

Snack Love Bouquet Training: Creating Bussiness Opportunities for Housewives in Kedensari Village, Tanggulangin-Sidoarjo

Pelatihan *Snack Love Bouquet*: Ciptakan Peluang Usaha Ibu Rumah Tangga di Desa Kedensari, Tanggulangin-Sidoarjo

Mufidatul Jariyah* & Maharani Tiara Ivanka

Politeknik Kesehatan Kerta Cendekia, Sidoarjo, 61234, East Java, Indonesia

Abstract

This type of business, which focuses on a person's artistic skills and is also created by a person through training either independently or in a workshop, provides an opportunity for a housewife to take on a business while still being able to handle her daily activities. This program took the form of housewife training in Kedensari village, Tanggulangin-Sidoarjo. Lectures, tutorials, and conversations are the modes of instruction. The goal is to generate business prospects whose impact may be experienced as a consequence of labor with economic value, which can then be pursued as a business to better the family economy.

Abstrak

Bentuk usaha yang meletakkan konsentrasi utama pada keterampilan seni yang dimiliki dan juga di ciptakan oleh seseorang melalui sebuah pelatihan baik secara mandiri maupun dalam sebuah *workshop* menjadi kesempatan bagi seorang Ibu rumah tangga sebagai bentuk peluang usaha yang bisa dilakukan namun tetap bisa menangani kegiatan kesehariannya. Kegiatan ini dilakukan dalam bentuk Pelatihan pada Ibu Rumah Tangga di wilayah desa Kedensari, Tanggulangin-Sidoarjo. Bentuk kegiatannya dengan ceramah, tutorial dan diskusi. Tujuannya untuk menciptakan peluang usaha yang dampaknya bisa dinikmati sebagai hasil karya yang memiliki nilai ekonomis sehingga dapat ditekuni sebagai sebuah usaha dalam meningkatkan ekonomi keluarga.

Keywords: *Snack Bouquet*, Peluang Usaha, Ibu Rumah Tangga

1. Pendahuluan

Dalam bidang ekonomi kreatif, kreatifitas bentuk dari sebuah produk menjadi sebuah daya tarik bagi konsumen saat ini. Pesaing di bidang UMKM semakin beraneka ragam selaras dengan perkembangan penggunaan Platform Media Sosial dalam hal ini berperan sebagai pemasaran dari produk yang dimiliki. Perkembangan dari penggunaan Platform media sosial diawali dengan munculnya wabah covid-19 yang ada di Indonesia hingga membuat pelaku UMKM memanfaatkannya sebagai alat untuk pemasaran produknya dengan jangkauan area yang lebih luas serta cepat bahkan tanpa mengeluarkan biaya promosi (Sukoco & Aldila Krisnaesanti, 2024) (Harinie et al., 2020).

Seiring dengan perkembangan pemasaran melalui digitalisasi membuat bermunculan pelaku usaha baru, dengan memanfaatkan media sosial, influencer sampai dengan platform e-commerce untuk memasarkan produknya. Menarik daya minat pelaku usaha untuk eksis dalam berwirausaha untuk meningkatkan penghasilan dan ikut serta dalam wujud memajukan perekonomian hingga bisa membuka lapangan kerja baru. Wanita merupakan sumber daya yang masih sedikit diberdayakan dalam upaya implementasi kesejahteraan pada Masyarakat, maka pendampingan dan pelatihan kepada kelompok PKK (Pembinaan Kesejahteraan Keluarga) menjadi salah satu program untuk menciptakan peluang usaha dan penyerapan tenaga kerja agar menurunkan tingkat pengangguran dengan mampu bersaing pada era saat ini (Setiani, 2019).

* Corresponding author:

E-mail address: mufidatul.24@gmail.com

Dengan adanya pemasaran melalui digital, maka hal ini menjadi kesempatan bagi seorang Ibu rumah tangga untuk mengembangkan keahliannya dan menciptakan keahlian sebagai bentuk peluang usaha yang bisa menghasilkan serta bentuk tambahan penghasilan rumah tangga namun tetap bisa menangani kegiatan kesehariannya. Menurut (Sabella, 2024) Peluang usaha *Snack Bouquet* menjadi salah satu peluang usaha yang bisa menambah keterampilan dan mengurangi pengangguran karena modal awal yang dikeluarkan dengan keuntungan yang diterima menunjukkan hasil yang positif.

Merupakan sebuah bentuk peluang usaha yang bahan baku, cara membuat dan penjualannya tergolong dalam kategori mudah untuk dilakukan oleh pelaku usaha baru. Setiap produk *Snack Bouquet* yang dihasilkan oleh seseorang akan menampilkan ciri khas, yakni terdapat perbedaan meskipun mereka telah melihat referensi produk yang sama, maka mengembangkan ciri khas dari suatu produk seperti kategori *bouquet* lebih di perhatikan oleh pelaku usaha karena hal ini merupakan dari kunci ketertarikan konsumen pada lini produk tersebut (Yuniarti & Nur Kania, 2024).

