

Pemberdayaan Komunitas Ibu Rumah Tangga dalam meningkatkan UMKM melalui Pelatihan pembuatan Kue Rumahan

¹Husni Mubaroq, ²Rangga Dzulkarnain

Program Studi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Panca Marga Probolinggo Jawa Timur.
dzulkarr@gmail.com husnimubaroq139@gmail.com

Abstraksi

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengidentifikasi dan membantu permasalahan UMKM yang ada di Kelurahan Pilang Kota Pobolinggo. Terutama untuk ibu rumah tangga yang mencoba dan ada keinginan untuk memperbaiki ataupun meningkatkan Kinerja dan Keefektivitasan dalam bidang Usaha Rumahan Terutama dalam bidang pembuatan kue yang merupakan topik dan tema penelitian yang peneliti kerjakan. banyak potensi yang dimiliki para ibu rumah tangga yang akan hilang jika tidak digunakan dan dikembangkan, apalagi dengan adanya Covid 19 saat ini yang benar benar merusak perekonomian masyarakat Terutama masyarakat kalangan bawah dan menengah. Komunitas Pembuatan kue rumahan ini merupakan salah satu bentuk usaha yang dilakukan oleh Bu Siti Sumiati terhadap kondisi situasi di kelurahan pilang Terutama bagi ibu rumah tangga agar dapat memanfaatkan waktu dan situasi seperti apapun menjadi lahan uang dan pendapatan. Melalui komunitas ini, para mitra usaha Mikro dilatih dalam hal branding, marketing dan edukasi dalam meningkatkan usaha mereka dalam bidang kue rumahan

Kata Kunci: umkm, usaha, mitra, kue

Abstract

This research intends to identify and assist the challenges of SMEs in Pilang Village, Pobolinggo City. Especially for housewives who are trying and there is a desire to improve or improve Performance and Effectiveness in the Home Business field, especially in the field of UE making which is the topic and theme of the research that researchers are doing. and developed, especially with the current Covid 19 which is really damaging the community's economy, especially the lower and middle classes. This home-made cake-making community is one of the efforts made by Mrs. Siti Sumiati to the situation in Pilang Village, particularly for housewives so that they may take advantage of any moment and circumstance as a source of money and income. Through this community, Micro business partners are educated in branding, marketing and education in improving their company in the home cake sector

Keywords: umkm, venture, partner, cake

Pendahuluan

Perempuan di dunia nyata seringkali tidak memiliki keterampilan yang diperlukan untuk secara aktif berkontribusi pada kesejahteraan ekonomi keluarga, membuat mereka tinggal di rumah dan bergantung pada gaji suami mereka. Perempuan dipandang sebagai penerima manfaat kemajuan yang pasif karena pekerjaan yang mereka lakukan di rumah. Menurut sumber data yang baru diolah dari Badan Pusat Statistik (BPS), tingkat partisipasi angkatan kerja laki-laki di Indonesia adalah 82,69%, sedangkan tingkat partisipasi angkatan kerja perempuan adalah 51,88%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat partisipasi angkatan kerja perempuan Indonesia masih rendah jika dibandingkan dengan laki-laki (Badan Pusat Statistik, 2019). Rendahnya partisipasi tersebut disebabkan oleh hambatan-hambatan yang dihadapi perempuan, antara lain “triple burden of women” yang mengharuskan mereka melakukan tugas-tugas sosial, reproduktif, dan ekonomi secara bersamaan dalam masyarakat, serta terbatasnya peluang dan kesempatan untuk mengakses dan mengontrol sumber daya, keterampilan dan pendidikan rendah, dan hambatan ideologis terkait dengan rumah. Keterbatasan ini mencegah perempuan untuk secara aktif berkolaborasi dengan laki-laki dalam mengatasi masalah sosial ekonomi. Riant Nugroho mengklaim bahwa sejak tahun 1978, pemerintah telah melakukan sejumlah langkah untuk membantu memperbaiki keadaan ekonomi dan sosial laki-laki dan perempuan. Namun, tidak semua perempuan mendapat manfaat yang sama dari kemajuan dan pencapaian ini, terutama perempuan pedesaan yang menghadapi tantangan unik. Jika kondisi ini terus berlanjut, perempuan yang merupakan lebih dari separuh penduduk Indonesia akan menjadi beban pembangunan daripada menjadi sumber daya pembangunan. (Riant Nugroho, 2018).

