



**PENGUATAN WOMENPRENEUR DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN PEREMPUAN PADA KELOMPOK UMKM SAMBAL DAN LAUK KEMASAN KHAS RIAU**

*Strengthening womenpreneurs in increasing women's income in the umkm group of packaged sambal and side dishes, Typical of riau*

**Bunga Chintia Utami<sup>1</sup>, Lailan Tawila Berampu<sup>1\*</sup>, Taufik Siregar<sup>2</sup> dan Mayla Khoiriyah<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Riau, <sup>2</sup>Program Studi Magister Ilmu Hukum Universitas Medan Area

*Jalan HR Subrantas Km 12,5, Pekanbaru, Indonesia, 29283*

\*Alamat Korespondensi: [lailantawilaberampu@lecturer.unri.ac.id](mailto:lailantawilaberampu@lecturer.unri.ac.id)

*(Tanggal Submission: 31 Oktober 2024, Tanggal Accepted : 19 Januari 2025)*



**Kata Kunci :**

*Womenpreneur, Sambal, Lauk Kemasan*

**Abstrak :**

Sektor lapangan kerja formal yang tersedia di Indonesia, jumlahnya sangat terbatas sehingga angka partisipasi kerja tidak sebanding dengan lapangan kerja yang tersedia. Hal tersebut menyebabkan tingkat pengangguran meningkat yang berdampak pada naiknya angka kemiskinan. Untuk mendorong pertumbuhan ekomi dan menurunkan tingkat kemiskinan tersebut, pemerintah mendorong masyarakat untuk bekerja pada sektor wiraswasta. Sektor non formal yang sangat didorong oleh pemerintah saat ini adalah UMKM. Berdasarkan data Kemnkopkm, 2024 angka kepemilikan dan pengelolaan usaha mikro didominasi oleh perempuan sebesar 64%. Angka tersebut menunjukkan bahwa perempuan memiliki peran ganda selain sebagai ibu rumah tangga, perempuan juga berperan sebagai penguat ekonomi rumah tangga. Oleh karena itu tulisan ini, bertujuan untuk meningkatkan pendapatan perempuan sebagai entrepreneur melalui beberapa pelatihan, khususnya dalam usaha olahan ikan. Metode pengambilan sampel pengabdian ini adalah sensus, dimana semua anggota kelompok sebanyak 10 orang mendapatkan pelatihan. Pengabdian ini dilakukan selama 5 bulan (Juli-November 2024). Pelatihan dan pendampingan yang dilakukan meliputi 4 (empat) jenis aktivitas dengan hasil sebagai berikut (1) Pelaku UMKM telah dapat membuat laporan laba rugi dan laporan arus kas, sehingga pelaku usaha bisa memisahkan modal usaha dan keuangan pribadi. (2) Pelaku UMKM dapat mengeksplorasi ide-ide kreatif dalam desain sehingga, tampilan kemasan produk pelaku UMKM menjadi lebih menarik. (3) Pelaku UMKM telah memiliki social media dalam membantu memasarkan produk nya, dalam hal ini sosial media tersebut adalah Instagram

(4) Teknologi yang diupayakan untuk membantu pelaku UMKM memperpanjang masa expired produk adalah mesin retorch.

**Key word :**

*Womenpreneur,  
Chili Sauce,  
Packaged Side  
Dishes*

**Abstract :**

The number of formal employment sectors available in Indonesia is very limited so the employment participation rate is not proportional to the available jobs. This causes the unemployment rate to increase, which has an impact on the increase in poverty rates. To encourage economic growth and reduce poverty levels, the government encourages people to work in the self-employed sector. The non-formal sector that is strongly encouraged by the current government is MSMEs. Based on data from the Ministry of Entrepreneurship and Cooperatives, in 2024 the number of micro business ownership and management will be dominated by women at 64%. This figure shows that women have a dual role in addition to being housewives, women also play a role as a booster of the ladder economy. Therefore, this paper aims to increase women's income as entrepreneurs through several trainings, especially in the fish processing business. The sampling method of this study is a census, where all members of the group of 10 people receive training. This research was conducted for 5 months (July-November 2024). The training and assistance carried out includes 4 (four) types of activities with the following results: (1) MSME actors have been able to make profit and loss statements and cash flow statements, so that business actors can separate business capital and personal finance. (2) MSME actors can explore creative ideas in design so that the appearance of MSME product packaging becomes more attractive. (3) MSME actors already have social media to help market their products, in this case the social media is Instagram (4) The technology that seeks to help MSME actors extend the product expiration period is a retorch machine.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7<sup>th</sup> edition) :

