

## **Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga dalam Membuka Peluang UMKM di Perumahan Karang Pilang Surabaya**

**Mujito<sup>1</sup>, Galuh Fitri Ayu Nur Qomariyah<sup>2</sup>, Rizky Fitra Auliya<sup>3</sup>**

*<sup>1,2,3</sup> Universitas Sunan Giri Surabaya, Indonesia*

**Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Mujito

**E-mail:** [dr.mujito@gmail.com](mailto:dr.mujito@gmail.com)

### **Abstrak**

*Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberdayakan ibu rumah tangga di Perumahan Karang Pilang Surabaya dalam meningkatkan potensi ekonomi keluarga melalui pengembangan usaha mikro berbasis makanan jajanan pasar. Program ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan praktik langsung, mencakup pelatihan pembuatan produk, pengemasan, pelabelan, dan promosi digital melalui media sosial serta brosur online. Kegiatan ini melibatkan ibu rumah tangga usia produktif yang belum memiliki usaha mandiri. Hasil pelaksanaan menunjukkan bahwa peserta mampu memproduksi dan mengemas jajanan pasar secara mandiri, membuat brosur digital, serta mempromosikan produknya melalui WhatsApp. Produk peserta mulai dikenal di lingkungan RT/RW dan dipesan untuk berbagai kegiatan warga. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis dan semangat kewirausahaan peserta, tetapi juga memperkuat solidaritas sosial antarwarga. Beberapa tantangan yang dihadapi antara lain keterbatasan modal, kurangnya kepercayaan diri, dan kesibukan rumah tangga. Meski demikian, kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam membentuk kelompok usaha kecil dan membuka peluang usaha perumahan yang berkelanjutan di lingkungan lokal.*

**Kata kunci** – pemberdayaan, ibu rumah tangga, UMKM, jajanan pasar, pemasaran digital

### **Abstract**

*This community service activity aims to empower housewives in the Karang Pilang Housing Complex in Surabaya to increase the economic potential of the families through the development of micro-enterprises based on market snacks. This program is implemented with a participatory approach and direct practice, including training in product creation, packaging, labeling, and digital promotion through social media and online brochures. The activity involved productive-age housewives who did not yet have independent businesses. The results of the implementation showed that participants were able to produce and package market snacks independently, create digital brochures, and promote their products via WhatsApp. Participants products began to be known in the RT/RW environment and were ordered for various community activities. This activity not only improved the technical skills and entrepreneurial spirit of participants, but also strengthened social solidarity between residents. Some of the challenges faces include limited capital, lack of self-confidence, and household business. However, this activity made a real contribution in forming small business groups and opening up sustainable home business opportunities in the local environment.*

**Keywords** – empowerment, housewives, MSMEs, market snacks, digital marketing

## PENDAHULUAN

Pemberdayaan perempuan dalam bidang ekonomi merupakan salah satu tanda meningkatnya kesejahteraan. Perempuan juga berperan penting dalam mengurangi angka kemiskinan melalui berbagai program pemberdayaan. Mereka dapat membantu meningkatkan kondisi ekonomi keluarga dengan menjalankan usaha rumah tangga yang bersifat produktif, seperti membuat dan menjual makanan rumahan. Peluang usaha di bidang ini masih terbuka luas, mengingat makanan rumahan adalah kebutuhan dasar yang selalu dicari masyarakat. Selain itu, jenis usaha ini cukup mudah dilakukan oleh ibu rumah tangga karena kegiatan memasak untuk dijual bisa dilakukan bersamaan dengan memasak untuk keluarga (Dakhilulloh *et al.*, 2025).

Salah satu faktor yang dapat mendorong peningkatan kesejahteraan rumah tangga adalah pemberdayaan perempuan dalam sektor ekonomi. Ketika perempuan memperoleh pendidikan, keterampilan, memiliki hak atas kepemilikan, leluasa bekerja di luar rumah, serta mampu menghasilkan pendapatan sendiri, maka kesejahteraan keluarga pun cenderung ikut meningkat (Rahmadi *et al.*, 2023). Pemberdayaan perempuan menjadi hal penting karena meskipun mereka memiliki kemampuan untuk berkontribusi dalam peningkatan kesejahteraan, banyak di antara mereka yang masih terhambat oleh berbagai kendala. Ketidakmampuan ini bisa berasal dari beragam penyebab, sehingga perlu dilihat bagaimana kondisi yang berbeda maupun yang serupa dialami oleh perempuan dalam menghadapi situasi tersebut (Andriyani *et al.*, 2023).

