

## Kemandirian Ekonomi Ibu Rumah Tangga melalui Usaha Kuliner Rumahan: Studi Kasus UMKM

Amirul Mu'minin<sup>1\*</sup>, Wilda 'Ainun Najihah<sup>2</sup>, Isnaliya<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Sunan Drajat Lamongan, Indonesia

<sup>2</sup>Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia

<sup>3</sup>Institut Agama Islam Miftahul Ulum Pamekasan, Indonesia

\*Corresponding Author: [amirmukminin1922@gmail.com](mailto:amirmukminin1922@gmail.com)

Received: 06/20/2026 | Accepted: 07/20/2026 | Publish: 07/22/2026

**Abstract :** *The role of housewives is commonly associated with domestic responsibilities, yet in practice many of them are able to develop economic potential through home-based businesses. This study aims to describe the experience of a mother (pseudonym) who has managed a home-based culinary business since 2018 while continuing to fulfill her family responsibilities. Using a descriptive qualitative approach with in-depth interviews conducted via WhatsApp, the research process allowed flexible communication and provided space for the informant to narrate the dynamics of her business in detail. The findings show that the mother's business developed gradually through the use of modest initial capital, continuous improvement of her cooking skills, and consistent emotional and material support from family members and the surrounding community. Simple yet effective marketing strategies through social media helped expand her customer base. The business contributed significantly to household income, particularly during periods of financial pressure or increased daily needs. Additionally, the business boosted the informant's confidence in making economic decisions and encouraged her to continue innovating. Overall, this study highlights that home-based culinary micro-enterprises can serve as an effective pathway for housewives to achieve economic independence. The findings emphasize that family support, practical skills, and the use of accessible digital tools play an important role in strengthening women's economic empowerment at the household level.*

**Keywords :** *community economy, housewives, MSMEs, home-based culinary business, economic independence*

**How to Cite:** Mu'minin, A., Najihah, W. A., & Isnaliya. (2026). Kemandirian ekonomi ibu rumah tangga melalui usaha kuliner rumahan: Studi kasus UMKM. *ECONOM: Journal of Economics and Management*, 1(1), 23-33. <https://doi.org/10.64131/Econom.v1i1.xx>

### PENDAHULUAN

UMKM memegang peranan penting dalam struktur ekonomi Indonesia karena mampu menjadi sumber penghidupan bagi banyak keluarga, terutama di tingkat masyarakat menengah ke bawah. Di tengah meningkatnya biaya hidup dan kondisi ekonomi yang tidak selalu stabil, kehadiran UMKM menjadi ruang bagi masyarakat untuk tetap produktif serta memperoleh penghasilan tambahan (Nirmalasari et al., 2023). Salah satu kelompok yang paling aktif terlibat dalam aktivitas ekonomi berbasis usaha rumahan adalah ibu rumah tangga. Mereka tidak hanya mengemban tugas mengurus keluarga,

tetapi juga mengambil peran sebagai penggerak ekonomi melalui usaha kecil yang dijalankan dari rumah.

UMKM kemudian menjadi sektor yang paling dominan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. Sektor ini dikenal adaptif, fleksibel, dan dekat dengan kebutuhan harian masyarakat. Kemudahan untuk memulai usaha menjadi salah satu alasan UMKM tetap bertahan meskipun berada dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil. Modal usaha yang tidak terlalu besar, penggunaan peralatan seadanya, serta proses produksi yang bisa dilakukan dari rumah membuat UMKM menjadi pilihan banyak keluarga dalam memenuhi kebutuhan ekonomi tambahan. Dalam konteks ini, UMKM bukan sekadar aktivitas ekonomi, tetapi juga sarana pemberdayaan keluarga dan komunitas (Malihah et al., 2024).

Keterlibatan ibu rumah tangga dalam aktivitas ekonomi bukanlah fenomena baru, tetapi dalam beberapa tahun terakhir jumlahnya semakin meningkat. Perkembangan teknologi informasi, terutama media sosial, membuat pemasaran produk rumahan menjadi jauh lebih mudah dan terjangkau. Hal ini membuka peluang besar bagi ibu rumah tangga untuk membangun usaha kuliner dengan memanfaatkan keahlian memasak yang sudah menjadi bagian dari rutinitas mereka (Reviana & Subekti, 2024). Selain menambah pendapatan, kegiatan usaha rumahan juga memberi ruang bagi mereka untuk merasa lebih berdaya, produktif, dan mandiri secara ekonomi.

Pengalaman Sang Ibu sebagai pelaku usaha kuliner rumahan menjadi contoh nyata bagaimana seorang ibu rumah tangga mampu mengembangkan potensi diri sekaligus membantu memenuhi kebutuhan keluarga. Dengan modal awal yang terbatas, ia memulai usahanya pada tahun 2018 dari dapur rumahnya sendiri. Usaha tersebut kemudian berkembang melalui pemasaran online, penjualan langsung, hingga kerja sama dengan masyarakat sekitar. Proses yang ia jalani menunjukkan bahwa usaha kuliner rumahan tidak hanya berfungsi sebagai sumber tambahan pendapatan, tetapi juga berkontribusi pada penguatan ekonomi keluarga dan lingkungan sosial tempat ia tinggal.

