Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Masyarakat
eISSN. 2808-8182 | Vol. 6 (2025) hlm. 605-611
Penerbit: Universitas Islam Malang

MENINGKATKAN KETERAMPILAN IBU RUMAH TANGGA MELALUI PELATIHAN KACANG SEMBUNYI DAN PEMASARAN DIGITAL

Didik Supriyanto*, Ratna Dwi Susanti, Muhamad Yanu, Anggun Bella Wulandari, Mochammad Afnan Nova Ardiansyah, Muhammad Ardhi Ma'rufi, Hervina Darmayanti, Wildan Firdausi Ardiansyah, Muhammad Nur Thoyibul Musthofa, Muhammad Rijalul Fikri, Aris Suhendra
Universitas Islam Malang, Malang, Indonesia
**email Koresponden Penulis: didik_s@unisma.ac.id*

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk mengukur efektivitas program pelatihan kewirausahaan bagi ibu rumah tangga, khususnya dalam membuat kacang sembunyi dan memasarkannya secara digital. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus pada kelompok ibu rumah tangga di Desa Tulusbesar. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan survei sebelum serta sesudah pelatihan. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan signifikan pada pemahaman dan keterampilan peserta dalam memproduksi kacang sembunyi, mengelola keuangan sederhana, dan memanfaatkan platform digital seperti media sosial untuk pemasaran. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan pendapatan, tetapi juga menumbuhkan rasa percaya diri dan kemandirian ekonomi.

Kata Kunci:
kewirausahaan; ibu rumah tangga; kacang sembunyi

PENDAHULUAN

Partisipasi ekonomi ibu rumah tangga di pedesaan masih tergolong rendah, termasuk di Desa Tulusbesar, Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang. Keterbatasan akses terhadap modal usaha dan kurangnya keterampilan manajerial menjadi faktor penghambat utama bagi kelompok ini dalam berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan keluarga. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya strategi pemberdayaan yang mampu meningkatkan kapasitas ibu rumah tangga dalam mengelola usaha produktif.

Desa Tulusbesar memiliki potensi unggulan pada sektor pertanian, walaupun pada komoditas kacang tanah terhitung rendah, tetapi melalui proker ini diharapkan adanya peningkatan produksi kacang. Ibu ibu di Desa Tulusbesar juga terlihat aktif menjalankan UMKM, salah satu produk olahannya yaitu kacang sembunyi, berpeluang dikembangkan menjadi produk unggulan UMKM desa karena memiliki cita rasa khas serta potensi pasar yang luas. Namun, pengelolaan usaha yang masih konvensional, keterbatasan inovasi produk, dan kurangnya strategi branding menyebabkan produk ini belum optimal dalam meningkatkan nilai tambah ekonomi masyarakat

Is licensed under a
Creative Commons Attributions-Share Artike 4.0 International LIcense

Melalui program kerja KKN Tematik, dilakukan pendampingan kepada masyarakat berupa pelatihan pengolahan produk, pengemasan inovatif, serta pemanfaatan media digital untuk pemasaran. Upaya ini diharapkan dapat meningkatkan keterlibatan ibu rumah tangga dalam aktivitas ekonomi, memperluas jangkauan pasar, serta menjadikan kacang sembunyi sebagai salah satu produk unggulan desa yang berkelanjutan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak pelatihan produksi kacang sembunyi terhadap peningkatan keterampilan teknis ibu rumah tangga, mengkaji efektivitas sosialisasi pemasaran digital dalam memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan penjualan produk, serta mengukur perubahan tingkat pendapatan dan kemandirian ekonomi peserta setelah mengikuti program KKN Tematik.