Pemberdayaan dapat diartikan sebagai bentuk kerja sama yang bersifat kolaboratif, di mana individu atau kelompok yang memiliki keterbatasan dalam sumber daya penting didorong untuk meningkatkan akses serta kendali terhadap sumber daya tersebut guna menyelesaikan permasalahan pribadi maupun sosial. Melalui kolaborasi ini, pihak yang diberdayakan akan mampu menjadi mandiri dan terbebas dari ketergantungan pada pihak lain (Mubaroq & Dzulkarnain, 2023).

Pengembangan keterampilan ekonomi sebagai upaya mendukung keberlangsungan hidup keluarga masih menjadi tantangan utama dalam pemberdayaan ibu rumah tangga di kawasan perumahan Karangpilang. Di lingkungan ini, banyak ibu rumah tangga yang terlibat dalam kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), namun sebagian besar dari mereka menghadapi kesulitan dalam memasarkan produk yang mereka hasilkan secara efektif (Putri *et al.*, 2023).

Dengan peningkatan keterampilan tersebut, diharapkan para ibu rumah tangga di dusun bukur mampu mengelola keuangan keluarga dengan lebih efektif, yang pada akhirnya dapat mendorong peningkatan kesejahteraan secara menyeluruh. Program ini juga menitikberatkan pada pemberdayaan perempuan agar lebih mandiri secara ekonomi, sehingga dampak positifnya tidak hanya dirasakan di lingkup rumah tangga, tetapi juga merambah ke lingkungan masyarakat. Melalui pelatihan ini, diharapkan ibu rumah tangga lebih siap menghadapi tantangan ekonomi dan dapat berkontribusi aktif dalam upaya meningkatkan kesejahteraan keluarga di wilayah perumahan karangpilang (Triana, 2025).

Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini untuk memberdayakan ibu rumah tangga di Perumahan Karangpilang Surabaya melalui pelatihan keterampilan usaha rumahan, peningkatan kualitas hidup, penyuluhan tentang pengelolaan dan pemasaran usaha kecil, serta pengembangan komunitas wirausaha yang saling mendukung. Selain itu, kegiatan ini juga bermanfaat dalam peningkatan keterampilan dalam produksi dan pemasaran produk, perbaikan kesejahteraan ekonomi keluarga, penguatan solidaritas sosial antar ibu rumah tangga, peningkatan kesadaran akan pentingnya inovasi dan pemanfaatan teknologi digital, serta pengalaman praktis bagi tim pelaksana dalam mendampingi masyarakat secara langsung.

## METODE

Kegiatan ini dilaksanakan menggunakan pendekatan fungsional yang menekankan pada praktik langsung dan partisipasi aktif oleh peserta. Langkah pertama adalah observasi dan wawancara lingkungan dan pendataan ibu rumah tangga yang memiliki minat dan potensi dalam berwirausaha.

---

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

Selanjutnya, dilakukan pelatihan keterampilan pembuatan jajanan pasar seperti pastel kering, onde-onde pecah, kuping gajah, dan kue kacang. Tahapan berikutnya mencakup proses pengemasan dan pelabelan produk secara menarik, serta pelatihan promosi digital menggunakan WhatsApp Business dan media sosial. Peserta juga didorong untuk membuat brosur digital sederhana yang kemudian disebarluaskan melalui grup WhatsApp RT/RW untuk menjangkau pasar lokal. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui pengamatan terhadap hasil produksi, respon pembeli, dan tingkat keaktifan peserta dalam memasarkan produk. Setiap sesi pelatihan diakhiri dengan diskusi dan refleksi agar peserta dapat memperkuat pemahaman serta keberanian mereka dalam membangun usaha rumahan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di Perumahan Karang Pilang Surabaya pada tanggal 15-19 April 2025. Lokasi ini dipilih berdasarkan hasil observasi yang menunjukkan bahwa banyak ibu rumah tangga di lingkungan tersebut belum memiliki usaha mandiri, meskipun memiliki potensi besar dalam mengembangkan produk rumahan, khususnya dalam bidang kuliner berupa makanan jajanan pasar. Kegiatan yang dilaksanakan meliputi penyuluhan tentang pentingnya berwirausaha untuk meningkatkan ekonomi keluarga, pelatihan pembuatan produk UMKM sederhana berupa aneka jajanan pasar seperti pastel kering, onde-onde pecah, kuping gajah, kue kacang. Pelatihan pemasaran digital melalui WhatsApp Business dan Instagram, serta pembuatan brosur digital sederhana untuk promosi melalui grup WhatsApp RT/RW. Peserta kegiatan terdiri dari ibu rumah tangga berusia antara 25 hingga 50 tahun dengan latar belakang pendidikan yang sebagian besar lulusan SMA atau setara.

