

Peran Ibu Rumah Tangga Dalam Peningkatan Ekonomi Keluarga Melalui Bisnis Digital Pasca Covid-19.

Elli Ruslina¹, Siti Rodiah²

^{1,2} Fakultas Hukum Universitas Pasundan, Bandung, Indonesia

Korespondensi email: elli.ruslina@unpas.ac.id

Article History:

Received: 25 Maret 2023

Revised: 28 April 2023

Accepted: 13 Mei 2023

Keywords: Empowerment, the role of housewives, digital business, post-covid-19.

Abstract: The family economy is one source that can increase the family's welfare. The crisis caused by the Covid- 19 pandemic has exacerbated life in the household, thus demanding a change in behavior in a family's life. Prosperous survival of the role of the wife as a housewife is required to participate in the struggle for survival, especially in increasing economic needs. Economic needs include developing skills in the field of business, to be able to generate income, namely making food production, including pizza type foods which are currently in vogue, especially as snacks and side dishes. The problems faced in product development include the need for skills in marketing, and having to know the market share of the products offered. Marketing and market share is an obstacle in charging these products, so it requires a study that can open up better opportunities. The purpose of community service is to increase the role of housewives in improving the economy, especially the family economy through businesses using digital applications. The implementation method offered in product development includes several things that must be done, namely determining a strategic place other than the house as a place of production, strengthening in the field of capital, status of business entities that can provide added value, for example small and medium & micro businesses in the form of business entities individual; the status of recognition from the public for the products produced and following current trends with an electronic innovation. Involving digital technology partners can help marketing and expand market share. Data analysis uses secondary data in the form of laws and regulations and primary data through interviews. Strengthening the empowerment of the role of housewives who have produced a product needs to be carried out with various supports to support the economic progress of the family and also contribute to the economic growth of the community. Through outreach, briefings that involve related fields, for example regarding forms of supporting business entities, utilization of intellectual property rights, and new innovations in the field of digital technology, as well as being able to join wider associations and have existing insights well.

Abstrak

Perekonomian keluarga menjadi salah satu sumber yang dapat meningkatkan keluarga lebih sejahtera. Krisis yang diakibatkan oleh pandemi covid-19 telah memperparah kehidupan dalam rumah tangga, sehingga menuntut suatu perubahan terhadap perilaku dalam kehidupan sebuah keluarga. Kelangsungan hidup sejahtera peran istri sebagai ibu rumah tangga dituntut turut berjuang untuk kelangsungan hidup terutama dalam menambah kebutuhan ekonomi. Kebutuhan ekonomi antara lain mengembangkan keterampilan bidang usaha, untuk dapat menghasilkan pendapatan, yaitu membuat produksi makanan, antara lain makanan jenis pizza yang pada saat ini sedang digemari terutama sebagai makanan camilan dan makanan untuk tambahan. Permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan produk tersebut antara lain membutuhkan keterampilan di bidang marketing, dan harus mengetahui pangsa pasar terhadap produk yang ditawarkan. Marketing dan pangsa pasar ini menjadi kendala dalam mengenalkan produk tersebut, sehingga memerlukan suatu kajian yang dapat membuka peluang lebih baik. Tujuan pengabdian masyarakat adalah meningkatkan peran ibu rumah tangga dalam meningkatkan perekonomian, khususnya ekonomi keluarga melalui usaha dengan menggunakan aplikasi digital. Metode pelaksanaan yang ditawarkan dalam pengembangan produk tersebut terdapat beberapa hal yang harus dilakukan, yakni menentukan tempat yang strategis selain rumah sebagai tempat produksi, penguatan di bidang permodalan, status badan usaha yang dapat memberikan nilai tambah, misalnya usaha kecil menengah & mikro dalam bentuk badan usaha perorangan; status pengakuan dari masyarakat terhadap produk yang dihasilkan serta mengikuti tren saat ini dengan sebuah inovasi secara elektronik, Melibatkan mitra teknologi digital ini dapat membantu marketing dan memperluas pangsa pasar. Analisis data menggunakan data sekunder berupa peraturan perundang-undangan dan data primer melalui interview. Penguatan pemberdayaan peran ibu rumah tangga tersebut yang telah menghasilkan suatu produk perlu dilakukan berbagai dukungan untuk menunjang terhadap kemajuan ekonomi keluarga dan juga memberikan kontribusi kedalam pertumbuhan ekonomi masyarakat. Melalui sosialisasi, pengarahan yang melibatkan bidang- bidang terkait, misalnya mengenai bentuk badan usaha yang mendukung, pemanfaatan hak kekayaan intelektual, dan inovasi-inovasi baru dibidang teknologi digital, serta dapat bergabung ke dalam perkumpulan-perkumpulan yang lebih luas dan memiliki wawasan yang sudah berjalan dengan baik.

