri secara ekonomi.

Kata Kunci: *Pemberdayaan masyarakat, Pendapatan keluarga, Internet*

1. Pendahuluan

Saat ini kegiatan home industri sudah banyak diminati oleh kalangan masyarakat terutama dikalangan ibu – ibu rumah tangga dengan berbagai alasan, mulai dari tidak memerlukan modal yang besar, bisa menambah penghasilan dan yang terpenting masih bisa melakukan usaha di rumah karena jenis kegiatan ekonomi dipusatkan di rumah tanpa meninggalkan kewajiban sebagai seorang ibu selain usaha ini bisa dijalankan oleh anggota keluarga yang berdomisili di tempat tinggalnya atau memiliki hubungan keluarga terdekat dengan mengajak beberapa orang tetangga yang dirasa memiliki kemampuan sesuai dengan usaha home industri yang dijalankan.

Menurut UU No, 3 Tahun 2014 tentang perindustrian, umumnya industri rumahan tergolong sector informal yang memproduksi secara unik, terkait dengan kearifan lokal, sumber daya setempat

dan mengedepankan buatan tangan. Home industri bergerak dalam skala kecil, dari tenaga kerja yang bukan profesional, modal yang kecil, dan produksi hanya secara musiman.

Memilih atau menentukan lokasi tempat usaha yang strategis menjadi faktor kesuksesan dari bisnis yang akan dilaksanakan. Selain itu situasi dan kondisi yang tepat juga akan berperan penting pada produk atau jasa yang akan ditawarkan dengan bertempat pada area yang mudah terlihat, maka sudah pasti akan banyak memperoleh perhatian dan tentunya juga memudahkan untuk masa pengenalan dan promosi bisnis yang baru saja mulai dirintis, sebagai daerah Khatib sulaiman merupakan jalan strategis di kota padang apalagi sejak kehadiran pusat perbelanjaan mall Transmart. Ada yang menjadikannya sebagai mata pencarian utama, namun tak sedikit juga yang menjadikannya sebagai mata pencarian sampingan atau tambahan.

Tapi pada kenyataannya kegiatan yang dilakukan oleh beberapa Pelaku home industri ini belum mampu untuk meningkatkan perekonomian mereka. Para Pelaku home industri ini masih memiliki pengetahuan yang rendah tentang kegiatan home industri yang sudah mereka geluti. Selain itu masih rendahnya pemahaman pelaku home industri tentang pentingnya internet untuk menunjang kegiatan usaha serta Kurangnya pengetahuan tentang pemanfaatan teknologi informasi dalam memasarkan produk yang dihasilkan dengan alasan belum tahu manfaat internet dan merasakan manfaat internet kurang sesuai dengan biaya yang dikeluarkan

Permasalahan yang dialami mitra adalah (1) Kurangnya pengetahuan tentang home industri., (2) Rendahnya pemahaman pelaku home industri tentang pentingnya internet untuk menunjang kegiatan usaha (3) Kurangnya pengetahuan tentang pemanfaatan internet dalam memasarkan produk yang dihasilkan. Tujuan program ini adalah meningkatkan pengetahuan Pelaku Home Industri mengenai kegiatan home industri menjadi masyarakat yang mandiri secara ekonomi dengan memanfaatkan teknologi informasi dalam memasarkan produk yang dihasilkan.

2. Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan untuk memberikan pengetahuan tentang pengenalan kegiatan home industri dan pemanfaatan teknologi informasi dalam memasarkan produk yang dihasilkan. Adapun Metode yang diterapkan untuk mengatasi permasalahan mitra adalah

1. Menggunakan strategi ceramah yaitu memberikan penyuluhan dan motivasi tentang kegiatan home industri sehingga memiliki pemahaman bagaimana nantinya bisa mengelola sebuah usaha home industri
Materi terdiri dari :
Pengertian, ciri – ciri dan manfaat kegiatan home industri
2. Pemanfaatan internet dalam menunjang aktivitas usaha yang dilakukan
3. Pelatihan memanfaatkan teknologi informasi dalam memasarkan produk yang dihasilkan.
Melakukan pendampingan dan praktek langsung pemanfaatan beberapa media untuk melakukan pemasaran produk yang dihasilkan.