Utami, B. C., Berampu, I. T., Siregar, T., & Khoiriyah, M. (2025). Penguatan Womenpreneur Dalam Peningkatan Pendapatan Perempuan Pada Kelompok Umkm Sambal Dan Lauk Kemasan Khas Riau. *Jurnal Abdi Insani*, 12(1), 273-280. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i1.2200>

## PENDAHULUAN

Dalam upaya menurunkan angka kemiskinan maka Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) menjadi hal penting untuk diperhatikan. Data BPS 2023 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara partisipasi laki-laki dan perempuan di Indonesia. TPAK laki-laki sebesar 83,87% sedangkan perempuan 53,41% (BPS, 2023). Data Provinsi Riau menunjukkan TPAK perempuan berada dibawah rata-rata nasional yaitu 43,28% sedangkan laki-laki mendekati rata-rata nasional yaitu 83,59% serta kota dengan TPAK Perempuan tertinggi provinsi Riau berada di Kota Pekanbaru sebesar 48,81% (BPS, 2023). Bersebrangan dengan rendahnya angka partisipasi perempuan bekerja, justru angka kepemilikan dan pengelolaan usaha mikro 64% dimiliki oleh Perempuan (Kemenkopmk, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa walau keterlibatan perempuan bekerja masih rendah tetapi keterlibatan perempuan di bidang usaha mikro cukup besar dan memberikan dampak baik pada kesetaraan gender dalam memberikan kesempatan memperoleh pekerjaan bagi perempuan. Ini seiring dengan tujuan yang tercantum dalam Sustainable Development Goals (SDG's) yaitu tujuan ke 1 menghapus kemiskinan, tujuan 5 kesetaraan gender, dan tujuan 8 pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi. Peningkatan peran perempuan dalam kewirausahaan yang berperspektif gender sebagai salah satu prioritas pembangunan dianggap telah berjalan baik. Namun tantangan selanjutnya wirausaha tidak

hanya sebatas membangun usaha tetapi juga harus mampu meningkatkan usaha/scale up, memperluas jaringan dan meningkatkan pendapatan.

Peningkatan peran perempuan dalam kewirausahaan yang berperspektif gender sebagai salah satu prioritas pembangunan dianggap telah berjalan baik (Pratiwi, 2021). Namun tantangan selanjutnya wirausaha tidak hanya sebatas membangun usaha tetapi juga harus mampu meningkatkan usaha/scale up serta keberlanjutan usaha (Oruch *et al.*, 2021), memperluas jaringan dan meningkatkan pendapatan. Ada berbagai jenis usaha disektor Usaha Mikro Kota Pekanbaru yang masuk dalam ekonomi kreatif seperti kuliner, fashion, kriya, jasa, dan sebagainya tetapi angka UMKM yang bergerak disektor kuliner merupakan paling besar dan menyumbangkan kontribusi pada PDB sebesar 43 persen, fashion 17 persen, dan kriya hanya 15 persen (Antaraneews, 2024). Banyaknya pelaku usaha yang bergerak dibidang kuliner ini terjadi karena didorong modal yang terjangkau, produk berkaitan dengan kebutuhan pokok/kebutuhan pangan, tidak memerlukan skill khusus, jenis bervariasi, mudah untuk berinovasi dan berkreasi. Namun angka pertumbuhan jumlah UMKM mengalami penurunan yang cukup signifikan akibat masa pandemi Covid- 19 (Hernikawati, 2022). Angka penurunan jumlah UMKM kuliner Pekanbaru tahun 2022 mengalami penurunan yang cukup signifikan dari tahun 2020 yang berjumlah 4278 menjadi 1469 ditahun 2022.