Kata Kunci: Pemberdayaan, peran ibu rumah tangga, bisnis digital, pasca covid-19.

A. PENDAHULUAN

Perekonomian keluarga menjadi salah satu sumber yang dapat meningkatkan kehidupan keluarga lebih sejahtera. Krisis yang diakibatkan oleh pandemi covid-19 telah memperparah kehidupan dalam rumah tangga, sehingga menuntut suatu perubahan terhadap perilaku dalam kehidupan sebuah keluarga. Pada awalnya kebutuhan hidup ditanggung oleh para suami dengan memiliki pekerjaan secara rutin dan permanen, saat musibah itu terjadi muncul, mereka menjadi kehilangan mata pencaharian dan pekerjaannya. Untuk menyambung kelangsungan hidup sejahtera peran istri sebagai ibu rumah tangga dituntut tidak tinggal diam, melainkan para ibu rumah tangga turut berjuang untuk kelangsungan hidup terutama dalam menambah kebutuhan ekonominya.

Krisis sebagai akibat pandemi covid-19 yang memperparah terhadap pendapat ekonomi keluarga, juga berdampak terhadap berbagai kehidupan lainnya, seperti kesehatan keluarga,

<https://journal.amikveteran.ac.id/index.php/kreatif>

pendidikan anak-anak dan lingkungan hidup masyarakat. Apalagi dalam kehidupan masyarakat berkembang seperti Indonesia, yang secara lebih banyak masyarakatnya hidup dari penghidupan atau pendapatan yang tidak permanen, maka sangat berdampak sekali kepada kesejahteraan pendapatan keluarga.

Berdasarkan hal itu peran keluarga khususnya untuk menopang kehidupan ekonomi beralih kepada peran istri sebagai ibu rumah tangga untuk menyelamatkan kebutuhan hidupnya. Suatu kegiatan yang dilakukan seorang ibu rumah tangga berinovasi dengan pengetahuan dan pengalamannya dalam bidang usaha kecil, yaitu membuat sebuah produk yang dapat dijadikan sumber pendapatan. Sebagai sumber penghasilan berupaya membuat suatu produk yang menggunakan bahan baku dari terigu, yakni makanan jenis pizza yang memang diharapkan dapat diterima kehadirannya oleh masyarakat masa kini, terutama di kalangan anak-anak dan milenial. Produksi dilakukan secara *home industri* dilakukan secara berkesinambungan dengan hanya menyalurkan pemasaran melalui internal di lingkungan keluarga, kerabat dan di sekitar tempat atau rumah produksi.

Kondisi ini belum memberikan suatu nilai pendapat yang menjadi harapan sebagai suatu pendapatan atau penghasilan yang diharapkan. Untuk mengejar agar target tercapai sudah dilakukan upaya dalam bidang pemasaran dengan memperluas pemasaran melalui digital marketing. Digital marketing dilakukan mengikuti program bisnis secara *online* melalui *go food*, *grab food* dan *shoppe food*. Pemahaman digital marketing merupakan suatu aktivitas, institusi, dan proses yang difasilitasi oleh teknologi digital dalam menciptakan, mengomunikasikan, dan menyampaikan nilai-nilai kepada konsumen dan pihak yang berkepentingan lainnya. (Kannan P.K., dkk. 2017).