Promosi

Tujuan promosi menurut **Kotler dan Armstrong (2008 : 205)** yaitu :

- a. Mendorong pembelian pelanggan jangka pendek atau meningkatkan hubungan pelanggan jangka panjang.
- b. Mendorong pengecer menjual barang baru dan menyediakan lebih banyak persediaan.
- c. Mengiklankan produk perusahaan dan memberikan ruang rak yang lebih banyak
- d. Untuk tenaga penjualan, berguna untuk mendapatkan lebih banyak dukungan tenaga penjualan bagi produk lama atau baru atau mendorong wiraniaga mendapatkan pelanggan baru.

Ditinjau dari sarana promosi utama bisa kita lihat metode menurut **Kotler dan Armstrong (2008:117)** adalah :

a. Periklanan (advertising)

Semua bentuk terbayar presentasi nonpribadi dan promosi ide, barang, atau jasa dengan sponsor tertentu. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:151) tujuan periklanan adalah tugas komunikasi tertentu yang dicapai dengan pemirsa sasaran tertentu selama periode waktu tertentu. Tujuan dari periklanan itu bisa digolongkan berdasarkan tujuan utama yaitu menginformasikan, membujuk, atau mengingatkan. Periklanan yang informatif sering digunakan ketika perusahaan mencoba untuk memperkenalkan kategori produk baru. Dalam hal ini, tujuannya adalah membangun permintaan utama. Beberapa periklanan persuasi atau periklanan yang membujuk menjadi periklanan yang komparatif, di mana perusahaan secara langsung atau tidak langsung membandingkan mereknya dengan kompetitor. Dan yang terakhir, periklanan pengingat penting bagi produk yang dewasa. Periklanan pengingat membantu memelihara hubungan pelanggan dan membuat konsumen terus memikirkan produk tersebut.

b. Promosi penjualan (sales promotion)

Insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan produk atau jasa. Menurut Kotler dan Armstrong (2008:206) banyak sarana yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan promosi penjualan, yaitu

- Alat promosi konsumen
Meliputi sampel produk, kupon, pengembalian tunai, harga khusus, premi, barang khusus iklan, undian, serta permainan
- Alat promosi dagang
Membujuk penjual perantara untuk menjual merek, memberikan ruang rak, mempromosikan merek itu dalam iklan, dan pada akhirnya menawarkannya kepada konsumen. Beberapa alat promosi dagang yang biasanya digunakan oleh produsen adalah kontes, diskon langsung dari harga resmi, barang-barang gratis¹⁷ yang berupa kemasan ekstra yang ditujukan kepada penjual perantara yang membeli kuantitas tertentu.
- Alat promosi bisnis
Alat promosi penjualan yang digunakan untuk menghasilkan arahan bisnis, mendorong pembelian, menghargai pelanggan, dan memotivasi wiraniaga. Di sini perusahaan memfokuskan diri pada dua alat tambahan promosi bisnis utama yaitu konvensi dan pameran dagang. Perusahaan yang menjual produk mereka memperlihatkan produk mereka di pameran dagang.

c. Hubungan masyarakat (public relations)

Membangun hubungan baik dengan berbagai kalangan untuk mendapatkan publisitas yang diinginkan, membangun citra perusahaan yang baik, dan menangani atau menghadapi rumor, berita, dan kejadian yang tidak menyenangkan.

Sekarang ini kita berada di era digital, di mana semua orang sudah terhubung dengan internet, bahkan orang jualan pun sudah semakin banyak melalui internet. Dengan bermodalkan komputer/laptop atau gadget yang terhubung dengan internet proses jualan online pun bisa berjalan. Jejaring sosial atau sosmed adalah salah satu media pemasaran untuk jualan online dan promosi bisnis yang sudah sangat jamak dilakukan oleh para pelaku bisnis internet.

Berikut tempat iklan yang ditawarkan kepada home industri :

Facebook

Bagi para pelaku bisnis online yang sudah cukup lama menggunakan media sosial, tentu sangat mengerti bagaimana kemampuan berjualan online di Facebook ini. Para pedagang online biasanya menggunakan fitur Facebook fan page untuk mempromosikan berbagai produk yang mereka jual di internet. Sebenarnya cara memulainya cukup mudah dan cepat. Tentunya Anda sudah memiliki akun Facebook terlebih dahulu ya. Langkah pertama adalah membuat Facebook Fan Page untuk bisnis jualan online Anda. Buatlah informasi mendetail tentang bisnis Anda di Fan Page

tersebut dan rajinlah memposting konten ke dalamnya. Untuk menjangkau lebih banyak orang, biasanya para pebisnis online akan memanfaatkan fitur Facebook Ads. Fitur periklanan ini hanya bisa digunakan melalui Facebook Fan Page. Selain Fan Page, Anda juga bisa membuat group Facebook, di mana isinya adalah fokus membahas topik tertentu yang sangat berhubungan dengan produk yang Anda jual. Ini opsi yang bisa dilakukan untuk meningkatkan trafik ke bisnis home industri.