Usaha sambal dan lauk kemasan adalah salah satu usaha kuliner yang sangat diminati saat ini. Potensi usaha ini muncul berdasarkan karakteristik dan budaya masyarakat yang suka makan dengan sambal dan tidak bisa terlepas dari makanan pedas. Rasa pedas dalam setiap makanan dapat menggugah selera makan menjadi lebih enak. Beberapa keuntungan memulai usaha kuliner sambal dan lauk kemasan didorong oleh beberapa faktor seperti:

1. Target pasar luas. Menurut survei Licorice, masyarakat Indonesia menyukai makanan pedas sebanyak 93,6% dan hanya 6,4% yang tidak terlalu suka (Media Indonesia, 2022)
2. Mudah untuk dipasarkan. Sambal dan lauk kemasan biasanya disajikan dalam bentuk kemasan kecil sehingga mudah dibawa kemana saja. Selain itu, perkembangan teknologi memudahkan pelaku usaha untuk menjual secara online.
3. Keuntungan cukup besar. Hal ini karena biaya produksi cenderung murah karena bahan baku mudah didapat dan modal tidak terlalu besar. Dalam memudahkan pendampingan perkembangan UMKM Kuliner Pekanbaru telah dilakukan berbagai pengabdian terhadap pelaku usaha baik individu maupun kelompok. Beberapa hasil pengabdian menunjukkan bahwa hasil analisis SWOT Terhadap strategi pengembangan UMKM Kuliner di Pekanbaru menunjukkan perlunya strategi UMKM Kuliner kota pekanbaru erat kaitannya dengan modal, inovasi usaha, pemanfaatan media sosial dan lain sebagainya (Adera *et al.*, 2024).

Untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada kelompok usaha Srikandi maka tulisan ini menggunakan metode SWOT (Sianturi, 2020). Adapun hasil SWOT pada kelompok usaha Srikandi adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Analisis SWOT kelompok usaha Srikandi

Strength	Weakness	Opportunity	Threat
Pendidikan mitra 60% adalah SMA, hanya 1 orang yang berpendidikan SMP	Keterbatasan dalam keterampilan yang mana saat ini mitra hanya mampu memasak lauk kemasan secara tradisional tanpa memperhatikan manajemen mutu	Target pasar luas. Menurut survei Licorice, masyarakat Indonesia menyukai makanan pedas sebanyak 93,6% dan hanya 6,4% yang tidak terlalu suka (5).	Banyaknya pesaing sejenis yang memproduksi sambal lauk kemasan

Mitra memiliki waktu luang lebih banyak karena sebagian besar adalah IRT	Beban yang dimiliki mitra lebih banyak oleh karena disamping sebagai IRT mereka juga harus mencari penghasilan tambahan (peran ganda)	Mudah untuk dipasarkan. Sambal dan lauk kemasan biasanya disajikan dalam bentuk kemasan kecil sehingga mudah dibawa kemana saja.	Sulitnya akses pinjaman dana ke perbankan maupun pihak ketiga
Mitra memiliki komitmen yang tinggi dalam meningkatkan pendapatan rumah tangga	Rata-rata usia mitra diatas 45 tahun sehingga memiliki keterbatasan dalam penggunaan teknologi	Perkembangan teknologi memudahkan pelaku usaha untuk menjual secara online.	Lokasi usaha yang tidak strategis
Mitra memiliki keahlian dalam memasak, khususnya sambal olahan yang tahan lama		Keuntungan cukup besar. Hal ini karena biaya produksi cenderung murah karena bahan baku mudah didapat dan modal tidak terlalu besar.	Kecenderungan masyarakat untuk memilih produk yang memiliki izin usaha dan label halal, masyarakat yang lebih memilih makanan berdasarkan merek.
Mitra memiliki tekad yang kuat untuk melakukan <i>continuous improvement</i>			

## METODE KEGIATAN

Tahapan pelaksanaan Pengabdian adalah sebagai berikut:

### 1. Persiapan pelaksanaan dan koordinasi dengan pihak terkait.

Metode pelaksanaan kegiatan ini adalah dengan melakukan pendampingan pada kelompok Srikandi Mandiri terkait dengan pengelolaan usaha Lauk dan Sambal Kemasan. Pelaksanaan kegiatan dibantu oleh tenaga pengajar atau pun profesional yang ahli bidangnya masing-masing serta dibantu oleh 10 mahasiswa Kukerta MBKM 10 SKS yang berasal dari program studi Ekonomi Pembangunan, Akuntansi dan Manajemen di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Riau .

### 2. Pelatihan terkait Produk

Strategi kegiatan pada program ini, yaitu:

- a. Kegiatan diawali dengan sosialisasi untuk memberikan informasi tentang kegiatan, dan peningkatan pengetahuan pelaku usaha untuk dalam memanfaatkan sumber daya untuk menghasilkan sambal dan lauk rumahan. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan tentang variasi olahan ikan bagi masyarakat (Budhiati, 2018)
- b. Peningkatan kemampuan kelompok usaha melalui pelatihan oleh professional untuk menjaga produk agar tahan lama, melakukan *quality control* agar produk yang dihasilkan berkualitas sesuai dengan standar mutu. Kegiatan ini dilakukan untuk menjaga kualitas olahan ikan agar tidak terkontaminasi dan memperpanjang umur simpan (Yusuf *et al.*, 2019; Adi, 2023)

### 3. Pendampingan Pengelolaan Keuangan.

UMKM masih memiliki kendala dalam mendapatkan akses modal dan literasi keuangan perlu dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan UMKM tentang pengelolaan keuangan (Thantawi *et al.*, 2024). Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam menyusun laporan keuangan yang sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM).

### 4. Pendampingan Logo dan desain kemasan

Pelatihan logo dan desain kemasan harus dilakukan untuk membentuk identitas merek dagang yang kuat, sebagai daya tarik visual bagi calon konsumen, sebagai nilai tambah pada kompetisi pasar, sebagai upaya komunikasi pasar kepada konsumen serta memberikan efek psikologis pada pilihan warna bentuk dan visual yang dipilih.

### 5. Pendampingan Digital Marketing

Pengembangan pemasaran digital bertujuan untuk memperoleh pasar yang seluas-luasnya dan meningkatkan daya saing UMKM (Saragih *et al.*, 2024). Pemanfaatan pemesanan manual dan pemanfaatan teknologi digital diharapkan mampu meningkatkan penjualan. Mitra akan dilatih untuk memetakan target pemasaran, merancang *branding* produk, teknik pemasaran dan juga pemanfaatan sosial media.

Jumlah UMKM yang perlu didampingi sebanyak 10 orang perempuan yang memiliki usaha sambal dan lauk kemasan. Adapun rinciannya sebagai berikut:

Tabel 2. Jumlah UMKM yang perlu didampingi

No	Nama	Usia (tahun)	Jenis Usaha	Pendidikan
1	Novita wisudawati		Rendang ikan	D3
2	Betra Yenti	58	Rendang	D3
3	Ita	50	Rendang	SMA
4	Delvi	20	Sambal teri	SMP
5	Yuli	48	Sambal terasi	SMA
6	Suptina	50	Sambal urap	SMA
7	Yuliana	45	Sambal kacang	SMA
8	Erna	45	Aneka lauk rumahan	SMA
9	Yenti	50	Sambal lado tanak	SMA
10	Osika	48	Sambal rujak	SMA

Analisis data menggunakan metode *probability sampling* (sensus) dimana seluruh anggota kelompok Srikandi menjadi sample dalam pengabdian. Pengabdian dilakukan di kelurahan Sialang Munggu selama 5 bulan (Juli – November 2024).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Persiapan pelaksanaan dan koordinasi dengan pihak terkait.

Persiapan kegiatan selalu diawali dengan koordinasi dengan pihak terkait baik pemerintah kelurahan Silang Munggu, Badan Pemberdayaan Masyarakat dikelurahan Sialang Munggu, Ketua Pemuda Setempat maupun pihak lainnya yang terkait.