State of the are dari pengabdian sebelumnya adalah pengabdian yang dilakukan oleh Fandy Tjiptono, yang berkaitan dengan pentingnya promosi. Menurut Fandy Tjiptono, pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. (Fandy Tjiptono, 2001). Seiring dengan perkembangan teknologi yang secara pesat, maka berdampak pula pada perkembangan dalam digital marketing, yaitu strategi pemasaran berbasis *platform- platform* digital seperti sosial media, web, dan lain-lainnya untuk menjangkau konsumen yang lebih luas secara efisien dan efektif. Namun demikian fenomena yang terjadi saat ini adalah, tingginya biaya promosi, sehingga membuat para pebisnis berusaha untuk mencari alternatif lain dalam

melakukan promosi yang lebih efektif dan efisien, selain hal tersebut kebutuhan konsumen akan informasi yang cepat mengenai informasi dari sebuah produk serta banyaknya perusahaan-perusahaan yang telah menggunakan strategi promosi melalui digital marketing untuk dapat memperluas pangsa pasar dengan waktu dan biaya yang lebih efisien.

Berdasarkan pengabdian yang dilakukan Fandy Tjiptono, promosi ini menjadi suatu hal yang sangat diperlukan dan sangat mendukung terhadap perkembangan usahanya. Atas dasar pengabdian sebelumnya pengusul melihat ada upaya yang sudah dilakukan oleh mitra yaitu pengembangan tempat usaha. Pengembangan di luar tempat tinggalnya, antara lain dengan mencoba melakukan penjualan dengan menyewa sebuah tempat yang secara lokasi diharapkan dapat diminati oleh para konsumen, dengan menambah lokasi tempat pemasaran diharapkan target tercapai yang kemudian sudah dilakukan pengembangan pemasaran dengan membuka di tempat lain dengan harapan dapat meningkatkan pemasaran lebih banyak.

Penambahan diharapkan akan lebih baik, karena lokasi sebagai gerai atau tempat jualan saat belum memberikan kualitas yang memadai karena tempatnya belum strategis. Upaya yang dilakukan adalah penggunaan fasilitas dalam aplikasi digital dan juga menghadirkan para *influencer* yang cukup terkenal dan sesuai dengan bidangnya dalam kegiatan bisnis. Namun memang terdapat suatu gap yakni adanya suatu pembiayaan yang harus ditingkatkan karena membutuhkan fasilitas lainnya diantara membutuhkan tenaga kerja, akhirnya modal yang diperlukan menjadi meningkat. Juga merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh pengusul pada tahun 2020. Asas kekeluargaan (*brotherhood*) yang bukan *kinship nepotistik*, sebagai pernyataan adanya tanggungjawab bersama untuk menjamin kepentingan, kemajuan dan kemakmuran bersama layaknya makna dalam sebuah keluarga/*brotherhood*. (Sri-Edi Swasono, 2013). Asas *mutualism* dan *brotherhood* dalam nilai ke-Indonesiaan dibedakan dengan kebersamaan dan asas kekeluargaan yang berlaku di dunia barat. khususnya Britania, yang mana mengistilahkan juga *mutualism and brotherhood*. Asas *mutualism* dan *brotherhood* juga berbeda dengan istilah “*kolektivisme*” dan “*sosialisme*” yang berkaitan dengan sistem authoritarian Uni Soviet, tidak juga dalam pengertian sosialis komunis, atau istilah “*communitarianism*”, yang dikenal dalam nilai kebersamaan (*communitarianism*) di Amerika Serikat.

Berdasarkan hasil analisis situasi dan permasalahan menggambarkan bahwa produksi penjualan pizza belum memberikan harapan yang ditargetkan. Hal itu terjadi dengan beberapa alasan, yaitu permasalahan pertama. pada saat proses produksi adalah sulitnya membagi waktu antara urusan rumah tangga dan bisnis, produksi produk masih terbatas karena sumber daya manusia yang belum mencukupi, karena hanya mengandalkan kepada peran seorang ibu rumah

tangga yang memiliki berbagai kesibukan lainnya. Permasalahan kedua, berkenaan dengan stok bahan baku tidak selalu lengkap karena proses belanja yang memakan waktu meskipun bisa menggunakan aplikasi *online* namun memerlukan cost tambahan ataupun waktu belanja yang cukup lama oleh kurir ojek *online*.