Pemberdayaan disebut sebagai sebuah kerjasama kolaboratif yang mana orang yang kurang berdaya atau lemah dalam sumber daya bernilai diharuskan untuk mengupgrade akses dan kontrol atas sumber daya untuk memecahkan masalah pribadi atau rakyat. sehingga dengan kolaborasi antara keduanya pihak yang diberdayakan mampu untuk mandiri dan melepaskan diri dari ketergantungan pihak lain (Mustangin dkk, 2017). Dari Sisi perkembangan informasi dan komunikasi, masyarakat yang berdaya adalah masyarakat yang memiliki kesadaran dan kebutuhan terhadap Informasi sebagai sumber kekuatan rakyat yang dapat menggunakan informasi untuk mengambil keputusan yang baik bagi dirinya sendiri, bertindak secara kritis dalam upaya memperbaiki keadaan dan mengatasi masalahnya sendiri, mampu terlibat dalam proses proses sosial dan politik termasuk dalam proses pengambilan keputusan publik yang dilakukan komunitasnya. Masyarakat yang demikian biasanya disebut juga masyarakat informasi (information society) dan masyarakat pembelajar (learning

society) (Susanti & Marliyah, 2019) .Dalam rangka meningkatkan pendapatan keluarga, industri kecil memiliki peran yang sangat strategis mengingat berbagai potensi yang dimilikinya. Potensi tersebut antara lain mencakup jumlah dan penyebarannya, penyerapan tenaga kerja, penggunaan bahan baku lokal, keberadaannya di semua sektor ekonomi, dan ketahanannya terhadap krisis. Kondisi industri kecil yang ada di Indonesia saat ini terdapat sebanyak 42 juta usaha mikro atau kecil dan 80% di antaranya bergerak di bidang pertanian. Potensi industri kecil yang sebanyak itu, tentu saja memberikan dampak bagi produk domestik bruto (PDB) yang tidak sedikit bagi daerah dan pusat serta penyerapan tenaga kerja yang besar karena sektor industri kecil didominasi padat karya atau home industry (sureplus.id, 2019). Program pemberdayaan perempuan dalam kehidupan keluarga akan mampu menjadi pintu masuk menuju perbaikan kesejahteraan keluarga. Berkaitan dengan perbaikan kesejahteraan keluarga maka telah menuntut perempuan untuk dapat menopang ketahanan ekonomi keluarga.

UMKM merupakan salah satu dari sekian banyak kegiatan yang dapat dimanfaatkan dan diberdayakan. Dengan pemberdayaan UMKM dapat membantu masyarakat untuk meningkatkan pendapatan dan mengurangi pengangguran. Upaya mendorong dan memotivasi masyarakat untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat bahwa banyak potensi yang dapat digali dan dikembangkan (Triatmanto et al., 2021). Secara umum UMKM merupakan kegiatan usaha yang dapat memperluas kesempatan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi yang luas kepada masyarakat serta dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional (Sedyastuti, 2018). (Berdasarkan uraian tersebut, bahwa Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan jenis usaha yang mampu menopang perekonomian masyarakat secara individu maupun kelompok. Selain dapat memenuhi kehidupan pribadi pelaku usaha, UMKM juga dapat memberikan kontribusi yang besar bagi pendapatan negara dan kesejahteraan masyarakat dengan memperluas kesempatan kerja (Pemberdayaan UMKM Kampung Kue Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga | Investasi : Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis, n.d.).

Pemberdayaan Komunitas Ibu rumah tangga merupakan anggota kunci masyarakat yang masih tergolong karyawan produktif, dalam artian, beberapa ibu rumah tangga ini berpotensi besar dalam mengembangkan sebuah usaha dari berbagai aktivitas dan hobi yang mereka miliki yang kemudian bisa sangat menjadi faktor yang menguntungkan jika menyalurkannya dalam bentuk sebuah usaha dengan tujuan menumbuhkan kesadaran dan kemandirian dalam berusaha, serta memperluas pilihan pekerjaan untuk meningkatkan