Pada awal pengabdian, tim bersama mahasiswa melakukan Identifikasi Kebutuhan. Identifikasi kebutuhan bertujuan untuk melihat kebutuhan dan masalah yang dihadapi oleh kelompok Srikandi Mandiri.



1. Penyusunan Rencana: Rencana kegiatan disusun mencakup jadwal, materi pelatihan, dan sumber daya yang dibutuhkan.
2. Pengadaan Bahan dan Alat: Menyiapkan bahan-bahan untuk pembuatan pendampingan. Hingga saat ini proses untuk pembelian alat retort dan alat presto masih diupayakan.
3. Koordinasi dengan Pihak Terkait:  
Kerjasama dengan Pemerintah Daerah: Mengadakan pertemuan dengan kelurahan Sialang munggu untuk mendapatkan dukungan dan izin pelaksanaan kegiatan.



Gambar 1. Koordinasi Kelurahan dan Masyarakat Setempat

## 2. Pendampingan Pengelolaan Keuangan

Sosialisasi Kewirausahaan dan Pengelolaan Keuangan dengan materi Penyusunan Business Model Canvas (BMC) dan Penyusunan Alur Kas, BEP kepada UMKM di Kelurahan Sialang Munggu.



Gambar 2. Pelatihan Pengelolaan Keuangan

Pelatihan memberikan pengalaman mengembangkan akuntansi usaha kepada peserta yang meliputi:

- a. Menganalisis permintaan dan penawaran
- b. Menghitung biaya produksi (HPP) dan menetapkan harga jual
- c. Strategi meminimumkan biaya dan memaksimalkan penerimaan
- d. Pembukuan usaha terdiri dari :
  1. Buku kas
  2. Buku utang piutang
  3. Buku pengeluaran usaha
  4. Buku Penjualan
  5. Buku analisis usaha/ laporan laba rugi

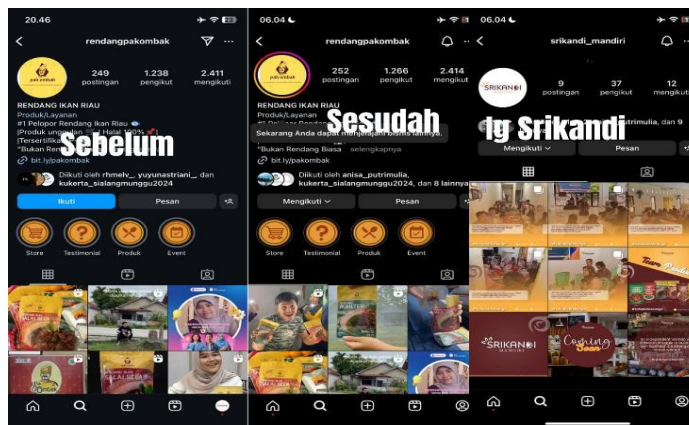
### 3. Pendampingan Logo dan Desain Kemasan

Kegiatan ini dilakukan dengan mengundang kelompok Srikandi Mandiri dan UMKM sekitar wilayah kelompok. Kegiatan dilakukan dalam dua bentuk yaitu Sosialisasi tentang Pentingnya Logo dan Desain Kemasan dan membuat coaching klinik ke umkm yang didampingi (metode jemput bola) untuk membuat logo dan kemasan supaya produk lebih menarik.