Instagram

Instagram merupakan media sosial berbasis gambar dan video singkat ini sangat efektif untuk menarik perhatian para penggunanya dengan menggunakan gambar dan video unik. Gambar-gambar yang unik dan menarik yang diunggah di Instagram bisa memanjakan mata para pengguna Instagram sehingga mereka mau berlama-lama melihat berbagai gambar dan video di sana. Seperti prinsip orang berbisnis, di mana ada keramaian maka di sana ada peluang usaha yang menguntungkan.

Twitter

Keterbatasan fitur Twitter adalah salah satu masalah dalam penggunaan Twitter sebagai media pemasaran jualan online. Namun, bila Anda memiliki followers tertarget di Twitter maka pemasaran produk apapun akan sangat efektif melalui Twitter. Misalnya, jika target market Anda adalah para wanita, maka upayakan untuk berinteraksi dengan followers seputar dunia wanita dan kebutuhan mereka karena wanita biasanya suka diperhatikan dan cenderung suka berbelanja.

Youtube

Ada pergeseran minat pengguna internet saat ini yaitu dulunya lebih suka membaca artikel, sekarang rata-rata pengguna internet lebih suka melihat konten yang interaktif, misalnya video. Hal ini ditambah lagi dengan kenyataan bahwa koneksi internet di Indonesia sudah semakin cepat. Brand besar yang beriklan di YouTube biasanya tujuannya untuk branding. Tapi bagi para pedagang online kecil-kecilan, penggunaan YouTube sebagai sarana untuk jualan online sudah sangat sering dilakukan. Tidak terlalu sulit untuk membuat sebuah video untuk jualan online, kita bisa menggunakan kamera smartphone lalu mengunggah video tersebut ke channel YouTube.

3. Hasil dan Pembahasan

Memberikan ceramah (penyuluhan) tentang usaha home industri dan pengelolaan usaha home industri pada peserta pelatihan. Materi yang disampaikan adalah materi di bidang motivasi tentang pentingnya pengetahuan mengenai usaha home industri serta manajemen home industri. Dimana pada awalnya masyarakat yang menjadikan usaha kuliner ini sebagai sumber pendapatan belum memiliki pengetahuan tentang kegiatan home industri sehingga setelah adanya kegiatan ini mampu mengetahui tentang kegiatan home industri yang akan dijalankan yang nantinya dapat membantu meningkatkan pendapatan keluarga.

1. Materi tentang kegiatan home industri

1) Home Industri

Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 tahun 2008 pasal 1, bahwa “*home industri* adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/ atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini”. Haymans (2007: 17) “*home industri* adalah kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dan bersifat tradisional dan informal, dalam arti belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum

Jadi dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan home industri merupakan kegiatan ekonomi yang berbasis di rumah, dikelola oleh anggota keluarga sendiri ataupun salah satu dari anggota keluarga.

2) Karakteristik Home Industri

Subanar (2004: 42) karakteristik dari *home industri* yaitu,

a) industri yang bersifat ekstraktif yang cenderung menggunakan barang setengah jadi menjadi barang jadi,

b) industri yang dikelompokkan pada industri dengan jumlah tenaga kerja 1-19 orang. Batasan jumlah pekerja terkait dengan kompleksitas organisasi apabila jumlah tenaga semakin banyak yang juga membutuhkan pembiayaan,

c) Industri yang tidak tergantung pada kondisi tertentu seperti bahan baku, pasar dan tenaga kerja, karena kebutuhan tenaga kerja yang kecil. Manajemen pengelola, teknologi yang rendah serta tidak membutuhkan tenaga kerja yang ahli membuat karakter industri ini tidak tergantung persyaratan lokasi. Dalam arti lokasi industri kecil dan rumah tangga sangat fleksibel,

d) industri yang menggunakan barang setengah jadi menjadi barang jadi. Hal ini dipengaruhi oleh tingkat kemudahan pengolahannya dibandingkan dengan industri menengah dan besar,