pendapatan keluarga dalam rangka membentuk keluarga Bahagia dan menekan angka kemiskinan bagi individu tersebut. Menurut (Zimmerer et al., 2009) kewirausahaan adalah proses menggunakan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan mengungkap kemungkinan untuk meningkatkan kehidupan seseorang atau usaha. Menurut (Wijatno, 2009), kewirausahaan adalah proses penerapan kreativitas dan inovasi secara sistematis dan konsisten terhadap tuntutan dan kemungkinan yang ada dalam rangka memuaskan keinginan pelanggan atau mengatasi masalah konsumen. sebagai mentalitas, perilaku, dan kapasitas untuk memberikan reaksi positif terhadap kemungkinan keuntungan atau layanan yang lebih baik kepada konsumen/masyarakat, dengan terus berusaha mencari dan melayani pelanggan dengan lebih baik. lebih dan lebih baik, dan lebih efisien, melalui keberanian mengambil risiko, kreativitas, dan inovasi, serta kapasitas manajerial untuk menghasilkan barang yang lebih berharga dan menerapkan metode fungsi baru (Tirtoni & Fitriatien, 2021)

Metode

Penelitian ini disusun secara deskriptif dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif, metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif karena fenomena yang diteliti merupakan peristiwa yang bersifat sosial. Dimana objek dari permasalahan ini ialah para tokoh atau pihak yang memiliki pemahaman dan pengetahuan mengenai Pembuatan Kue Rumahan

Tempat atau Lokasi dari mana data dikumpulkan atau diterima dikenal sebagai sumber data. Untuk dapat menggunakan sumber informasi sebagai fokus penelitian atau sebagai alat analisis oleh peneliti, data harus ada. Tanpa sumber data, sulit mendapatkan data, klaim Farida Nugrahani (2013: 109). Betapapun menariknya subjek penelitian, jika sumber data tidak tersedia, tidak mungkin untuk memahami masalah tersebut melalui penelitian (Dr. Farida Nugrahani, 2014). Adapun yang menjadi lokasi penelitian yaitu berada di kelurahan pilang RT 01 RW 02. Penelitian ini dimulai dari tahun 2021 bulan desember tanggal 22 sampai dengan tanggal 28 selama seminggu.

Dalam penelitian kualitatif, sumber data yang berbeda dapat dikategorikan berdasarkan jenis dan lokasi, mulai dari yang paling jelas hingga yang kurang jelas, dari primer hingga sekunder. Akibatnya, saat memilih sumber data, peneliti harus hati-hati mempertimbangkan keaslian dan kelengkapan informasi yang akan dikumpulkan.

Sumber data primer dan Sekunder yang dimaksud yaitu:

1. Sumber data Primer, disebut juga informasi yang diperoleh dari pengamatan langsung di lokasi penelitian, temuan dari wawancara, dan temuan dari diskusi. Dalam penelitian ini, data utama peneliti berasal dari wawancara dengan Ibu Siti Sumiati selaku Ketua Komunitas Pelatihan Kue Rumahan
2. Sumber data Sekunder, atau data yang dikumpulkan secara sukarela oleh peneliti untuk mendukung sumber primer. Cara lain untuk mengatakannya adalah bahwa data diatur sebagai kertas. Buku teks, temuan penelitian, dan arsip pemerintah yang berkaitan dengan masalah penelitian menjadi sumber informasi untuk penelitian ini.

Peneliti mengumpulkan dan mendeskripsikan semua dampak setelah adanya Pemberdayaan Komunitas ibu rumah tangga dalam meningkatkan UMKM melalui Pelatihan pembuatan kue. Subjek yang diteliti melalui penyelenggara kegiatan ini yaitu ibu Siti merupakan Mitra Komunitas Pelatihan Kue rumahan yang dengan Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara yaitu cara yang penulis lakukan untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber referensi. Selain itu, karena keterbatasan waktu dan bahan yang berkaitan dengan penelitian ini, penulis menggunakan tinjauan pustaka, artikel penelitian dan jurnal yang bertujuan untuk menarik kesimpulan dan mengevaluasi masalah yang penulis teliti.