Peran perempuan, terutama ibu rumah tangga, dalam sektor UMKM juga semakin menonjol. Mereka memiliki posisi strategis karena selain mengelola urusan domestik, mereka juga mampu menciptakan aktivitas ekonomi produktif dari rumah. Keahlian memasak, menjahit, meracik produk, atau memberikan layanan tertentu sering kali menjadi modal keterampilan yang dapat dikembangkan menjadi usaha yang menghasilkan. Banyak penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan ibu rumah tangga dalam UMKM dapat meningkatkan pendapatan keluarga, memperluas jaringan sosial, dan menumbuhkan rasa percaya diri sebagai individu yang produktif. Pada titik tertentu, usaha ini mampu mengubah posisi perempuan dalam keluarga, dari yang semula hanya sebagai pengelola rumah tangga menjadi pilar pendukung ekonomi keluarga.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini disusun untuk menggambarkan perjalanan usaha kuliner yang dijalankan oleh seorang ibu rumah tangga, mulai dari sejarah usaha, pemanfaatan modal strategi produksi, hingga dampak ekonominya. Melalui kisah ini, diharapkan pembaca dapat memahami peran strategis perempuan dalam UMKM serta bagaimana usaha rumahan mampu menjadi bagian penting dari kemandirian ekonomi masyarakat.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus untuk mendalami pengalaman Sang Ibu (nama samaran), seorang ibu rumah tangga yang

menjalankan usaha kuliner rumahan sejak 2018. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggali makna, pengalaman, dan dinamika usaha secara mendalam berdasarkan perspektif narasumber. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam via WhatsApp, sebuah metode komunikasi yang memungkinkan fleksibilitas waktu sekaligus tetap menjaga kedalaman informasi yang dibutuhkan (Sugiyono, 2017).

Sebelum wawancara dilaksanakan, peneliti menyusun panduan wawancara yang berisi sejumlah pertanyaan terbuka mengenai latar belakang usaha, modal awal, proses operasional harian, tantangan yang dihadapi, serta harapan pengembangan usaha. Wawancara dilakukan secara tertulis dan bertahap, sehingga informan dapat memberikan jawaban yang reflektif dan terstruktur. Setelah seluruh jawaban terkumpul, peneliti melakukan proses klarifikasi untuk memastikan ketepatan dan konsistensi informasi yang disampaikan.

Analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti menyeleksi dan mengelompokkan data sesuai tema-tema utama. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian naratif berdasarkan kategori seperti profil informan, modal usaha, sistem operasional, dampak ekonomi, dan orientasi masa depan. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan, yang dilakukan dengan mencari pola, hubungan antar temuan, serta relevansinya dengan literatur dan teori sebelumnya (Afrizal & Rahmawati, 2023).

Melalui metode ini, penelitian dapat menggambarkan secara lebih komprehensif bagaimana usaha kuliner rumahan dijalankan oleh ibu rumah tangga, termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan usahanya dan kontribusinya terhadap ekonomi keluarga.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **PROFIL NARASUMBER**

Narasumber dalam penelitian ini adalah seorang perempuan yang dalam tulisan ini diberi nama samaran "Sang Ibu", berusia 35 tahun, seorang ibu rumah tangga dengan dua anak yang tinggal di Lamongan, Jawa Timur. Sebelum memulai usaha kuliner, kesehariannya banyak dihabiskan untuk mengurus rumah, mengantar anak sekolah, dan menyiapkan kebutuhan keluarga. Sejak lama, Sang Ibu memiliki ketertarikan yang kuat terhadap dunia memasak. Ia senang mencoba resep baru, memadukan bumbu, dan menciptakan cita rasa yang berbeda dari masakan biasanya. Ketertarikan ini bukan sekadar hobi, karena memasak menjadi ruang ekspresi dan cara baginya mencurahkan perhatian kepada keluarga serta orang-orang di sekitarnya.

Dalam berbagai kesempatan, ia sering membagikan makanan hasil masakannya kepada tetangga dan teman dekat. Respons positif dari orang-orang di sekelilingnya memberikan keyakinan bahwa keterampilannya memiliki nilai ekonomi. Dorongan dari tetangga agar ia mencoba menjual makanan buatan sendiri membuatnya mulai mempertimbangkan kemungkinan untuk membuka usaha rumahan. Pada tahun 2018, ia resmi mencoba menjual produk kuliner pertamanya melalui media sosial. Dengan modal awal yang sangat sederhana, ia memasarkan menu mie pedas yang ketika itu sedang populer. Pesanan pertama datang tidak terlalu banyak, namun cukup untuk membuatnya percaya diri bahwa usahanya bisa berkembang.