e) *home industri* termasuk pada industri ringan. Dalam hal ini ditinjau dari barang yang dihasilkan merupakan barang yang sederhana, tidak rumit serta tidak membutuhkan proses yang rumit dan teknologi yang tinggi,

f) sebagian besar pemilik *home industri* adalah masyarakat menengah ke bawah yang tidak mempunyai modal serta aset untuk mendapatkan bantuan dari bank, sehingga sistem pemodalannya adalah mandiri/swa-dana,

g) Ditinjau dari subyek pengelola, *home industri* merupakan industri yang dimiliki oleh pribadi (rakyat) dengan sistem pengelolaannya yang sederhana, dan h) Ditinjau dari cara pengelolaannya, industri ini merupakan industri yang mempunyai struktur manajemen dan sistem keuangan yang sederhana. Hal ini disebabkan industri ini lebih banyak bersifat kekeluargaan.

Manfaat *Home Industri*

Sebagai usaha dalam skala kecil, *home industri* mempunyai manfaat dan peran diantaranya sebagai berikut:

a. *Home Industri* sebagai Alternatif Penghasilan bagi Keluarga

Kegiatan ekonomi rumah tangga ini membantu meningkatkan pendapatan keluarga karena merupakan usaha sampingan yang tidak banyak menyita waktu.

b. *Home Industri* Berpeluang untuk Mengurangi Angka Kemiskinan

Kegiatan ekonomi *home industri* secara tidak langsung membuka lapangan kerja bagi anggota keluarga ataupun tetangga yang berada di sekitar tempat tinggal, oleh karena itu *home industri* dapat membantu mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan.

2. Materi tentang Pemanfaatan Internet dalam menunjang aktivitas usaha

2.1 Manfaat Internet

Berikut adalah manfaat dan fungsi internet bagi masyarakat yang menggunakannya:

- Sumber Informasi
- Sebagai media bisnis
- Sebagai jejaring sosial

2.2 pemanfaatan dan manfaat Internet sebagai media bisnis:

- a. Menciptakan basis bagi klien atau pelanggan.
- b. Analisa produk dan pasar.
- c. Nasehat dan bantuan pakar di bidangnya.
- d. Rekrutmen tenaga kerja dan penyediaan lowongan kerja.
- e. Akses informasi dan penyebaran informasi.
- f. Komunikasi yang cepat dan pengiriman dokumen dengan biaya murah.
- g. Peluang bisnis baru.

2.3 Cara Promosi menggunakan internet

Berikut ini beberapa strategi pemasaran produk secara online untuk meningkatkan penjualan yang dapat anda coba :

1. Promosi Produk Menggunakan Sosial Media

Cara memasarkan produk menggunakan jejaring sosial Facebook bisa dilakukan melalui status Facebook, fanspage dan Facebook ads (bayar).

2. Gunakan Website dan Blog Untuk Promosi Produk

Website bisnis ini berguna untuk memberikan informasi tentang profil perusahaan, informasi produk, serta untuk menerima order dari pembeli. Sedangkan blog berguna untuk mencari dan mengarahkannya calon konsumen ke website bisnis anda.

3. Promosi Produk di Forum Online

Forum juga merupakan tempat yang efektif dalam memasarkan suatu produk di internet. Dikarenakan forum adalah tempatnya orang-orang yang memiliki ketertarikan yang sama berkumpul

4. Promosi Produk di Marketplace

Cara yang paling mudah, cepat dan gratis dalam ajang promosi produk di internet ialah dengan memanfaatkan situs jual beli atau juga dikenal dengan istilah marketplace. Berjualan di marketplace potensi dibeli cukup besar apalagi produk yang di tawarkan bisa bersaing dengan produk-produk sejenis milik vendor lain.

Ada banyak situs marketplace terkenal yang bisa anda gunakan seperti olx.co.id, bukalapak.com, tokopedia.com, elemania.com dan masih banyak lagi yang lainnya