Hasil dan Pembahasan

Di era globalisasi, peran perempuan berubah. Perempuan tidak hanya memiliki peran domestik, tetapi juga peran lain, seperti peran produksi dan peran sosial (Suyadnya, 2009). Pada awalnya, perempuan diidentikkan dengan peran domestik. Peran ini dimulai ketika wanita memasuki upacara pernikahan. Selama periode ini, wanita dituntut untuk menjadi istri dan ibu yang baik. Peran ini juga menuntut perempuan untuk dapat melakukan berbagai pekerjaan rumah tangga (Suryani, 2004). Adanya globalisasi memberikan peluang bagi perempuan untuk melakukan fungsi produktif yaitu untuk dapat menghasilkan uang (Handayani et al., 2017) Dalam hal ini, wanita tidak hanya membantu suami untuk mencari nafkah, tetapi juga dapat mewujudkan kemampuannya dan meningkatkan rasa percaya diri. Peran ketiga, yaitu perempuan memainkan peran sosial dalam masyarakat. Dalam rangka peningkatan kompetensi perempuan, program pemberdayaan dilaksanakan dalam bentuk pelatihan. Kegiatan ini juga merupakan program untuk mengembangkan kemampuan fisik, mental, emosional dan ekonomi perempuan. Selain itu, program ini diharapkan dapat meningkatkan kekuatan dan otoritas perempuan, sehingga meningkatkan partisipasi mereka dalam perekonomian. Partisipasi

perempuan juga berkontribusi dalam proses pemulihan ekonomi menuju keberlanjutan ekonomi (Dikeocha et al., 2018).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori jim ife. Menurut Jim Ife, pemberdayaan artinya memberikan sumber daya, kesempatan, pengetahuan dan ketrampilan kepada warga untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menentukan masa depannya sendiri dan berpartisipasi dalam dan mempengaruhi kehidupan dari masyarakatnya (Jim Ife, 1995:182). Peneliti melakukan observasi dan research melalui narasumber pelaku UKM Bernama Ibu Siti Sumiati.

Bu Siti Amiati sudah terjun di dunia UKM secara tak langsung pada tahun 2006, itu saat pertama kali bu siti membuat kue seperti bakpao, roti pisang, pastel, putu ayu dll. Berawal dari hobi dan waktu senggang sebagai ibu rumah tangga. Bu Siti mencoba coba untuk membuat stik crispy melalui gilingan stik yang ia beli untuk mengisi waktu kosongnya. Bu Sumiati akhirnya bisa membuat kue pertamanya yaitu stik krispi. Dari situlah mitra hendak mencoba berbagai macam masakan dan kue. Akhirnya 11 tahun setelah membuka usaha kue rumahan. Mitra telah berhasil membuat berbagai variasi kue rumahan dan sejak saat itu perekonomian mitra selalu dalam kendali. Di tahun 2017 mitra ikut sebuah pelatihan di Probolinggo yaitu Bayuangga UKM. Disana mitra belajar banyak hal mengenai dunia kuliner. Lalu mitra mengaplikasikan pengetahuan yang dimilikinya kedalam usaha kue rumahannya dan benar benar membuah hasil. Disinilah mitra secara tidak sengaja mendapat permintaan tolong dari beberapa ibu rumah tangga di pilang yang ingin menaikkan sektor perekonomiannya untuk lebih tinggi lagi dan disinilah Komunitas ibu rumah tangga yang berisikan 4 orang terbentuk. 3 orang selain bu siti yaitu Fenti Utami, Bu Yayuk dan Indri Rahmawati. Bu siti yang sudah mempelajari dunia kuliner kue rumahan selama 11 tahun. Mencoba mengedukasi ibu rumah tangga yang meminta pertolongannya. Dalam hasil penyelenggaraan Komunitas ini beberapa proses yang suah dilakukan dalam mengembangkan usaha uang diberikan Bu Siti kepada Mitra UMKM adalah sebagai berikut :

1. Pembuatan Brand/Logo

penentuan berbagai aspek pemilihan font dan warna dasar dengan mempertimbangkan sifat dan karakteristik filosofi pemilik usaha, proses pembuatan logo dilakukan secara musyawarah dengan pemilik usaha hingga menghasilkan logo produk dengan nama produk, membuat media pendukung seperti label, spanduk, dan desain kemasan untuk mempercantik produk saat dipasarkan. Berikut penjelasan pendekatan yang digunakan, yaitu: Pemberian