Seiring berjalannya waktu, usaha Sang Ibu meningkat cukup pesat. Pesanan mulai berdatangan setiap hari, terutama melalui WhatsApp dan Facebook. Ia kemudian menjalin kerja sama dengan jasa titip (*jastiper*) yang membantu memasarkan dan mendistribusikan produknya ke pelanggan yang lebih luas. Tantangan tetap ada, terutama dalam membagi waktu antara mengurus anak dan memenuhi pesanan. Namun ia menyikapi hal itu sebagai proses belajar. Ia mengatur ritme harian secara disiplin, mulai dari belanja pagi, produksi dimsum, hingga membuka lapak di sore hari. Konsistensi ini membuat usahanya dapat berjalan stabil.

Sebagai seorang ibu rumah tangga, Sang Ibu memaknai pekerjaannya bukan hanya sebagai penambah pendapatan keluarga, tetapi juga sebagai ruang untuk meningkatkan kemampuan diri dan berkontribusi secara nyata dalam ekonomi rumah tangga. Ia menyadari bahwa perempuan memiliki peluang besar di sektor UMKM, karena kegiatan produktif dapat dilakukan dari rumah tanpa meninggalkan peran domestik. Pandangan ini sejalan dengan penelitian yang menegaskan bahwa keterlibatan perempuan dalam usaha rumahan mampu meningkatkan pendapatan keluarga dan memperkuat posisi ekonomi mereka dalam Masyarakat (Rahayu, 2023). Dalam perjalanan usahanya, ia juga pernah memanfaatkan Kredit Usaha Rakyat (KUR) melalui lembaga pembiayaan untuk menambah modal, sebuah langkah yang semakin memperlihatkan komitmennya dalam mengembangkan usaha (Lestari & Putra, 2022).

Saat ini, Sang Ibu tidak hanya memproduksi dimsum sebagai produk utamanya, tetapi juga mulai merencanakan pengembangan usaha melalui produk frozen dan rencana membuka kedai kecil di masa depan. Ia memiliki harapan untuk dapat memberi lapangan kerja bagi ibu-ibu rumah tangga di sekitar lingkungannya. Bagi Sang Ibu, usaha kuliner bukan sekadar pekerjaan sampingan, tetapi sebuah proses membangun kemandirian ekonomi, menjaga martabat keluarga, dan tetap memberi manfaat bagi lingkungan sosialnya.

### **AWAL MULA USAHA**

Awal mula usaha Sang Ibu berangkat dari kegemarannya memasak berbagai hidangan untuk keluarga. Aktivitas memasak ini awalnya hanya menjadi bagian dari rutinitas rumah tangga, namun lama-kelamaan berkembang menjadi ruang eksplorasi yang membuatnya senang mencoba resep baru. Setiap kali selesai memasak, ia kerap membagikan hasil masakannya kepada tetangga, bukan hanya sebagai bentuk silaturahmi, tetapi juga untuk meminta penilaian mengenai rasa dan kualitas hidangan. Respon positif dari tetangga membuatnya semakin percaya diri bahwa keterampilannya memiliki potensi ekonomi. Kebiasaan seperti ini sejalan dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa banyak perempuan memulai usaha rumahan dari aktivitas domestik yang kemudian berkembang menjadi sumber penghasilan (Sari, 2021).

Dorongan yang lebih kuat datang dari salah satu tetangganya yang sudah berjualan melalui media sosial. Tetangga tersebut melihat peluang besar dari kualitas masakan Sang Ibu dan menyarankannya untuk mencoba memasarkan menu makanan secara online. Saran tersebut menjadi titik awal perubahan besar dalam hidupnya. Pada tahun 2018, ia mulai menjual makanan secara sederhana melalui WhatsApp dan Facebook. Produk pertama yang ia tawarkan adalah mie pedas, sebuah makanan yang saat itu sedang populer di kalangan anak muda. Tanpa strategi promosi yang rumit, pesanan mulai berdatangan dari lingkungan sekitar dan jaringan pertemanan.

Masa awal menjalankan usaha tidak lepas dari tantangan. Sebagai ibu rumah tangga dengan dua anak, ia perlu menyesuaikan waktu antara tanggung jawab domestik dan

kegiatan produksi makanan. Namun fleksibilitas usaha rumahan membuatnya dapat mengatur ritme kerja sesuai kebutuhan keluarga. Fenomena ini juga didukung oleh penelitian yang menjelaskan bahwa usaha rumahan memberi keleluasaan waktu bagi perempuan, sehingga mereka dapat tetap menjalankan peran domestik sambil menciptakan nilai ekonomi bagi keluarga (Widyastuti & Laksmi, 2020).