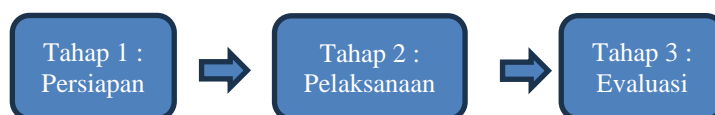
Usaha ini meletakkan konsentrasi utama pada keterampilan seni yang dimiliki dan juga di ciptakan oleh seseorang melalui sebuah pelatihan baik secara mandiri maupun dalam sebuah *workshop* yang jika dikelola dengan serius akan berdampak pada penghasilan yang mencapai keuntungan signifikan. Referensi bentuk sebuah produk karya *Bouquet* bisa dilihat dan dicari melalui berbagai laman sosial media maupun website lengkap dengan bagaimana cara membuat produk tersebut hingga kisaran dari modal yang dikeluarkan dan juga kisaran harga jual dari jenis karya tersebut. Untuk memunculkan perbedaan produk dengan pelaku usaha lainnya, Pelaku usaha dapat menciptakan kreatifitasnya dari segi produk, bahan maupun kemasan untuk membuat perbedaan sebagai bentuk daya saing dipasaran dan menciptakan persepsi harga yang variatif (Rakawidianto, 2024).

Melalui pelatihan ini kami menyampaikan bahwa sebagai bentuk dari upaya peningkatan ekonomi, keberadaan peluang usaha *Snack Bouquet* dalam kreasi bentuk *Snack Love Bouquet* menjadi alternatif peluang usaha yang bisa dicoba sebagai pembuka awal memulai sebuah usaha dengan estimasi waktu yang di perlukan untuk mengerjakan produk ini bisa di atur tanpa terikat oleh jam kerja dengan durasi lama. Masih banyak referensi dari sebuah kreasi produk yang bisa dijadikan peluang usaha bagi seorang Ibu rumah tangga dan lapisan Masyarakat lainnya agar harapan dari pemberdayaan Perempuan dan peningkatan ekonomi Masyarakat desa bisa terealisasi dengan baik (Oktopiah & Mutmainah, 2024).

Dalam kegiatan ini, pelatihan yang diberikan kepada Ibu rumah tangga merupakan bentuk dari sarana menumbuhkan kreativitas untuk menciptakan peluang usaha yang dampaknya bisa dinikmati sebagai hasil karya yang memiliki nilai ekonomis sehingga dapat di tekuni sebagai sebuah usaha sampingan maupun nantinya sebagai usaha utama dalam meningkatkan ekonomi keluarga dengan memanfaatkan teknologi sebagai sumber referensi sampai sumber pemasaran.

2. Metode

Kegiatan pelatihan pada Ibu Dasawisma pada wilayah desa Kedensari, Tanggulangin – Sidoarjo dilakukan secara langsung, yang dihadiri ibu lintas generasi yakni generasi boomer sampai dengan generasi millennials. Pelatihan dan diskusi secara langsung ini dengan harapan kegiatan bisa dilaksanakan dengan lebih efisien dan detail tentang tahapan yang harus dilakukan sampai dengan hasil akhir edukasi pemasaran sebagai bentuk eksekusi hasil akhir dari pelatihan tersebut, sebagai berikut:



Gambar 1. Alur Kegiatan

Tahap pertama pada pelatihan ini yaitu tahapan persiapan. Pada tahap ini tim pelaksana kegiatan melakukan konsultasi dengan masyarakat, Kemudian melakukan observasi terhadap para ibu dan masyarakat lainnya serta pembuatan materi materi yang akan disampaikan nantinya.

Tahap yang kedua yaitu tahap pelaksanaan kegiatan pelatihan yang dilakukan dengan memberikan materi kewirausahaan dan mengajarkan tata cara wirausaha melalui peluang usaha kreasi *snack bouquet*.

Tahap ke tiga yaitu tahap evaluasi, Rencana evaluasi pelaksanaan dengan mengadakan pengamatan langsung di lapangan. Hingga nantinya melakukan pelaporan akhir.

Pelaksanaan pelatihan ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah, tutorial dan diskusi, dengan rangkaian sebagai berikut :

- a. Langkah 1: Metode Ceramah, untuk menyampaikan sebuah konsep atau dasar penting untuk dimengerti dan dikuasai oleh peserta pelatihan. Metode ceramah di kombinasikan dengan menampilkan gambar contoh produk agar mudah di pahami. Peserta juga diberikan dorongan motivasi untuk melakukan kewirausahaan.
- b. Langkah 2: Metode Tutorial, Peserta diberikan materi kewirausahaan yang bisa dipraktekkan kembali setelah kegiatan pelatihan ini.
- c. Langkah 3: Metode Diskusi, Peserta mendapatkan kesempatan untuk berdiskusi mengenai permasalahan dan peluang usaha yang sesuai dengan skill mereka.