Setelah sesi penyuluhan, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan pembuatan jajanan pasar yang dilakukan secara praktik langsung. Proses pelatihan ini tidak hanya menekankan pada teknik pembuatan makanan, tetapi juga pada aspek kebersihan, kualitas bahan, dan standar rasa agar produk siap untuk dipasarkan. Tahap berikutnya adalah pelatihan pengemasan dan pelabelan, dimana peserta diajarkan cara mengemas produk dengan menarik dan memberikan label yang informatif sebagai identitas produk mereka. Terakhir, peserta juga diperkenalkan pada strategi promosi digital melalui WhatsApp Business, termasuk cara membuat brosur digital sederhana yang bisa dibagikan secara daring di grup lingkungan.



**Gambar 1.**  
Pembuatan Jajanan Pasar

Jajanan pasar yang kami buat meliputi pastel kering, onde-onde pecah, kuping gajah, dan kue kacang. Jajanan ini merupakan camilan tradisional yang masih disukai hingga kini. Pastel kering adalah versi mini dari pastel basah, biasanya berisi abon atau bihun, dan digoreng hingga benar-benar kering sehingga awet untuk disimpan. Onde-onde pecah dikenal dengan teksturnya yang renyah

diluar dengan permukaan yang khas karena pecah saat digoreng. Kuping gajah adalah camilan manis berbentuk spiral dengan dua warna yang menarik dan memiliki rasa yang manis. Sementara itu, kue kacang merupakan kue kering berbahan dasar kacang tanah yang memiliki rasa manis dan gurih serta tekstur yang renyah.



**Gambar 2.**  
Pengemasan dan Pelabelan Produk

Setelah berhasil memproduksi aneka jajanan pasar, kegiatan dilanjutkan dengan sesi pelatihan mengenai teknik pengemasan dan pelabelan produk. Tahapan ini menjadi bagian penting dalam proses produksi, karena kemasan dan label tidak hanya berfungsi sebagai pelindung dan identitas produk, tetapi juga menjadi bagian dari strategi pemasaran yang dapat meningkatkan nilai jual.

Pada tahap ini peserta diberikan pemahaman mengenai fungsi-fungsi kemasan, antara lain untuk menjaga kebersihan, memperpanjang masa simpan produk, serta menarik minat konsumen melalui tampilan visual yang menarik. Sebagaimana menurut penelitian oleh Umami *et al.*(2022), bahwa pada awalnya kemasan berfungsi sebagai pelindung agar produk tidak mudah rusak selama proses distribusi. Namun, seiring berkembangnya tren pemasaran, kemasan juga dituntut berperan sebagai media promosi yang mampu menarik perhatian konsumen melalui desain warna, bentuk, serta informasi yang jelas dan menarik. Tim pelaksana juga memberikan penjelasan mengenai jenis-jenis kemasan yang sesuai untuk produk makanan ringan, seperti plastik bening bersegel, standing pouch, dan mika plastik. Selain aspek estetika, peserta juga diajarkan untuk mempertimbangkan keamanan pangan, kemudahan penggunaan, serta efisiensi biaya dalam memilih bahan kemasan.

Hasil akhir dari pelatihan ini menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan kemasan dan label produk yang menarik, rapi, dan sesuai standar. Mereka juga mulai memahami bahwa tampilan luar suatu produk dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Dengan adanya pelatihan ini, peserta memiliki bekal keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam kegiatan usaha, serta meningkatkan daya saing produk mereka di pasar lokal.