Dengan modal kecil, dukungan lingkungan, dan keberanian untuk mencoba, usahanya perlahan berkembang. Pemasaran digital dan rekomendasi dari mulut ke mulut memperluas jangkauan pelanggan. Sejak saat itu, memasak tidak lagi sekadar hobi, tetapi menjadi pintu bagi Sang Ibu untuk membangun kemandirian ekonomi sekaligus meningkatkan kesejahteraan keluarga.

#### **TITIK BALIK PERKEMBANGAN USAHA**

Perkembangan usaha Sang Ibu tidak terjadi secara tiba-tiba. Setelah beberapa waktu menjual produk secara konsisten, titik balik penting muncul ketika ia mulai memanfaatkan media sosial secara lebih serius. Pada awalnya ia hanya membagikan foto makanan sebagai dokumentasi pribadi, tetapi ternyata unggahan tersebut mendapat respons positif dari banyak orang. Jumlah pengikutnya terus meningkat, dan dari situ pemesanan mulai datang lebih sering, bahkan mencapai ratusan porsi pada hari-hari tertentu. Fenomena ini menunjukkan bagaimana media sosial dapat menjadi jembatan bagi pelaku usaha rumahan untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa biaya promosi yang besar. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menegaskan bahwa pemanfaatan media sosial dapat meningkatkan eksposur, kepercayaan konsumen, dan pertumbuhan UMKM secara signifikan (Ramadhani, 2022).

Selain itu, kolaborasi dengan jasa titip (*jastiper*) juga menjadi pemicu berkembangnya usaha. *Jastiper* yang memiliki jaringan pelanggan tetap sering memesan produknya dalam jumlah besar, sehingga volume produksi harian meningkat secara stabil. Kerja sama ini memberi keuntungan ganda, Sang Ibu memiliki pelanggan tetap, sementara *jastiper* mendapatkan komisi dari penjualan. Pola hubungan timbal balik ini merupakan bentuk modal sosial yang berperan besar dalam mempercepat perkembangan usaha. Modal sosial, seperti jaringan pertemanan dan kepercayaan konsumen, memang memiliki peran penting dalam menaikkan kapasitas produksi dan memperluas pasar UMKM, sebagaimana dijelaskan dalam studi tentang dinamika usaha kecil di Indonesia (Prasetyo & Aulia, 2020).

Titik balik lainnya adalah meningkatnya rasa percaya diri. Ketika usahanya mulai dikenal oleh masyarakat sekitar dan berbagai pemesanan datang setiap hari, ia merasa bahwa keterampilannya tidak hanya dihargai, tetapi juga dibutuhkan. Momentum ini membuatnya lebih berani mengambil keputusan, menambah varian menu, serta meningkatkan kualitas produksi. Pada tahap ini, usaha kuliner rumahan yang awalnya dimulai dari dapur sederhana berkembang menjadi aktivitas ekonomi yang terstruktur dan berkelanjutan. Dengan kombinasi keterampilan, jejaring sosial, dan kemampuan memanfaatkan teknologi, Sang Ibu berhasil mengubah hobi memasak menjadi usaha yang memberikan manfaat ekonomi nyata bagi keluarganya.

#### **ANALISIS MODAL**

Modal menjadi salah satu aspek krusial dalam perjalanan usaha Sang Ibu. Pada tahap awal, ia memulai usahanya hanya dengan modal sekitar dua ratus hingga tiga ratus ribu rupiah yang berasal dari pendapatan suaminya. Modal tersebut digunakan sepenuhnya untuk membeli bahan baku, sementara seluruh peralatan memasak memanfaatkan apa yang sudah tersedia di rumah. Keputusan untuk memulai usaha dari sumber daya yang

ada merupakan strategi yang umum dilakukan oleh pelaku usaha mikro, terutama ibu rumah tangga, karena mereka cenderung berfokus pada efisiensi biaya agar risiko kerugian tetap rendah. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa UMKM rumahan biasanya mengandalkan modal pribadi atau bantuan keluarga dalam fase awal karena akses terhadap pembiayaan formal masih terbatas (Sari & Hidayat, 2021).

Seiring meningkatnya permintaan, kebutuhan modal usaha juga bertambah. Sang Ibu mulai membeli bahan baku dalam jumlah lebih besar, memperbaiki beberapa peralatan dapur, dan menambah variasi menu untuk memenuhi selera pelanggan. Pada titik tertentu, ia sempat memanfaatkan Kredit Usaha Rakyat (KUR) dari Pegadaian karena bunganya kecil dan proses pengajuannya relatif mudah. Akses terhadap pembiayaan formal seperti KUR memberikan ruang bagi pelaku UMKM untuk memperluas kapasitas produksi dan meningkatkan kualitas produk. Temuan ini sejalan dengan kajian akademik yang menyatakan bahwa pembiayaan mikro berperan penting dalam mendorong pertumbuhan usaha kecil, karena memberikan modal tambahan yang dapat digunakan untuk investasi produktif (Lestari & Widodo, 2020).