3. Hasil dan Pembahasan

Sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan pada ibu rumah tangga dasawisma di wilayah kedensari telah mencapai tujuannya, yaitu menciptakan peluang baru dengan sebuah kreasi *Snack Love Bouquet* sebagai bentuk karya yang dihasilkan dengan rangkaian acara pelatihan yang terkombinasikan ceramah dengan tutorial serta diskusi yang menarik.

Peserta pelatihan antusias terhadap kegiatan pelatihan peluang usaha ini, dengan menunjukkan keaktifan bertanya dan berdiskusi dengan narasumber terkait tema. Hal ini menunjukkan adanya motivasi untuk menciptakan peluang usaha dan untuk meningkatkan kemampuan untuk berdaya saing dalam kewirausahaan.

Kreasi usaha yang dijadikan percontohan dalam kegiatan kewirausahaan ini mendapatkan respon positif oleh para peserta pelatihan, karena mereka menjadikan ini sebagai referensi dan merasa mudah untuk diterapkan dilain waktu setelah selesainya rangkaian acara pelatihan.



Gambar 1. Rangkaian Kegiatan Pelatihan Pembuatan *Snack Love Bouquet*



Gambar 2. Hasil Kreasi *Snack Love Bouquet* Peserta

Berdasarkan pada rangkaian kegiatan pelatihan pada Gambar 1 dan Gambar 2, terlihat bahwa kegiatan ini dapat diterima dan diaplikasikan oleh peserta dengan sikap kooperatif dalam mengikuti acara pelatihan. Hanya saja peserta pelatihan belum bisa memberikan gambaran ide peluang bisnis lainnya di bidang ini pada saat acara pelatihan berlangsung, dan masih harus menghitung secara detail kembali untuk taksiran harga dari kreasi yang telah dibuat.

Interaksi peserta pelatihan menunjukkan kegiatan yang harmonis, dan tidak segan juga untuk meminta bantuan serta berdiskusi mengenai kreasi dengan sesama peserta dan juga kepada narasumber, menunjukkan bahwa peserta pelatihan juga belajar mengenai diskusi dan kolaborasi juga penting dalam menjalankan sebuah usaha.

4. Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan pengabdian Masyarakat yang telah dilaksanakan dapat diambil Kesimpulan bahwa Ibu Rumah Tangga Dasawisma sebagai Peserta Pelatihan menunjukkan antusias pada pelatihan dan materi kewirausahaan mengenai peluang usaha, mereka mendapatkan pengetahuan dan pandangan baru mengenai cara memberdayakan diri dengan membuat kreasi kerajinan tangan yang memiliki nilai jual.

Acknowledgements

Tim Abdimas mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak terkait atas terselenggaranya dengan lancar acara Pelatihan Kewirausahaan dalam menciptakan peluang usaha ini. Ucapan tulus kami sampaikan kepada: (1) Direktur Poltekkes Kerta Cendekia beserta staf terkait yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan pengabdian Masyarakat, (2) Dasawisma wilayah kedensari tanggulangun yang telah memberikan kesempatan dan waktunya untuk kegiatan ini, (3) Segenap tim pelaksana dan semua pihak yang telah hadir dan ikut andil dalam rangkaian kegiatan ini.

References

- Harinie, L. T., Hukom, A., & Juma'eh, J. (2020). Pendampingan dalam Memasarkan Produk Hasil Usaha UKM melalui Penggunaan Media Sosial di Kabupaten Gunung Mas Kalimantan Tengah. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1 SE-Articles). <https://doi.org/10.52166/engagement.v4i1.179>
- Oktopiah, E. O., & Mutmainah, N. F. (2024). Pemberdayaan Perempuan Melalui Kerajinan Batik di Desa Bentarsari Kecamatan Salem Kabupaten Brebes. *Journal of Economics, Business and Management Issues*, 2(2 SE-Articles), 123–138. <https://doi.org/10.47134/jebmi.v2i2.192>
- Rakawidianto, G. (2024). PENGARUH LOKASI USAHA, KEMASAN PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN AYAM GEPREK POP CHICKEN LASEM). *JPRO*, 5(1), 111–121.
- Sabella, P. A. (2024). MELALUI PELATIHAN PEMBUATAN BOUQUET SNACK DAN PEMASARAN SECARA DIGITAL UNTUK MENAMBAH KETERAMPILAN DAN MENGURANGI PENGANGGURAN. 3(1), 24–32. <https://doi.org/https://doi.org/10.47668/join.v3i1.1231>
- Setiani, R. (2019). PENGARUH MOTIVASI DAN SIKAP WIRAUSAHA TERHADAP KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA WANITA DI KOTA JAMBI. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 8(01), 46–58.
- Sukoco, H., & Aldila Krisnaesanti. (2024). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI ADAPTASI STRATEGI PEMASARAN UMKM SAAT PANDEMI COVID-19: TINJAUAN LITERATUR. *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Ekonomi*, 3(1 SE-Articles), 32–40. <https://doi.org/10.59066/jmae.v3i1.665>
- Yuniarti, Y., & Nur Kania, T. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Bouquet Bunga Pada Quinn Island Florist Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 06.