Materi pada Logo Konten yang telah dibuat oleh Bu Siti akan diberikan kepada pelaku UMKM secara langsung. Ada enam proses yang harus dilakukan untuk dapat membangun identitas merek. Proses pembuatan fasilitas logo UMKM adalah (1) pemberian informasi tentang logo (2) melakukan survey produk dan chatting dengan pelaku UMKM di Kelurahan Pilang untuk mendapatkan kualitas khas yang akan dipamerkan. (3) memutuskan berbagai faktor dalam memilih tipografi dan warna dasar dengan menganalisis sifat dan kualitas filosofi pemilik usaha. (4) proses pembuatan logo melalui pembicaraan dengan pemilik usaha pembuatan logo produk dengan nama produk, (5) pembuatan media pendukung seperti label, spanduk, dan desain kemasan untuk mempercantik produk saat dipromosikan. dalam Survey Produk Bahan Logo dan Pembuatan Brand, Ibu Siti berbincang-bincang dengan para pelaku UMKM dan menanyakan apa saja barang-barang tersebut dan mengapa mitra UMKM menjualnya. Dilanjutkan dengan menelaah ciri-ciri UMKM dan bagaimana usahanya akan dijalankan. Setelah itu, Ibu Siti menawarkan gambaran awal usaha peserta yang akan dituangkan dalam sebuah gambar yang selanjutnya akan dijadikan sebuah logo. Mempertimbangkan Aspek Pembuatan Logo Sebelum menghasilkan desain oleh peserta, layanan ini memungkinkan peserta untuk lebih mengenal komponen-komponen vital dalam mengembangkan sebuah logo, termasuk mengenal banyak arti warna dalam sebuah logo yang dapat menyampaikan arti atau tujuan tertentu kepada usaha. dan calon klien. Kemudian paparkan peserta pada berbagai gaya dan jenis huruf. Pada akhirnya, para mitra memutuskan untuk memberi merek mereka nama depan pelaku UMKM ditambah frasa sesuai dengan preferensi mitra itu sendiri.

2. Melakukan Penedukasian dalam pembuatan Kue Rumahan

Hal pertama yang dilakukan oleh para usaha mikro yang berpartisipasi ketika mereka ingin mengintegrasikan pengembangan produk di usaha mereka adalah untuk membangun rencana yang luas pada awalnya. Sebagian besar strategi umum untuk melaksanakan pengembangan produk yang dilakukan oleh usaha mikro masih dipengaruhi oleh kecemasan para mitra jika produk baru mereka tidak laku di pasar. Menanggapi hal ini, mitra akhirnya memutuskan untuk tidak memproduksi secara konsisten dan dalam jumlah besar di awal penjualan. Selain itu, mitra juga memberikan tester dan menjual produk baru tersebut kepada rekan kerja dan sales yang sudah mengenal terlebih dahulu

untuk mengetahui respon pasar terhadap produk saat ini. Penjual yang menjual kue baru juga diberikan kebijakan khusus di awal penjualan, artinya mereka boleh mengambil sedikit kue dan jika ada kue yang tidak laku bisa dikembalikan. Hal ini dilakukan karena pemilik usaha mikro ingin mengamati respon pasar terhadap adopsi produk baru secara lebih rinci di pasar yang lebih luas sehingga dapat mengidentifikasi metode alternatif yang harus dilakukan selanjutnya. Setelah melakukan perencanaan yang luas untuk melihat akseptabilitas pasar, maka pemilik usaha mikro menerapkan berbagai strategi untuk beradaptasi dengan keadaan pasar saat ini. Pendekatan alternatif ini dapat dipisahkan menjadi dua, yaitu strategi alternatif untuk menghadapi barang baru yang kurang laku di pasaran dan strategi alternatif untuk menghadapi produk baru yang laris di pasar. Jika produk baru tersebut kurang laku di pasaran, maka yang kemudian dilakukan oleh pemilik usaha mikro adalah menganalisis produk baru tersebut terlebih dahulu. Dalam proses peninjauan ini, pelanggan biasanya disertakan sehingga pemilik usaha mikro dapat lebih memahami apa yang diinginkan pasar. Selanjutnya pemilik akan memperbaharui barangnya agar sesuai dengan tuntutan dan kebutuhan pasar. Sedangkan jika ternyata produk baru tersebut sangat laku di pasaran, para pemilik usaha mikro akan menjadikan keberhasilan penjualannya sebagai acuan untuk memperluas wilayah pemasarannya. Sebelum menjalankan rencana pengembangan produk di usahanya, para pemilik usaha mikro ini juga tidak lupa memperhatikan beberapa elemen internal usaha. Aspek internal yang dinilai meliputi relasi dan keterampilan sumber daya manusia. Koneksi yang dimaksud adalah hubungan dengan pelanggan yang dapat membantu proses pemasaran barang baru. Selain itu, dengan menjalin ikatan yang kuat dengan pelanggan, pemilik usaha mikro juga dapat mengetahui penilaian konsumen terhadap barang baru yang ingin mereka produksi. Pelanggan yang ditargetkan tidak hanya konsumen akhir, tetapi juga salesman karena mereka sering memotivasi pemilik usaha mikro yang berpartisipasi untuk menghasilkan peningkatan produk yang lebih inovatif. Selain itu, pemilik usaha mikro juga memperhatikan kompetensi sumber daya manusianya. Mereka akan membuat hal-hal yang bisa mereka buat sehingga menjadi mudah. Selain unsur internal, aspek eksternal usaha juga tidak luput dari perhatian para pemilik usaha mikro ketika hendak mengadopsi rencana pengembangan produk di usahanya. Aspek eksternal yang mereka