Modal yang dimiliki Sang Ibu bukan hanya bersifat finansial, tetapi juga mencakup modal manusia dan modal sosial. Kemampuan memasaknya yang terlatih bertahun-tahun menjadi modal keterampilan yang mendukung keberlanjutan usaha. Selain itu, hubungan baik dengan tetangga dan pelanggan memberikan nilai tambah berupa kepercayaan dan loyalitas, yang secara tidak langsung juga berfungsi sebagai modal penting. Dengan perpaduan ketiga modal tersebut, usahanya berkembang secara bertahap namun konsisten, menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM tidak hanya ditentukan oleh besarnya dana awal, tetapi juga oleh kemampuan memanfaatkannya secara efektif dan membangun jaringan kepercayaan di lingkungan sekitar.

### **OPERASIONAL USAHA**

Operasional usaha Sang Ibu berjalan secara konsisten setiap hari dan telah berkembang menjadi pola kerja yang teratur. Rutinitas paginya dimulai dengan menyiapkan kebutuhan produksi, dimulai dari kegiatan berbelanja bahan baku sekitar pukul tujuh hingga delapan pagi. Pada tahap ini, ia memilih untuk membeli bahan segar setiap hari agar kualitas produknya tetap terjaga. Setelah bahan terkumpul, proses produksi berlangsung hingga menjelang siang. Pada momen inilah seluruh dimsum dibuat secara manual, mulai dari pengolahan adonan, pembentukan, hingga pengukusan. Setiap proses dikerjakan dengan cermat karena ia meyakini bahwa kualitas produk merupakan kunci agar pelanggan tetap kembali.

Pada sore hari, Sang Ibu membuka lapak mulai pukul setengah empat hingga menjelang magrib. Selain menjual langsung kepada pembeli yang datang, ia juga melayani pemesanan melalui WhatsApp dan akun Facebook. Pola penjualan ganda (offline dan online) ini terbukti efektif untuk menjangkau pelanggan dari berbagai kalangan, mulai dari tetangga, pegawai kantor, hingga ibu rumah tangga lain yang tidak sempat memasak. Praktik semacam ini selaras dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang memanfaatkan platform digital dalam operasionalnya cenderung mengalami peningkatan jangkauan pasar dan penjualan (Pratama & Ningsih, 2022).

Dalam produksi harian, Sang Ibu mampu menghasilkan hingga lima ratus dimsum, jumlah yang cukup besar untuk usaha rumahan. Pada hari-hari tertentu ia dibantu oleh tetangga yang turut serta dalam proses pengemasan dan penjualan. Keterlibatan tetangga bukan hanya membantu mempercepat pekerjaan, namun juga memperkuat hubungan sosial

yang menjadi modal penting dalam keberlangsungan usaha rumahan. Penelitian sebelumnya juga menjelaskan bahwa dukungan sosial dari lingkungan sekitar dapat meningkatkan efisiensi operasional UMKM, terutama pada usaha skala rumah tangga yang mengandalkan kolaborasi informal (Wahyuni, 2021).

Dengan pola operasional yang tertata, produk yang konsisten, serta dukungan lingkungan sekitar, usaha Sang Ibu berhasil bertahan dan terus berkembang. Pengaturan waktu yang efektif membuatnya mampu menyeimbangkan peran sebagai ibu rumah tangga sekaligus pelaku usaha, sebuah kondisi yang mencerminkan dinamika UMKM rumahan di banyak daerah di Indonesia.

### **DAMPAK EKONOMI**

Usaha kuliner rumahan yang dijalankan Sang Ibu memberikan dampak ekonomi yang signifikan bagi keluarganya. Meskipun awalnya hanya dimaksudkan sebagai aktivitas sampingan, usaha ini kemudian berkembang menjadi sumber pendapatan tambahan yang cukup stabil. Pendapatan harian dari penjualan dimsum dan menu lainnya membantu memenuhi berbagai kebutuhan rumah tangga, terutama pada masa-masa ketika pengeluaran meningkat atau saat menghadapi kondisi finansial yang tidak menentu. Kehadiran pemasukan tambahan ini menjadi penyokong keuangan keluarga, sehingga mereka tidak hanya bergantung pada pendapatan suami saja. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa UMKM rumahan memiliki kontribusi penting dalam meningkatkan ketahanan ekonomi keluarga, khususnya bagi masyarakat berpendapatan menengah ke bawah (Lestari, 2021).