Kendala pada proses pemasaran yang dihadapi, kurangnya pembeli yang membeli secara langsung ke lokasi, harus selalu melakukan posting di media sosial untuk mendapatkan pembeli, harus mau menggunakan aplikasi berbasis *online* (*Go-Food, Grab- Food, Shopee Food*, dll). Untuk mendapatkan pelanggan, harus mau menggunakan jasa *endorsement* di media sosial, harus mau menggunakan jasa iklan *online* berbayar yang secara langsung berdampak pada cost penjualan produk membengkak.

Tujuan utama Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah untuk membantu menyelesaikan permasalahan prioritas mitra, sehingga mereka lebih berdaya dan mampu mengatasi mahalannya biaya produksi dan biaya operasional lainnya. Tujuan lainnya adalah agar peran ibu-ibu rumah tangga lebih berdaya menghindari ancaman bahaya Covid-19 pada era *New Normal* saat ini dengan mewujudkan kemandirian menjalankan kegiatan berusaha dengan memproduksi makanan jenis pizza dan melakukan penjualan dengan dibantu aplikasi digital. Pengabdian ini mitra terbantu menyelesaikan permasalahan yang dihadapinya yaitu kurangnya pengetahuan dan informasi yang dimiliki untuk mengembangkan usahanya menjadi lebih produktif. Unsur utamanya adalah sulitnya modal usaha, sumber daya manusia, pemasaran produk, penggunaan aplikasi dengan biaya ringan, serta pemahaman terhadap keamanan produk barang yang akan dijual.

Adapun manfaat yang diharapkan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah supaya ibu rumah tangga menjadi lebih produktif dan dapat membantu keluarga memenuhi kebutuhan penghidupan rumah tangga. Selain itu dapat memberikan solusi mengatasi semakin mahalannya atau sulitnya berusaha di era *New Normal* saat ini. Juga diharapkan mitra dapat meningkatkan pengetahuan, ketrampilan bahkan menemukan peluang bisnis untuk meningkatkan pendapatannya melalui usaha dengan menggunakan aplikasi secara *online*.

B. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan untuk mengatasi permasalahan yang ada dilakukan sebagai berikut:

1. Metode pelaksanaan yang digunakan untuk penyelesaian masalah prioritas mitra antara lain; sosialisasi, pendidikan/ pemahaman atas pentingnya status badan usaha, penyuluhan atas pentingnya memiliki PIRT, pelatihan keamanan bahan makanan dalam praktek produksi, serta

peningkatan kualitas sarana untuk yang berkaitan dengan produksi. Metode pelaksanaan aspek produksi dan manajemen usaha diuraikan sebagai berikut:

- a. Pelatihan penyimpanan bahan-bahan produksi agar tetap aman dan awet, sehingga tidak menimbulkan kerusakan yang menyebabkan hasil produksi tidak baik.
 - b. Sosialisasi mengenai status badan usaha, HAKI tentang merek, marketing dalam aplikasi digital dan melengkapi sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (PP-IRT).
 - c. Praktik produksi, kebutuhan packaging harus ditingkatkan karena merupakan modal besar untuk menarik pelanggan.
 - d. Pengarahan pentingnya sumber daya manusia, kualitas karyawan, pengaturan waktu jam kerja.
 - e. Rancang bangun, pemilihan aplikasi digital sesuai dengan kebutuhan konsumen.
2. Strategi yang dilakukan yaitu adalah sebagai berikut:
- a. Diskusi antara tim pengusul dengan mitra mengenai pelaksanaan kegiatan
 - b. Sosialisasi/pelatihan kepada tim karyawan akan pentingnya kesehatan dalam memproduksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.
 - c. Sosialisasi mengenai peningkatan status badan usaha untuk dapat ikut terlibat kelompok UMKM, dengan pemilihan penggunaan aplikasi digital.
 - d. Sosialisasi dari tim manajemen *Influencer* Marini Ayu Putri Habibie, diwakili oleh Bapak Rezky Effendi, S.H., pentingnya PP-IRT, peningkatan kualitas terkait *packaging*.