**Gambar 4.**  
Penyebaran Brosur Online

Setelah pelatihan produksi, pengemasan dan pelabelan produk, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan promosi digital melalui brosur online. Pada sesi ini, peserta dibimbing untuk membuat brosur digital sederhana menggunakan aplikasi seperti canva pada ponsel mereka. Brosur tersebut memuat gambar produk, nama usaha, daftar jajanan, kontak pemesanan, dan kalimat promosi yang menarik. Peserta juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya tampilan visual dalam menarik perhatian konsumen, serta bagaimana menyusun informasi singkat dan informatif. Pelatihan juga mencakup simulasi penyebaran brosur melalui media sosial pribadi dan grup WhatsApp lingkungan, yang dinilai efektif menjangkau konsumen terdekat tanpa biaya besar. Menurut penelitian oleh Aditya dan Rusdianto (2023), pemasaran digital melalui media online memberikan banyak keuntungan, terutama dalam hal memperluas jangkauan dan memudahkan calon pelanggan untuk mengetahui informasi tentang produk yang ditawarkan. UMKM, sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Namun, meskipun proses digitalisasi UMKM berlangsung dengan cepat, masih banyak pelaku usaha yang belum sepenuhnya memahami manfaat dan fungsi utama dari penggunaan teknologi digital, khususnya dalam strategi pemasaran.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa sebagian peserta mulai aktif dalam membagikan brosur digital mereka dan menerima tanggapan positif dari warga sekitar. Beberapa peserta bahkan mulai mendapatkan pesanan untuk acara keluarga, pengajian, atau arisan. Strategi promosi digital ini tidak hanya memperkenalkan produk ke pasar lokal secara cepat dan hemat biaya, tetapi juga membantu membangun kepercayaan diri peserta dalam menawarkan produk secara langsung. Dengan bekal promosi sederhana ini, para ibu rumah tangga mulai menyadari pentingnya keberadaan digital dalam mendukung pertumbuhan usaha rumahan mereka.

Setelah melalui proses pelatihan pengemasan dan pelabelan produk yang dilakukan secara kolaboratif antara tim pengabdian dan warga, kegiatan dilanjutkan dengan sesi dokumentasi hasil akhir produk bersama para peserta. Dokumentasi ini tidak hanya bertujuan mencatat hasil akhir pelatihan, tetapi juga menjadi simbol keberhasilan proses pendampingan dalam meningkatkan keterampilan pemasaran dan nilai jual produk lokal. Dalam analisis hasil kegiatan, pendekatan berbasis praktik langsung terbukti lebih efektif dibandingkan hanya dengan penyampaian materi teori. Peserta lebih cepat memahami teknik pembuatan produk dan strategi pemasaran sederhana setelah terlibat aktif dalam praktik nyata. Pembuatan brosur digital untuk promosi di grup WhatsApp juga sangat diminati, karena para peserta merasa lebih mudah mengiklankan produknya di lingkungan terdekat tanpa perlu biaya besar. Dukungan dari keluarga dan komunitas sekitar menjadi faktor penting yang mendorong keberanian peserta dalam memulai usaha. Keterlibatan aktif masyarakat sekitar mempercepat proses pemberdayaan ekonomi berbasis rumah tangga.

Dampak kegiatan ini terhadap masyarakat Perumahan Karang Pilang cukup nyata secara semangat untuk berwirausaha tumbuh di kalangan ibu rumah tangga, keterampilan dalam memproduksi jajanan pasar dan memasarkan produk semakin meningkat, dan solidaritas antarwarga juga semakin kuat. Menurut Nurdiana *et al.* (2022), keterlibatan ibu rumah tangga dalam kegiatan berwirausaha memberikan kontribusi yang besar terhadap kesejahteraan keluarga, khususnya dalam bidang ekonomi, dimana mereka memainkan dua peran sekaligus yaitu mengurus rumah tangga dan mencari penghasilan tambahan melalui usaha yang secara tidak langsung membantu memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Produk-produk jajanan pasar buatan peserta mulai beredar di lingkungan RT dan dimanfaatkan dalam berbagai acara lokal. Dengan adanya saluran promosi melalui grup WhatsApp RT/RW, peluang usaha rumahan menjadi lebih mudah dijangkau dan potensi ekonomi lokal pun semakin berkembang.