Selain manfaat finansial, usaha ini juga memberi ruang bagi Sang Ibu sendiri untuk lebih mandiri secara ekonomi. Ia dapat memenuhi beberapa kebutuhan pribadi tanpa harus meminta kepada suami, mulai dari kebutuhan sehari-hari hingga keperluan tambahan yang sifatnya lebih pribadi. Kondisi ini tidak hanya meningkatkan kemandirian, tetapi juga berdampak pada rasa percaya dirinya sebagai perempuan yang mampu memberikan kontribusi nyata bagi keluarganya. Penelitian lain juga menemukan bahwa aktivitas ekonomi yang dilakukan perempuan di ranah domestik mampu meningkatkan posisi tawar mereka dalam keluarga sekaligus memperkuat kesejahteraan rumah tangga secara keseluruhan (Rahmadani & Siregar, 2022). Lebih jauh lagi, usaha ini turut memberikan dampak sosial di lingkungan sekitar. Pelanggan yang semakin banyak, hubungan baik dengan tetangga, dan interaksi dengan konsumen melalui media sosial menjadikan usaha ini sebagai bagian dari dinamika ekonomi masyarakat lokal. Perputaran ekonomi berskala kecil seperti ini berpengaruh terhadap munculnya solidaritas sosial, kerja sama antarwarga, dan berkembangnya budaya wirausaha di lingkungan tempat tinggalnya. Dengan demikian, dampak ekonomi yang tercipta tidak hanya dirasakan oleh keluarga, tetapi juga oleh komunitas kecil yang ada di sekitarnya.

### **PENGEMBANGAN USAHA**

Seiring berjalannya waktu, Sang Ibu mulai memikirkan arah pengembangan usaha kulinernya. Pengalaman bertahun-tahun menjalankan produksi makanan dari rumah membuatnya memahami pola permintaan pelanggan, waktu penjualan terbaik, serta jenis produk yang paling diminati. Dari sinilah muncul keinginan kuat untuk memperluas skala usaha agar dapat memberikan dampak ekonomi yang lebih besar bagi keluarganya. Ia bercita-cita membuka tempat usaha yang lebih layak, memperluas jaringan pemasaran, sekaligus memproduksi makanan dalam jumlah yang lebih besar. Pola pikir mengenai ekspansi usaha seperti ini sering muncul pada pelaku UMKM rumahan yang sudah melewati fase stabil dan ingin meningkatkan daya saing produknya (Putri, 2021).

Selain memperbesar kapasitas produksi, Sang Ibu memiliki rencana untuk melibatkan lebih banyak ibu rumah tangga di sekitarnya sebagai bagian dari proses pengembangan usaha. Selama ini ia hanya dibantu beberapa tetangga, namun melihat permintaan yang semakin meningkat, ia berharap dapat menciptakan ruang kerja tambahan bagi ibu-ibu yang membutuhkan pemasukan. Harapan ini muncul dari keyakinannya bahwa keberhasilan usaha seharusnya dapat dirasakan secara kolektif oleh masyarakat sekitar. Temuan serupa juga dijelaskan dalam penelitian yang menyebutkan bahwa usaha kuliner rumahan sering menjadi sarana pemberdayaan perempuan dan wadah untuk mengembangkan solidaritas sosial melalui kerja kolaboratif (Yuliani, 2022).

Inovasi produk juga menjadi bagian penting dari strategi pengembangan usahanya. Ia mulai memproduksi dimsum dalam bentuk frozen agar dapat menjangkau konsumen yang membutuhkan produk tahan lama serta mempermudah proses distribusi. Selain itu, ia mengakui bahwa variasi produk diperlukan agar usaha tetap relevan di tengah persaingan kuliner yang semakin ketat. Namun, proses pengembangan usaha ini tidak lepas dari tantangan, terutama fluktuasi harga bahan baku yang sering kali menyulitkan penentuan harga jual. Ia berharap pemerintah dapat memberikan perhatian lebih dalam menstabilkan harga bahan pangan serta menyediakan dukungan bagi pelaku UMKM kecil agar mereka memiliki posisi yang lebih kuat dalam pasar lokal. Dengan semua langkah dan harapan tersebut, Sang Ibu tidak hanya berusaha memperbesar usahanya, tetapi juga membangun fondasi ekonomi yang lebih berkelanjutan baik bagi keluarga maupun lingkungan sekitarnya. Pengembangan usaha baginya bukan sekadar soal pertumbuhan pendapatan, tetapi juga tentang bagaimana usaha tersebut dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat kecil.

### **MAKNA MANDIRI SECARA EKONOMI**

Bagi Sang Ibu, makna kemandirian ekonomi tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menghasilkan uang, tetapi juga bagaimana ia dapat berperan lebih dalam mendukung kesejahteraan keluarganya. Ia memandang bahwa menjadi mandiri berarti mampu memenuhi kebutuhan rumah tangga tanpa sepenuhnya mengandalkan pendapatan suami. Setiap keuntungan dari usaha kuliner yang ia jalankan memberinya ruang untuk memenuhi kebutuhan primer, membeli kebutuhan anak, hingga kadang memanjakan diri dengan hal-hal kecil yang sebelumnya sulit ia lakukan. Pemaknaan personal seperti ini banyak ditemukan pada perempuan pelaku usaha rumahan karena aktivitas ekonomi memberi mereka ruang untuk memiliki kontrol finansial sendiri (Rahmadani, 2022).