Adapun manfaat dari penelitian ini tidak hanya dirasakan oleh peserta program, tetapi juga oleh masyarakat desa secara lebih luas. Bagi ibu rumah tangga, penelitian ini memberikan peluang peningkatan keterampilan, pengetahuan, dan kepercayaan diri dalam mengelola usaha mandiri. Bagi masyarakat desa, hasil penelitian ini diharapkan mampu mendorong tumbuhnya usaha kecil berbasis potensi lokal yang dapat meningkatkan ekonomi keluarga sekaligus memperkuat identitas desa melalui produk unggulan. Dari sisi akademik, penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperkaya kajian mengenai pemberdayaan masyarakat berbasis UMKM dan penerapan strategi pemasaran digital di pedesaan. Sementara itu, bagi pemerintah desa maupun lembaga terkait, penelitian ini dapat menjadi rujukan dalam merumuskan kebijakan pemberdayaan ekonomi masyarakat yang lebih terarah dan berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif, yaitu melibatkan masyarakat secara aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan. Menurut Sugiyono (2019), pendekatan partisipatif mampu mendorong masyarakat menjadi subjek dalam pembangunan, bukan hanya penerima manfaat. Dengan pendekatan ini, peserta tidak hanya mendapatkan pengetahuan teoritis, tetapi juga dilatih untuk menguasai keterampilan secara langsung sehingga lebih berkelanjutan.

Lokasi kegiatan ditetapkan di wilayah mitra Desa Tulusbesar Kecamatan Tumpang, dengan sasaran utama adalah ibu rumah tangga yang memiliki minat mengembangkan usaha kuliner rumahan. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada ketersediaan sumber daya manusia, potensi bahan baku, serta peluang pasar yang memungkinkan pengembangan produk UMKM (Kementerian Desa, 2020). Dengan demikian, kegiatan tidak hanya relevan dengan kondisi masyarakat, tetapi juga memiliki prospek keberlanjutan.

Tahap awal kegiatan dimulai dengan survei lapangan untuk mengidentifikasi potensi, minat, serta kebutuhan ibu rumah tangga dalam mengembangkan usaha kuliner berbasis kacang sembunyi. Survei ini dilakukan

Is licensed under a
Creative Commons Attributions-Share Artike 4.0 International LIcense

melalui wawancara dan observasi guna memperoleh gambaran nyata mengenai kemampuan awal peserta, kondisi bahan baku, serta peluang pasar di wilayah setempat.

Tahap berikutnya adalah sosialisasi program sekaligus membangun motivasi peserta. Pada tahap ini, tim pelaksana menyampaikan tujuan, manfaat, dan peluang usaha dari produk kacang sembunyi, serta mendorong partisipasi aktif ibu rumah tangga dalam mengikuti rangkaian kegiatan. Selanjutnya, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan produksi kacang sembunyi yang dilakukan secara demonstratif dan praktik langsung. Peserta dilatih mengenai teknik pemilihan bahan baku, proses pengolahan, pengemasan yang menarik, serta penerapan standar kebersihan pangan agar produk layak jual dan memiliki daya saing.

Selain keterampilan produksi, pelatihan juga difokuskan pada aspek pemasaran digital. Peserta diperkenalkan dengan strategi pemasaran melalui media sosial, e-commerce, dan aplikasi pesan instan. Dalam sesi ini, peserta mempraktikkan pembuatan konten promosi berupa foto produk, penulisan deskripsi menarik, penetapan harga, serta simulasi penjualan secara daring.

Setelah pelatihan selesai, dilakukan pendampingan usaha sebagai bentuk dukungan berkelanjutan. Pendampingan mencakup monitoring hasil produksi, evaluasi kualitas produk, serta bimbingan terkait manajemen usaha kecil dan strategi pemasaran yang efektif. Kegiatan ini juga mendorong terbentuknya komunitas wirausaha ibu rumah tangga agar tercipta kolaborasi dan keberlanjutan usaha.

Tahap akhir adalah evaluasi, yang dilakukan melalui penilaian keterampilan peserta sebelum dan sesudah pelatihan, uji coba produk hasil praktik, serta pemantauan tingkat kemandirian peserta dalam memproduksi dan memasarkan kacang sembunyi. Dengan metode pelaksanaan tersebut, diharapkan program ini mampu memberikan dampak nyata dalam meningkatkan keterampilan, membuka peluang usaha, serta memperkuat kemandirian ekonomi ibu rumah tangga.