Analisis data yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat ini menggunakan data sekunder peraturan perundang-undangan terkait dengan UMKM dan PP-IRT. Data primer melakukan *interview* dengan pihak terkait antara lain pihak manajemen dari sebuah *influencer*.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilaksanakan berbagai rangkaian kegiatan-kegiatan diharapkan terjadi perkembangan dan perubahan terhadap situasi dan kondisi dari kegiatan usaha yang dilakukan oleh ibu rumah tangga selain yang berperan juga sebagai melakukan kegiatan tanggung jawab di rumah. Solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra adalah sebagai berikut:

Penerapan konsep asas gotong royong (*mutualism*) dan kekeluargaan (*brotherhood*) merupakan asas perekonomian sebagaimana termaktub dalam Pasal 33 ayat (1) UUD 1945, yang menyatakan bahwa, "Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas

kekeluargaan”. Phrasa-phrasa dalam rumusan Pasal 33 tersebut sarat dengan nilai dan norma. Phrasa “Perekonomian disusun” artinya ditata, dikelola, diatur, dan tidak dibiarkan tersusun sendiri secara bebas (sebagaimana diartikan dalam pasar bebas). Phrasa “Usaha bersama”, menunjukkan bahwa kegiatan ekonomi berasaskan mutualisme atau gotong royong menjadi nilai kegiatan ekonomi masyarakat, sekaligus membedakan dengan nilai kegiatan usaha swasta yang didorong oleh *self-interest* (Sri-Edi Swasono, 2010).

Merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh pengusul pada tahun 2020. Asas kekeluargaan (*brotherhood*) yang bukan *kinship nepotistik*, sebagai pernyataan adanya tanggungjawab bersama untuk menjamin kepentingan, kemajuan dan kemakmuran bersama layaknya makna dalam sebuah keluarga/*brotherhood*. (Sri-Edi Swasono, 2013). Asas *mutualism* dan *brotherhood* dalam nilai ke-Indonesiaan dibedakan dengan kebersamaan dan asas kekeluargaan yang berlaku di dunia barat.

Dalam kegiatan ini disampaikan bahwa untuk kegiatan usaha rumahan diperlukan syarat untuk memiliki PP-IRT yang merupakan aturan Produk Industri Rumah Tangga atau PIRT adalah sertifikasi perizinan bagi industri yang memproduksi makanan dan minuman dengan skala rumahan. Namun demikian produksi skala rumahan ini tetap menempelkan label pada kemasan produknya, yang pada label ini terdaftar nomor indikasi bahwa produk makanan terdaftar di Dinas Kesehatan area dimana makanan di produksi. Ini berarti PIRT adalah tanda bahwa produksi makanan layak untuk dijual. Dari hasil penelitian ditawarkan solusi pada masa pandemik covid-19, karena penelitian berkaitan usaha kecil itu dilakukan pasca covid-19, yakni dalam masa pandemik covid ini, inovasi teknologi dimanfaatkan oleh masyarakat, atau bahkan ditemukan, dikembangkan secara kreatif untuk pemenuhan kebutuhan ekonomi. Bagaimana masyarakat menemukan dan mengembangkan inovasi teknologi melalui perangkat-perangkat teknologi seperti *handphone* dan di *laptop* dengan berbagai fitur aplikasi, antara lain instagram.

Dalam upaya mendukung keberlangsungan industri berbasis produksi rumah, maka pemerintah melalui berbagai instansi terkait melakukan berbagai upaya pembinaan, baik yang bersifat teknis produksi, manajemen pemasaran maupun melalui peraturan yang ada untuk menjamin tersedianya pangan bagi masyarakat. Sebagai upaya penunjang industri usaha berbasis rumah, berbagai peraturan yang berkaitan dengan pangan, serta perlindungan konsumen menjadi bentuk upaya perlindungan konsumen melalui penerapan *Higiene* dan sanitasi yang baik di industri pangan rumah tangga. Suatu hal yang harus diperhatikan oleh para pelaku usaha tersebut, agar konsumen dapat mengonsumsi makanan dengan aman dan pengusaha industri berbasis rumah dapat melanjutkan usahanya dengan tenang tanpa resiko

kerugian yang lahir akibat pelanggaran hukum yang tidak diketahui oleh pelaku usaha (<https://dinkes.boyolali.go.id/pirt>).

Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 22 Tahun 2018 Tentang Pedoman Pemberian Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga. (<https://smesta.kemenkopukm.go.id/izin-pirt-yang-wajib-kamu-ketahui-untuk-industri-makanan-skala-rumahan/>).

PIRT adalah sertifikasi untuk produksi skala rumahan dengan pengecualian jenis produk yang tidak disertakan dalam klasifikasi perizinannya. Jenis produk pangan berupa susu dan semua jenis olahannya seperti keju atau yoghurt, lalu produksi pangan berbahan daging dan olahannya seperti daging cincang dan daging beku, termasuk juga produksi makanan untuk bayi, dan air minum dalam kemasan. Karena PIRT adalah sertifikasi perizinan untuk industri makanan dalam skala yang paling kecil, maka untuk industri pangan yang lingkup serta skalanya lebih besar dari produk makanan rumahan ini diatur dalam sistem perizinan yang berbeda. Selain itu perlu diketahui juga bahwasanya sertifikasi perijinan PIRT adalah perizinan yang diberikan dalam periode waktu tertentu berdasarkan masa kadaluarsa dari produk makanan tersebut.

Untuk produk pangan yang memiliki masa kadaluarsa lebih dari tujuh hari, sertifikasi PIRT dapat berlaku selama 5 tahun. Sementara produk pangan yang memiliki masa kadaluarsa kurang dari tujuh hari, sertifikasi PIRT hanya berlaku selama periode tiga tahun.

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan kegiatan PKM sangat dibutuhkan untuk mempermudah transfer ilmu pengetahuan, teknologi, keterampilan dan informasi lain kepada mitra. Tujuannya adalah supaya mitra berhasil secara efektif dalam kegiatan pengembangan usaha dengan menggunakan aplikasi digital dan mereka lebih berdaya melakukan kegiatan secara mandiri.

Partisipasi yang dilakukan mitra diantaranya adalah sebagai berikut:

- (1) Memberikan informasi tentang permasalahan-permasalahan yang dihadapi;
- (2) Menyediakan tempat untuk pelaksanaan program kegiatan PKM;
- (3) Menyediakan dan mempersiapkan para karyawan untuk ikut sosialisasi;
- (4) Ikut berperan membantu penyelesaian laporan dan dokumentasi kegiatan.

Evaluasi keberlanjutan program PKM dilakukan oleh pihak yaitu tim pelaksana. Tim akan melakukan evaluasi keberhasilan program pemberdayaan ini sebelum dan sesudah kegiatan PKM dengan memberikan instrument angket kepada mitra atas respon capaian keberlangsungan program PKM yang telah dilakukan. Sedangkan evaluasi keberlanjutan program dengan menerapkan monitoring dan evaluasi kegiatan yang telah dilakukan tim pengusul agar tercapai sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan.

Secara ekonomi dan sosial mitra dapat meningkatkan kegiatan usaha secara digital ini melalui keterlibatan *influencer* yang seyogyanya mempromosikan usahanya, sehingga dapat dikenal oleh masyarakat konsumen secara meluas, bukan hanya di wilayah kota Bandung kecamatan Tamansari, juga diharapkan berkembang di wilayah Bandung Raya. Kemudian dengan mengupayakan pendaftaran PP-IRT, meskipun harus menyediakan tambahan *cost* karena pendaftaran identik dengan *cost*, memberikan dampak secara sosial bahwa dengan mendapat Sertifikat PP-IRT menunjukkan kualitas produksi hasil rumahan memiliki legalitas dan kualitas dijamin keberadaannya karena melibatkan Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM). Tentu saja pihak pemerintah turut serta ikut mengawasi kegiatan produksi tersebut. Peningkatan kualitas *packaging* dalam hasil produk juga memberikan kesan yang baik bagi para konsumen, meskipun *cost* produksi akan bertambah. Secara realita saat ini bahwa *packaging* suatu produk sangat diperhatikan oleh konsumen, karena mereka menilai bahwa produk tersebut memiliki kesan mewah. Aspek pengetahuan bertambah, misalnya dari pemahaman kualitas produk barang yang harus di daftarkan PP-IRT BPOM, menjadi suatu ilmu yang akan meningkatkan kualitas produksi agar hasil produksi memiliki legalitas dan aman untuk dikonsumsi. Pengawasan pemerintah turut mendukung kualitas produksi.