perhatikan antara lain bahan baku, permintaan pasar, dan pesaing. Bahan baku yang dipermasalahkan adalah soal harga dan ketersediaan di pasaran. Pemilik usaha mikro akan memilih untuk menggunakan bahan baku yang memiliki harga murah dan mudah ditemukan di pasaran agar tidak menyebabkan harga kue menjadi mahal. Selain itu, permintaan pasar juga merupakan aspek kunci dalam mengadopsi rencana pengembangan produk karena menandakan bahwa pasar siap menyerap inovasi produk baru sehingga dapat membuat barang terjual dengan baik saat ditawarkan. Permintaan pasar juga dapat dimanfaatkan sebagai sumber inspirasi bagi pemilik usaha mikro ketika ingin meluncurkan inovasi produk baru. Selain bahan baku \pasir permintaan pasar, pemilik usaha mikro juga memperhatikan pesaing ketika mereka ingin \mengimplementasikan rencana pengembangan produk karena pesaing dapat digunakan sebagai bahan \penilaian keberhasilan barang mereka dan tolok ukur respons pasar.

3. Pemasaran

Untuk metode Pemasaran awal, para mitra menggunakan Pemasaran offline di awal. melalui pesanan melalui kenalan mitra. Tetapi juga membangun media sosial untuk pemasaran online dan akun *Online Market* (Tokopedia, Shopee dll) untuk perdagangan di internet. Kita dapat mengamati bahwa media internet merupakan sarana pemasaran yang efisien untuk dikenal secara luas. Di Instagram, Produk Usaha Mitra sendiri memberikan informasi tentang macam-macam yang kue ditawarkan dan menghubungi individu. Namun untuk transaksi melalui Online Market karena dapat menghitung ongkos kirim dan terdapat fungsi chat antara pembeli dan penjual.

Tabel 1. Kondisi Mitra setelah Pelatihan

No	Status Kemampuan	Sesudah Kegiatan	Keterangan
1	Wirausaha	Lebih Baik	Kompetensi kewirausahaan semakin meningkat, terutama dalam hal pelayanan dan pengendalian mutu (Quality Control).
2	Pemasaran	Lebih Baik	Saat ini terdapat kapasitas untuk mempromosikan, terutama melalui media online seperti Facebook dan WhatsApp, dengan peningkatan 100 persen dalam omset usaha dibandingkan sebelumnya.
3	Edukasi	Lebih Baik	Mitra mampu berinovasi dalam usahanya dan Sudah bisa membuat berbagai macam resep kue rumahan dan dari beberapa variasi baru. Penambahan menu dari para mitra sudah terlaksana