Melalui metode ini, program diharapkan mampu meningkatkan keterampilan teknis ibu rumah tangga dalam memproduksi kacang sembunyi, sekaligus membekali mereka dengan strategi pemasaran digital sehingga dapat membuka peluang usaha baru, menambah pendapatan keluarga, dan meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan kacang sembunyi dan pemasaran digital dirancang sebagai program pemberdayaan masyarakat dengan pendekatan partisipatif yang berpusat pada peserta (Subiyanto, 2021). Sesi pelatihan dilaksanakan dalam dua tahap utama. Tahap pertama adalah Aksi dan praktik langsung pembuatan produk. Berbeda dengan pelatihan umum, audiens diberikan kesempatan untuk secara aktif mempraktikkan setiap langkah, mulai dari pemilihan bahan baku, proses pengolahan bahan baku, teknik pengolahan, hingga pengemasan produk. Komunikasi dua arah ini memungkinkan penentuan dan penyelesaian masalah

Is licensed under a
Creative Commons Attributions-Share Artike 4.0 International LIcense

teknis secara langsung, yang sangat penting untuk memastikan kualitas produk yang konsisten.

Tahap kedua difokuskan pada penguatan kapasitas pemasaran melalui digital. Pelatihan ini tidak hanya memperkenalkan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business, tetapi juga mengajarkan strategi praktis. Peserta dilatih untuk membuat foto produk yang menarik (food photography), menulis deskripsi produk yang kreatif agar menarik para pembaca untuk membeli produk, serta mengoptimalkan fitur-fitur seperti Instagram Stories dan katalog produk di WhatsApp Business untuk memperluas jangkauan pasar. Pendampingan pasca-pelatihan melalui grup komunikasi dibentuk untuk memastikan keberlanjutan program dan memfasilitasi pertukaran pengalaman di antara peserta (Dahlani & Hariyani, 2023).

Gambar 1. Pelatihan Pembuatan Kacang Sembunyi

Peningkatan Keterampilan Produksi

Pelaksanaan pelatihan produksi kacang sembunyi di Desa Tulusbesar menunjukkan keberhasilan yang signifikan dalam meningkatkan keterampilan teknis ibu rumah tangga. Sebelum program ini berjalan, mayoritas peserta hanya mengandalkan resep dan teknik produksi tradisional. Hal ini seringkali mengakibatkan ketidakseragaman dalam kualitas, rasa, dan tekstur produk. Keterbatasan pengetahuan tentang standar higienitas juga menjadi masalah, yang berpotensi memengaruhi keamanan pangan.

Melalui pelatihan ini, para peserta tidak hanya diajarkan cara membuat kacang sembunyi, tetapi juga dilibatkan dalam pembuatan atau praktik langsung. Pendekatan ini memungkinkan mereka untuk menguasai setiap tahapan produksi, mulai dari pemilihan bahan baku, pengelolaan bahan baku, proses penggorengan, hingga pengemasan yang menarik. Yang terpenting, mereka mendapatkan pemahaman mendalam tentang pentingnya sanitasi dan higienitas produksi, seperti penggunaan sarung tangan dan penutup kepala. Peningkatan ini tidak hanya meningkatkan kualitas produk akhir, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen terhadap produk lokal.

Is licensed under a
Creative Commons Attributions-Share Artike 4.0 International LIcense

Lebih dari sekadar keterampilan teknis, pelatihan ini berhasil menumbuhkan semangat inovasi produk. Peserta didorong untuk bereksperimen dengan varian rasa baru, seperti pedas, barbecue, atau cokelat, untuk menjangkau bagian pasar yang lebih luas. Kemampuan untuk berkreasi ini menunjukkan pergeseran cara berpikir dari sekedar produsen menjadi wirausahawan yang adaptif atau serbaguna. Inovasi ini menjadi kunci untuk menjaga daya saing produk di pasar yang semakin kompetitif, sekaligus menciptakan keunikan produk yang membedakannya dari produk sejenis.