Walaupun demikian, beberapa tantangan tetap muncul selama pelaksanaan kegiatan. Tantangan utama adalah keterbatasan modal awal, yang menyebabkan belum semua peserta dapat memproduksi dalam jumlah besar. Selain itu, ada peserta yang masih merasa kurang percaya diri dalam menyusun kata-kata promosi atau memilih desain brosur yang menarik. Faktor kesibukan mengurus rumah tangga juga menjadi kendala, sehingga perlu penyesuaian jadwal agar peserta tetap bisa mengikuti kegiatan. Tantangan-tantangan ini menjadi catatan penting untuk program pendampingan berikutnya, seperti pelatihan tambahan mengenai pengelolaan keuangan usaha kecil dan strategi promosi produk secara kreatif.



**Gambar 5.**  
Foto Bersama

## **KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Perumahan Karang Pilang Surabaya telah berhasil memberdayakan ibu rumah tangga dalam membuka peluang usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis produk makanan jajanan pasar. Melalui pelatihan kewirausahaan, peserta mampu memproduksi, mengemas, dan memasarkan produk secara mandiri. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan keterampilan, semangat berwirausaha, dan terbentuknya kelompok usaha kecil di lingkungan RT. Promosi melalui WhatsApp terbukti efektif memperluas jangkauan pasar dan memperkuat keterlibatan sosial. Untuk kesinambungan program, diperlukan pelatihan lanjutan dalam pengelolaan keuangan, desain kemasan, dan strategi promosi kreatif. Penyesuaian waktu dalam pelaksanaan kegiatan dan pendampingan berkelanjutan juga menjadi kunci agar kegiatan serupa dapat dilaksanakan secara optimal di masa mendatang.

---

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

## UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih ini ditujukan kepada perangkat perumahan Karang Pilang, kepada warga perumahan yang telah menerima kami, kelompok mahasiswa Universitas Sunan Giri Surabaya dengan baik, serta memberikan dukungan terhadap kami untuk mempermudah pelaksanaan program kerja yang telah kami buat, tak lupa juga untuk dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing dan mendampingi kami.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R. A., & R. Y. Rusdianto. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPPMI)*, 2(2), 96-102.
- Andriyani, N. K., Miskan., S. Wulandari., & B. T. Putra. (2023). Analisis Pemberdayaan Perempuan Berbasis UMKM Dalam Meningkatkan Kewirausahaan Keluarga Di Kecamatan Benowo, Surabaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Publik dan Kebijakan Sosial*, 7(2), 142-147.
- Dakhilulloh, F., et al. (2025). Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga dalam Upaya Meningkatkan Ekonomi Keluarga Melalui Pelatihan Kewirausahaan di Kelurahan Siranindi. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(1), 21-30.
- Mubarq, H., & R. Dzulkarnain. (2023). Pemberdayaan Komunitas Ibu Rumah Tangga dalam Meningkatkan UMKM Melalui Pelatihan Pembuatan Kue Rumahan. *POPULIKA*, 11(1), 68-79.
- Nurdiana., Rahmatullah., M. Hasan., Nurjannah., & Fitriani. (2022). Pengetahuan Wirausaha, Motivasi Berwirausaha, Kondisi Sosial Ekonomi Dan Lingkungan Keluarga, Pengaruhnya Terhadap Minat Berwirausaha Ibu Rumah Tangga. *Jurnal Promosi: Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, 10(2), 50-63.
- Putri, C., K. Robe'nur., A. Sholekah., & A. Vela. (2024). Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Melalui Pelatihan Desain Canva Untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Totokaton, Kecamatan Punggur, Kabupaten Lampung Tengah. *Wisanggeni: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 38-47.
- Rahmadi, A. N., I. Suchyo., V. Septiandi., Supriyanto., & H. Mubarak. (2023). Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga dalam Membuka Peluang Usaha Baru Guna Meningkatkan Perekonomian. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(3), 2630-2635.
- Triana, E. S. (2025). Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Melalui Pelatihan Peningkatan Kecakapan dalam Pengelolaan Manajemen Keuangan Rumah Tangga di Dusun Bukur Kecamatan Selopuro Kabupaten Blitar Jawa Timur. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 6(1), 537-551.
- Umami, N., M. A. S. W. H., & D. Hayuhantika. (2022). Pelatihan Tehnik Pengemasan Dan Pelabelan Untuk Meningkatkan Kemampuan Manajemen Pemasaran Untuk UMKM Desa Belimbing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat-Teknologi Digital Indonesia*, 1(2), 85-92.