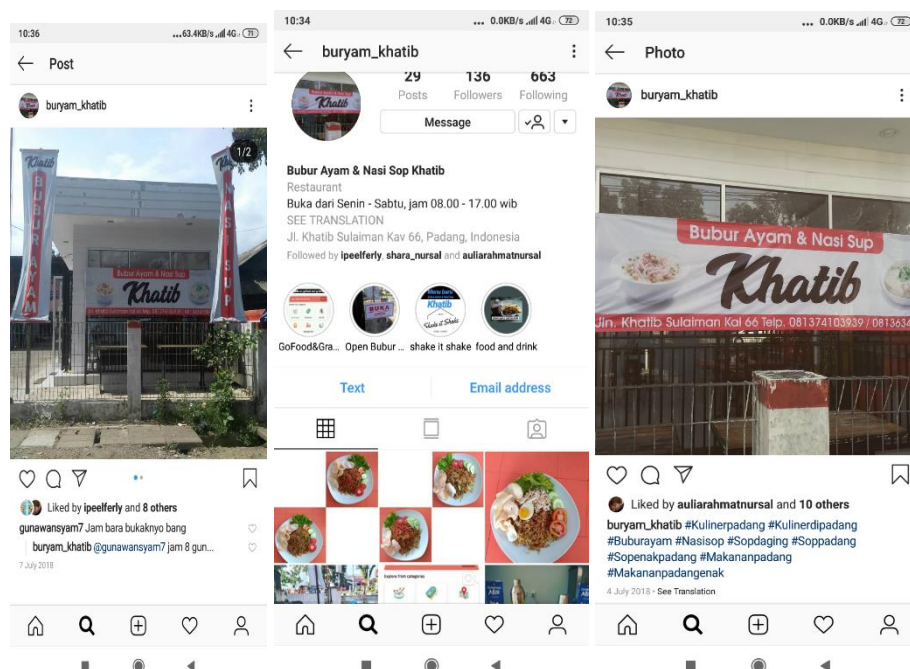
5. Pasang iklan di Google Adwords dan Online Advertising Network Lainnya

Menggunakan Google Adwords merupakan salah satu cara promosi produk yang efektif di internet dan sudah terbukti dapat meningkatkan penjualan. Bagaimana tidak, selain iklan anda muncul di hasil pencarian suatu kata kunci di google, iklan anda juga akan ditampilkan di blog para blogger dan webmaster yang terdaftar sebagai publisher Google

6. Gunakan Paid Review Untuk Promosi Produk

Paid review artinya kita membayar seseorang untuk membuat ulasan di blognya mengenai bisnis dan produk yang kita jual. Cara yang paling efektif digunakan agar hasilnya memuaskan adalah menyewa jasa review dari para blogger yang kualitas blognya diatas rata-rata, sesuai dengan niche produk anda serta banyak pengunjunnya.

Berikut contoh *account* instagram yang sudah berjalan dengan memberikan masukan dalam pelatihan agar iklan yang di sampaikan lebih menarik dan menarik banyak konsumen.



4. KESIMPULAN

Dari hasil kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat mengenai pemberdayaan pelaku Home Industri dalam meningkatkan perekonomian keluarga dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pelaku Home Industri Kuliner Buryam Khatib sudah terjadi peningkatan pengetahuan tentang home industri.
2. Meningkatnya pemahaman pelaku home industri Buryam Khatib tentang pentingnya internet untuk menunjang kegiatan usaha
3. Pelaku Home Industri Kelurahan Buryam Khatib sudah mengalami meningkatkan pengetahuan tentang pemanfaatan internet dalam memasarkan produk yang dihasilkan .

5. Saran

Dari kegiatan ini ada beberapa hal yang bisa kami sarankan :

- a. Sebaiknya pemilik harus fokus terhadap pengelolaan dan kelanjutan pemanfaatan internet dalam memasarkan produk yang ada
- b. Sebaiknya lakukan pendampingan terhadap pemanfaatan internet dalam memasarkan produk yang ada.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih disampaikan kepada pelaku home industri yang telah mendukung kegiatan pengabdian ini dan sudah bersedia menjadi mitra pengabdian masyarakat ini melalui Program Pengabdian Masyarakat.

Daftar Pustaka

- [1] Adler Haymans Manurung, 2008, Modal untuk bisnis UKM, (Jakarta : PT Gramedia)
- [2] Fajar, L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- [3] Kotler, P. and G. A. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- [4] Subanar, H. (2004). *Manajemen Usaha Kecil*. Yogyakarta: PT.BPFE.
- [5] Undang Undang Perindustrian, Pub. L. No. No.3 (2014). Retrieved from www.kemenperin.go.id/download/.../Undang-Undang-No-3-Tahun-2014-Perindustria...
- [6] Undang Undang UMKM (2008). Retrieved from <https://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU20Tahun2008UMKM.pdf>
- [7] Wardana.E. (2012). *Membuat Aneka Kerajinan dari kain perca*, Jakarta: Pustakawan Pembangunan Swadaya Nusantara.