Gambar 3. Pendampingan Logo dan Desain Kemasan

### 4. Pendampingan Digital Marketing



Gambar 4. Proses Pembuatan Konten

Kegiatan yang dilakukan berupa sosialisasi tentang Digital Marketing dan melakukan pelatihan penggunaan teknologi untuk membuat konten digital sebagai upaya dalam memasarkan produk dan juga memperluas pasar. Konten yang didampingi fokus pada pembuatan Konten reels/tiktok untuk Rendang Pak Ombak serta membuat Akun IG dan Tiktok untuk beberapa UMKM dan KUB Srikandi Mandiri.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan dan pendampingan yang dilakukan meliputi 4 (empat) jenis aktivitas dengan tingkat ketercapaian yakni, pengelolaan keuangan: Pelaku UMKM telah dapat membuat laporan laba rugi dan laporan arus kas, sehingga pelaku usaha bisa memisahkan modal usaha dan keuangan pribadi; pendampingan logo dan desain kemasan: Pendampingan logo dan desain kemasan membuat pelaku UMKM dapat mengeksplorasi ide-ide kreatif dalam desain sehingga, tampilan kemasan produk pelaku UMKM menjadi lebih menarik; pendampingan digital marketing: Pelaku UMKM telah memiliki social media dalam membantu memasarkan produk nya, dalam hal ini social media tersebut adalah

instagram; dan penggunaan teknologi: Teknologi yang diupayakan untuk membantu pelaku UMKM memperpanjang masa expired produk adalah mesin *retorch*.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis berterima kasih atas terlaksananya kegiatan pengabdian ini melalui program Kukerta MBKM Universitas Riau dengan sumber dana Hibah DRTPM Kemdikbud 2024. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan arahan dan dukungan secara langsung maupun tidak langsung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, C. P. (2023). Penerapan Teknologi Tepat Guna Pada Pelaku Perikanan Kota Medan. *Jurnal KASTARA*, 9-15.
- Antaraneews. (n.d.). Retrieved from [menparekraf: Sektor ekraf sumbang Rp1.300 T kepada PDB nasional](#).
- Attahmid, N. F., Saleh, R., & Yusuf, M. (2019). Penerapan Teknologi Tepat Guna dan Diversifikasi Pangan pada UKM Olahan Ikan Bandeng di Desa Bulu Cindea Kecamatan Bungoro, Pangkep. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 517-528.
- Budhiati, R. (2018). Penerapan Teknologi Tepat Guna Variasi Olahan Ikan Untuk Meningkatkan Konsumsi Ikan Masyarakat. *Prosing Seminar Unimus*. Semarang: Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Hernikawati, D. (2022). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Palembang. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, 9-17.
- Indonesia, M. (2022). Retrieved from <https://mediaindonesia.com/ekonomi/545337/bidik-pencina-kuliner-pedas-sajikan-menu-hasil-kolaborasi>
- Korneeva, E., Skornichenko, N., & Oruch, T. (2021). Small business and its place in promoting sustainable development. *Web of Conferences*.
- Mahanani, E., Sari, B., & Thantawi, A. M. (2024). Pentingnya Literasi Keuangan Digital Bagi Pelaku UMKM. *Jurnal IKRAITH-ABDIMAS*, 200-210.
- PMK, K. (2024). Retrieved from <https://www.kemenkopmk.go.id/pentingnya-kewirausahaan-perempuan-dan-pemuda-untuk-capai-indonesia-maju-2045>
- Pratiwi, C. P. (2021). *Binus Entrepreneurship Center*. Retrieved from <https://binus.ac.id/entrepreneur/2021/12/06/peran-wirusaha-wanita-dalam-perekonomian-indonesia/>
- Riau, B. (2023). Retrieved from <https://riau.bps.go.id/indicator/40/401/1/tingkat-partisipasi-angkatan-kerja-menurut-jenis-kelamin>
- Rosmita., Suriani, L., Herman., & Adera, A. T. (2024). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA UMKM KULINER DI KOTA PEKANBARU. *Journal of Economics, Business and Accounting*, 4254-4264.
- Saragih, J. F., Faradilla, A. J., Nasution, R. A., Tafonao, D. F., Pitaloka, D., Amelia, B., & Dongoran, D. (2024). Menutup Kesenjangan Digital: Studi tentang Meningkatkan Kehidupan UMKM Melalui Literasi Digital. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 1788-1795.
- Sianturi, R. D. (2020). Manajemen Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Pada UMKM Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal of Business and Economics Research*, 45-50.
- Statistik, B. P. (2023). *Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja Menurut Jenis Kelamin*. Jakarta.