Dampak Pemasaran Digital

Dampak transformatif yang paling signifikan dari program ini adalah implementasi pemasaran digital. Pemanfaatan pemasaran digital terbukti menjadi pendorong utama dalam memperluas jangkauan pasar. Sebelum pelatihan, metode pemasaran kacang sembunyi yang dominan di kalangan ibu rumah tangga yaitu pemasaran umum dari mulut ke mulut, yang jangkauannya sangat terbatas. Penjualan hanya terjadi di lingkungan terdekat, seperti tetangga atau kerabat, sehingga potensi pasar yang lebih besar tidak termanfaatkan.

Melalui sesi pemasaran digital, para peserta diperkenalkan pada berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business. Mereka dilatih untuk membuat konten promosi yang menarik, termasuk fotografi produk yang estetik dan penulisan deskripsi yang unik agar mendorong pembaca untuk membeli produk. Penerapan fitur-fitur praktis, seperti Instagram Stories dan katalog produk di WhatsApp, memungkinkan peserta untuk membangun "toko virtual" yang bisa diakses oleh konsumen dari berbagai daerah. Hal ini secara langsung memperluas jangkauan pasar mereka dari lokal menjadi regional, bahkan nasional.

Gambar 2.Pelatihan pemasaran secara digital

Hasilnya, terjadi peningkatan volume penjualan yang signifikan. Pemasaran digital tidak hanya membantu menarik pembeli baru, tetapi juga membangun citra merek yang lebih profesional. Kemudahan komunikasi dan transaksi melalui aplikasi pesan instan juga mempermudah proses jual beli, yang sebelumnya

Is licensed under a
Creative Commons Attributions-Share Artike 4.0 International LIcense

seringkali tidak terorganisir. Dampak ini sejalan dengan berbagai penelitian yang menunjukkan bahwa pemeliharaan teknologi digital menjadi kunci utama bagi peningkatan pendapatan UMKM, terutama di sektor makanan.

Dampak Ekonomi dan Sosial

Program ini tidak hanya berfokus pada peningkatan teknis, tetapi juga memberikan dampak ekonomi dan sosial yang menyeluruh bagi peserta dan pelaku UMKM. Dari segi ekonomi, program ini berhasil menciptakan sumber pendapatan tambahan yang nyata bagi ibu rumah tangga. Pendapatan ini berkontribusi langsung pada peningkatan kesejahteraan keluarga, mengurangi ketergantungan finansial pada pasangan, dan memberikan stabilitas ekonomi yang lebih baik. Peningkatan pendapatan ini juga mendorong kemandirian finansial, yang merupakan tujuan utama dari setiap program pemberdayaan.

Secara sosial, program ini memberikan dampak perubahan yang tidak kalah penting. Para peserta, yang sebelumnya mungkin merasa peran ekonominya kurang signifikan, kini merasakan peningkatan rasa percaya diri dan harga diri. Mereka merasa lebih berdaya karena memiliki keterampilan dan usaha yang menghasilkan nilai ekonomi.