Selain itu, rasa mandiri bagi Sang Ibu tumbuh dari meningkatnya kepercayaan diri sebagai seorang perempuan. Selama menjalankan usaha kuliner, ia merasa lebih dihargai dan dianggap berperan penting dalam keputusan keluarga. Kemampuannya mengolah makanan, melayani pelanggan, dan mengatur keuangan usaha secara mandiri membuatnya menyadari bahwa keterampilan yang ia miliki dapat menjadi sumber kekuatan ekonomi. Penelitian mengenai pemberdayaan ekonomi perempuan menunjukkan bahwa keterlibatan perempuan dalam usaha mikro tidak hanya meningkatkan pendapatan keluarga, tetapi juga memberikan perubahan psikologis berupa rasa percaya diri, kemampuan mengambil keputusan, serta peran yang lebih signifikan dalam dinamika rumah tangga (Sari, 2021).

Kemandirian ekonomi juga ia maknai sebagai bentuk ketangguhan. Dalam situasi tertentu ketika pendapatan suami sedang menurun, usaha kuliner yang ia jalankan menjadi penopang finansial keluarga. Pengalaman tersebut membuatnya memahami bahwa usaha kecil sekalipun dapat menjadi penyelamat jika dikelola dengan sabar dan konsisten.

Baginya, mandiri berarti memiliki alternatif pemasukan yang stabil, sehingga keluarga tidak mudah goyah ketika menghadapi tekanan ekonomi.

Dengan cara pandang tersebut, kemandirian ekonomi bagi Sang Ibu tidak hanya menyentuh aspek finansial, tetapi juga aspek sosial, psikologis, dan peran dalam keluarga. Usaha yang ia jalankan menjadi ruang aktualisasi diri, sarana bertahan, dan bukti bahwa perempuan memiliki kapasitas besar untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi rumah tangga maupun masyarakat.

### **DOKUMENTASI**



### **KESIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan usaha kuliner rumahan yang dijalankan oleh Sang Ibu IRT memiliki peran penting dalam memperkuat ekonomi keluarga dan masyarakat. Melalui wawancara yang dilakukan, terlihat bahwa proses usaha yang ia jalankan tidak sekadar berangkat dari hobi memasak, tetapi berkembang menjadi aktivitas ekonomi yang mampu memberikan dampak nyata bagi kehidupan sehari-hari. Kemandiriannya dalam mengelola usaha, mulai dari perencanaan produksi hingga pemasaran, membuktikan bahwa perempuan memiliki kapasitas besar dalam berkontribusi pada perekonomian lokal.

Kegiatan usaha yang dirintis Sang Ibu IRT sejak 2018 tidak hanya menghasilkan pendapatan tambahan, tetapi juga membantu menciptakan ruang pemberdayaan bagi dirinya sendiri. Ia mengalami pertumbuhan secara personal, terutama dalam hal kepercayaan diri, kemampuan mengambil keputusan, serta pemahaman mengenai pentingnya kemandirian finansial dalam rumah tangga. Usaha kuliner yang ia jalankan menjadi wadah pembelajaran sekaligus penguatan peran perempuan dalam konteks UMKM.

Hasil penelitian juga memperlihatkan bahwa modal finansial bukan satu-satunya faktor penentu keberhasilan usaha. Modal sosial dan modal keterampilan justru memainkan peran penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha, terutama dalam konteks usaha rumahan yang sangat mengandalkan kedekatan dengan komunitas sekitar. Selain itu, perkembangan usaha Sang Ibu IRT menunjukkan bahwa pemasaran digital dan

jejaring pelanggan memiliki kontribusi signifikan dalam memperluas jangkauan penjualan.

Dari keseluruhan temuan, dapat disimpulkan bahwa usaha kuliner rumahan yang dikelola oleh ibu rumah tangga memiliki potensi besar dalam meningkatkan kemandirian ekonomi dan membantu menopang stabilitas ekonomi keluarga. Keterlibatan perempuan dalam UMKM tidak hanya berperan pada pemenuhan kebutuhan finansial, tetapi juga membuka peluang bagi peningkatan kualitas hidup, penguatan peran sosial, serta pembentukan budaya kewirausahaan di tingkat rumah tangga dan masyarakat.

## REFERENSI

### SUMBER PRIMER

1. Wawancara Pribadi (2025). Wawancara mendalam dengan *Sang Ibu* (nama disamarkan), pelaku usaha kuliner rumahan, dilakukan melalui WhatsApp pada tanggal 27 November 2025.
2. Observasi Lapangan (2025). Observasi langsung kegiatan produksi dan penjualan kuliner rumahan yang dilakukan di kediaman pelaku usaha di Lamongan, Jawa Timur, pada bulan Oktober–November 2025.
3. Partisipasi Penjualan (2025). Pengalaman peneliti sebagai pedagang dalam penjualan produk kuliner milik pelaku usaha pada kegiatan Wisuda Kampus Universitas Sunan Drajat Lamongan, 9 November 2025.