Kesimpulan

Dengan dilakukannya branding, educational dan marketing yang merupakan 3 unsur dalam meningkatkan UMKM para mitra, membuat dampak perubahan yang signifikan. Mulai dari pembuatan logo yang dapat mencantumkan filosofi dan gambaran dari produk yang dimiliki pelaku usaha mikro. Dengan ini para konsumen bisa mengetahui identitas produk sehingga bisa tahu tentang si pembuat produk tersebut. Edukasi dalam berwirausaha di ranah kue rumahan yang juga sangat bermanfaat bagi para komunitas kue rumahan yang ingin mendapatkan informasi dan inovasi dalam berwirausaha di bidang kuliner rumah. Terakhir yaitu marketing dalam media sosial yang lumayan membawa perubahan besar dalam ukm para mitra. Karena diharapkan dengan adanya media marketing online ini bisa menjangkau seluruh kalangan masyarakat yang sebelumnya belum di capai oleh mitra ukm. Tetapi disini para mitra ukm tetap melakukan penjualan secara offline juga tentunya karena ditempat tinggal mitra sendirilah yang merupakan sarana paling efektif dalam penjualan.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik. (2019). *Profil Perempuan Indonesia*.
- Dikeocha, L. U., Nwagu, C. C., Nwaiwu, B. N., & ... (2018). WOMEN EMPOWERMENT IN ENTREPRENEURSHIP: AN EFFECTIVE STRATEGY FOR POVERTY REDUCTION. *Nigerian Journal of ...*
<http://www.nigjbed.com.ng/index.php/nigjbed/article/view/101>
- Nugrahani, Farida (2014). *Metode Penelitian Kualitatif: dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*.
- Handayani, R., Wahyudi, S., & Suharnomo, S. (2017). The effects of corporate social responsibility on manufacturing industry performance: the mediating role of social collaboration and green innovation. *Business: Theory and Practice*.
- Mustangin dkk. (2017). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Melalui Desa Wisata di Desa Bumiaji. *Jurnal Sosioglobal: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi, Vol. 2*(No. 1).
- Pemberdayaan UMKM Kampung Kue dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga / Investasi : Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. (n.d.). Retrieved October 24, 2021, from <https://journal.actual-insight.com/index.php/investasi/article/view/393>
- Nugroho, Riant (2018). Gender dan Strategi Pengurus Utamanya Di Indonesia. *Pustaka Pelajar*.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia, 2*(1), 117–127. <https://doi.org/10.31842/JURNAL-INOBIS.V2I1.65>
- sureplus.id. (2019). *Kemenperin Pacu Pertumbuhan IKM untuk Menjadi Tulang Punggung Perekonomian Nasional*. Kemenperin.
<https://kemenperin.go.id/artikel/21335/Kemenperin-Pacu-Pertumbuhan-IKM-untuk-Menjadi-Tulang-Punggung-Perekonomian-Nasional>
- Suryani, L. K. (2004). Balinese women in a changing society. *Journal of the American Academy of Psychoanalysis ...* <https://doi.org/10.1521/jaap.32.1.213.28335>
- Susanti, N., & Marliyah. (2019). Pola Pemberdayaan Ekonomi Generasi Milenial (Studi Kasus Komunitas Serikat Saudagar Nusantara (SSN) Di Medan). *HUMAN FALAH Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, Vol 6*(No. 1).
- Suyadnya, I. W. (2009). Balinese women and identities: Are they trapped in traditions, globalization or both. *Diunduh Dari: Http://Journal. Unair. Ac. Id/FilerPDF ...*
https://journal.unair.ac.id/filerPDF/01-Balinese_Women_and_identities.pdf
- Tirtoni, F., & Fitriatien, S. R. (2021). Pemberdayaan Masyarakat UMKM Desa Anggaswangi Melalui Inovasi Pembuatan Kue Pie Susu Jamu Dan Hand Handsanitizer Alami Lidah Buaya Pada Saat Pandemi Covid 19. *Kanigara, 1*(2), 115–122.
<https://doi.org/10.36456/KANIGARA.V1I2.3968>
- Wijatno, S. (2009). *Pengantar entrepreneurship*. books.google.com.
https://books.google.com/books?hl=en%5C&lr=%5C&id=x0D_9bfoQu8C%5C&oi=fn

d%5C&pg=PA273%5C&dq=wijatno%5C&ots=D7hLgSA4v5%5C&sig=v5QLIwWF9
lBzcWlU45nXvjvyVJI

Zimmerer, T. W. S., Norman, M., & Wilson, D. (2009). *Dasar-dasar manajemen keuangan*.
Buku.