Aspek keterampilan bertambah, khususnya bagi para tenaga karyawan yang harus mengikuti dan melaksanakan aturan-aturan yang sesuai dengan petunjuk yang ada dalam Peraturan BPOM Nomor 22 Tahun 2018. Dengan adanya aturan tersebut menambah keterampilan, bagaimana metode penyimpanan barang atau bahan mentah untuk produksi agar tetap terjaga secara aman dan kualitas dapat dipertahankan dengan baik.

Aspek manajemen proyeksi, peningkatan kualitas dalam status badan usaha menjadi penting di era digitalisasi. Era digitalisasi pelaku usaha perorangan diberi kesempatan untuk meningkatkan statusnya menjadi badan usaha yang berbadan hukum. Kemudian apabila sudah memiliki status badan hukum, maka dapat bergabung untuk menjadi mitra dalam kelompok usaha UMKM.

Aspek yang berkaitan aplikasi digital perlu ditingkatkan lagi, karena hal ini menjadi salah satu ikon untuk melakukan marketing secara digital. Masyarakat sekarang mencari produk baru dan berkualitas itu dengan melihat pada fitur-fitur aplikasi digital melihat rating dari produk tersebut dan penggemar dari para konsumen terhadap produk.

Aspek capital merupakan hal yang sangat penting dan perlu ditingkatkan. Dengan kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan untuk menunjang peningkatan kualitas produksi menjadi semakin bertambah. Misalnya dalam peralatan antara lain tempat membuat pizza (*oven*) memerlukan *oven* yang memiliki kualitas lebih baik dari saat ini. Hal ini menjadi penting karena pada saat

tertentu konsumen semakin bertambah kemudian penyajian dan pembuatan belum dapat memberikan kebutuhan secara maksimal. Dengan demikian untuk capital ini perlu ada semacam dana bergulir yang relatif tidak memberatkan kepada mitra.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Peran ibu rumah tangga menjadi tonggak untuk meningkatkan perekonomian keluarga dengan melakukan unit usaha bisnis digital, sehingga menopang kelangsungan hidup keluarga. Bisnis rumahan yang dilakukan oleh seorang ibu rumah tangga dapat meningkatkan sumber kehidupan keluarga, bahkan selanjutnya dapat menopang para tenaga kerja. Akhirnya dapat memberikan kesejahteraan bagi orang banyak.

Saran

Dalam rangka mendukung peningkatan kualitas peran ibu rumah tangga dalam melakukan kegiatan bisnis, perlu diberikan sosialisasi di daerahnya. Peningkatan pengawasan dari pihak pemerintah, khusus dari BPOM terkait produksi rumahan secara berkesinambungan.

E. DAFTAR PUSTAKA

Fandy Tjiptono (2001), Strategi Pemasaran, Edisi Ke-2, Yogyakarta

Kannan P.K., & Hongshuang, L, dikutip oleh Dedi Purwana ES Dkk, Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Umkh) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit, *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1.1.2017.h.7

Sri-Edi Swasono (2010), *Indonesia dan Doktrin Negara Kesejahteraan*, Jakarta: Perkumpulan: Prakarsa

Sri-Edi Swasono (2017, *Ekspose Ekonomika: Mewaspada Globalisasi Dan Pasar Bebas*, Yogyakarta: Pustep UGM <https://dinkes.bojolali.go.id/pirt>

<https://www.pom.go.id/new/view/more/berita/25824/Loka-POM-Di-Kab--Bogor>

<https://smesta.kemenkopukm.go.id/izin-pirt-yang-wajib-kamu-ketahui-untuk-industri-makanan-skala-rumahan/>)