### SUMBER SEKUNDER

- Afrizal, D., & Rahmawati, Y. (2023). "Implementasi Studi Kasus dalam Penelitian Sosial: Peluang dan Tantangan." *Jurnal Sosiologi dan Pembangunan*, Vol. 9 No. 2.
- Cut Putri Mellita Sari, et al. (2025). "Kreatif Berbisnis Kuliner: Pelatihan Pembuatan Dimsum Untuk Start-Up Muda." *Jurnal Pengabdian Kreativitas (JPek)*, Vol. 4 No. 1.
- Lestari, A., & Widodo, S. (2020). "Pengaruh Pembiayaan Mikro terhadap Pengembangan Kapasitas UMKM." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, Vol. 12 No. 1.
- Lestari, M. (2021). "Peran UMKM Rumahan dalam Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Keluarga." *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Daerah*, Vol. 5 No. 2.
- Lestari, M., & Putra, D. (2022). "Akses Permodalan UMKM melalui Kredit Usaha Rakyat dan Dampaknya terhadap Pengembangan Usaha." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, Vol. 9 No. 2.
- Malihah, L., Sari, A. N., & Zaitun. (2024). "Peluang dan Tantangan Pada Industri Rumah Tangga Kuliner: Tinjauan Literatur." *BISEI: Jurnal Bisnis dan Ekonomi Islam*, Vol. 9 No. 1.
- Nirmalasari, I. F. A., Sianturi, R., Utami, M. N., & Putri, S. R. (2023). "Analisis Hasil Wawancara UMKM Ibu Rumah Tangga dan Pengaruh terhadap Perekonomian." *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMAK)*.
- Prasetyo, D., & Aulia, R. (2020). "Modal Sosial dan Pertumbuhan UMKM Rumahan di Indonesia." *Jurnal Ekonomi dan Dinamika Pembangunan*, Vol. 9 No. 2.
- Pratama, R., & Ningsih, D. (2022). "Pemanfaatan Media Digital dalam Meningkatkan Penjualan UMKM." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Nusantara*, Vol. 4 No. 1.

- Putri, D. A. (2021). "Strategi Pengembangan UMKM Kuliner Rumahan dalam Meningkatkan Daya Saing Produk." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Nusantara*, Vol. 4 No. 2.
- Rahmadani, L. (2022). "Makna Kemandirian Ekonomi Perempuan dalam Usaha Mikro Rumah Tangga." *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Indonesia*, Vol. 6 No. 1.
- Rahmadani, T., & Siregar, E. (2022). "Kontribusi Perempuan Pelaku UMKM terhadap Kesejahteraan Rumah Tangga." *Jurnal Pemberdayaan dan Kewirausahaan*, Vol. 3 No. 1.
- Rahayu, S. (2023). "Peran Ibu Rumah Tangga dalam UMKM Rumahan dan Kontribusinya terhadap Pendapatan Keluarga." *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol. 12 No. 1.
- Ramadhani, N. R. (2022). "Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM Kuliner." *Jurnal Manajemen Pemasaran Indonesia*, Vol. 13 No. 1.
- Reviana, E., & Subekti, K. (2024). "Peran Perempuan dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat melalui UMKM Berbasis Pengetahuan Khas Perempuan di Wilayah DKI Jakarta." *Jurnal Ilmiah Edunomika*.
- Sari, D. A. (2021). "Perempuan dan Usaha Rumahan: Transformasi Peran Domestik Menuju Aktivitas Ekonomi Produktif." *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat*, Vol. 6 No. 2.
- Sari, N. L. (2021). "Pemberdayaan Perempuan Melalui Aktivitas UMKM dalam Meningkatkan Peran Ekonomi Keluarga." *Jurnal Sosial Humaniora Nusantara*, Vol. 5 No. 2.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wahyuni, S. (2021). "Peran Dukungan Sosial dalam Efisiensi Operasional UMKM Rumahan." *Jurnal Sosial dan Ekonomi Pembangunan*, Vol. 8 No. 2.
- Widyastuti, R., & Laksmi, H. (2020). "Keterlibatan Ibu Rumah Tangga dalam UMKM dan Fleksibilitas Kerja di Sektor Informal." *Jurnal Sosial dan Kewirausahaan Nusantara*, Vol. 8 No. 1.
- Yuliani, S. (2022). "Pemberdayaan Perempuan Melalui UMKM Kuliner di Lingkungan Rumah Tangga." *Jurnal Pengembangan Masyarakat Indonesia*, Vol. 7 No. 1