Selain itu, program ini juga berhasil menumbuhkan jejaring sosial yang kuat di antara para peserta. Terbentuknya komunitas wirausaha ibu rumah tangga memfasilitasi pertukaran ide, pengalaman, dan solusi atas tantangan yang mereka hadapi. Kolaborasi ini menciptakan ekosistem yang saling mendukung, di mana mereka bisa belajar satu sama lain, berbagi informasi tentang bahan baku, atau bahkan berkolaborasi dalam pemasaran. Dengan demikian, program ini tidak hanya memberikan keterampilan, tetapi juga membangun fondasi sosial yang berkelanjutan untuk kemajuan ekonomi masyarakat desa.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dipaparkan, program KKN Tematik di Desa Tulusbesar, Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang, berhasil memberikan dampak positif dan signifikan dalam pemberdayaan ibu rumah tangga. Pelatihan kacang sembunyi dan pemasaran digital terbukti efektif sebagai strategi untuk meningkatkan kapasitas ekonomi dan sosial masyarakat. Secara spesifik, keterampilan produksi para peserta meningkat tajam, tidak hanya dalam penguasaan teknis pembuatan produk, tetapi juga dalam pemahaman standar higienitas dan kemampuan berinovasi untuk menciptakan varian rasa baru. Penguasaan pemasaran digital melalui media sosial menjadi faktor krusial dalam memperluas jangkauan pasar, mengubah model penjualan yang semula konvensional menjadi lebih modern, dan pada akhirnya meningkatkan volume penjualan produk secara signifikan. Program ini juga memberikan dampak ekonomi dan sosial yang nyata. Dari sisi ekonomi, ibu rumah tangga kini memiliki sumber pendapatan tambahan yang berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan keluarga dan kemandirian finansial. Secara sosial, pelatihan ini menumbuhkan rasa percaya diri, semangat kewirausahaan, serta memperkuat

Is licensed under a
Creative Commons Attributions-Share Artike 4.0 International LIcense

jejaring sosial di antara para peserta. Dengan demikian, program ini tidak hanya berhasil meningkatkan nilai ekonomi produk lokal, tetapi juga menciptakan agen-agen perubahan baru yang berdaya dan berkolaborasi untuk kemajuan desa.

DAFTAR RUJUKAN

Mangkunegara, A. P., & Anggara, J. (2021). Pemberdayaan Ekonomi Keluarga Melalui Pelatihan Kewirausahaan. Jurnal Pengabdian Masyarakat, 5(2), 123-135.

Pratama, D. A., & Lestari, N. P. (2020). Strategi Pemasaran Digital pada UMKM di Era Revolusi Industri 4.0. Jurnal Riset Manajemen, 7(1), 45-58.

Puspitasari, I. T., Hidayat, R. A., & Utomo, B. S. (2022). Pengembangan Produk Lokal Berbasis Makanan Ringan Sebagai Unggulan Daerah. Jurnal Ekonomi Kreatif, 9(3), 201-215.

Dahlani, A., & Hariyani, A. (2023). Pelatihan Digital Marketing sebagai Sarana Penunjang Promosi dan Pemasaran Produk UMKM. eJournal UNSAP, 1(1), 74-83.

Fitriani, I., Rimawan, M., Hardiyanti, M., & Mustainbillah, A. (2021). Pengembangan dan Pelatihan Produk Kacang Tanah dan Singkong untuk meningkatkan Pendapatan UMKM. Jurnal IPMAS, 1(2), 45-51.

Kumalasari, R. D. (2024). Peran Media Sosial dalam Pemasaran Kewirausahaan. BINUS UNIVERSITY. Diakses dari https://binus.ac.id/malang/ebc/peran-media-sosial-dalam-pemasaran-kewirausahaan/.

Meidasari, E. (2018). Penggunaan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk Makanan dan Minuman. Jurnal Akuntansi dan Bisnis, 18(2), 161-170.

Murdiono, S., Hermawan, A., Indrati, B., Rusnadi, S., & Sujai, A. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Olahan Makanan di Kelurahan Abadijaya Kecamatan Sukmajaya Kota Depok. ResearchGate.

Subiyanto, R. S. (2021). Peningkatan Keterampilan Wirausaha Ibu Rumah Tangga Melalui Pelatihan Pengolahan Makanan. Jurnal Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Pendidikan, dan Sosial, 2(1), 58-65.

Tarmizi, A. (2022). Pelatihan Pemasaran Digital dan Pengaruhnya terhadap Peningkatan Volume Penjualan UMKM. Jurnal Manajemen dan Bisnis Digital, 2(1), 1-10.

Is licensed under a
Creative Commons Attributions-Share Artike 4.0 International LIcense