

Pemberdayaan Ibu-Ibu Pengusaha Abon Telur melalui Penerapan *E-Commerce*, Penguatan Manajemen Usaha, dan Legalitas di Kabupaten Bone

Rahmat Hidayat¹, Mahmuddin², Muhammad Nur Alam³

¹²³Universitas Negeri Makassar, Indonesia

¹rahmat.hidayat@unm.ac.id, ²mahmuddin@unm.ac.id, ³m.nur.alam@unm.ac.id

Article Info

Kata Kunci:

Abon, e-commerce, pemasaran, manajemen usaha, legalitas

Copyright © 2025
The Author(s)



Lisensi: cc-by-sa

Abstrak

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian lokal, termasuk usaha rumah tangga pengolahan abon telur di Kabupaten Bone. Mitra kegiatan ini menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan pemasaran yang hanya mengandalkan WhatsApp story, belum adanya pencatatan keuangan, serta lemahnya legalitas dan branding produk. Program pemberdayaan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas mitra melalui pemanfaatan e-commerce, pelatihan manajemen usaha, pengembangan desain kemasan, serta pendampingan pengurusan legalitas usaha. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, serta pendampingan berkelanjutan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam keterampilan mitra mengoperasikan e-commerce, pembukuan keuangan sederhana, pengemasan produk, serta pengurusan legalitas. Kegiatan ini mendukung pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs) terutama tujuan 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) dan tujuan 9 (Inovasi dan Infrastruktur). Dengan demikian, program ini mampu meningkatkan daya saing UMKM lokal, memberdayakan perempuan, serta memperkuat ekonomi masyarakat.

Pendahuluan

UMKM merupakan sektor strategis yang berkontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Salah satu bentuk UMKM yang berkembang adalah usaha pengolahan abon telur di Desa Talungeng, Kecamatan Barebbo, Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan. Usaha ini memiliki potensi besar karena ketersediaan bahan baku yang melimpah dari peternakan ayam petelur di wilayah tersebut. Produk yang dihasilkan berupa abon telur memiliki cita rasa khas dan daya simpan cukup lama.

Salah satu Industri Rumah Tangga yang ada di Kabupaten Bone adalah usaha dari Ibu Nurbulan. IRT tersebut terletak di Galung RT. 001, RW. 003 Desa Talungeng, Kecamatan Barebbo, Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan. Industri kecil yang dijalankan oleh IRT ini, merupakan Industri Rumah Tangga yang memproduksi abon telur. Usaha produksi hasil industri rumah tangga tersebut telah lama dilakukan untuk menambah pendapatan. Tenaga kerja yang digunakan mitra untuk menghasilkan kapasitas produksi tersebut adalah enam orang.

Kelompok ibu-ibu pengusaha abon telur di Desa Talungeng, Kecamatan Barebbo ini memiliki potensi besar dalam mendukung perekonomian lokal. Hal ini juga didukung bahwa di daerah tersebut banyak usaha ayam petelur, yang merupakan bahan utama produk ini. Produk yang dihasilkan berupa abon telur dengan spesifikasi rasa gurih dan tahan lama. Namun, jumlah produksi dan mutu produk belum konsisten karena kurangnya control kualitas yang baik.

Dari segi pemasaran, mitra juga sudah berupaya untuk menerapkan e-commerce meskipun belum maksimal, hal ini dapat dilihat dari penggunaan teknologi informasi masih sebatas menggunakan media Whatsapp sebagai media komunikasi. Disamping coverage (cakupan) dari produk yang dijual sangat terbatas karena hanya mengandalkan status (story) Whatsapp sebagai media marketing kepada calon pembeli, dari sisi laporan juga tidak memungkinkan secara otomatis untuk dibentuk kedalam laporan penjualan. Selain itu karena hanya menggunakan story Whatsapp berakibat calon konsumen tidak mendapatkan informasi yang up to date berkaitan dengan katalog produk yang dijual. Selain itu pemesanan hanya melalui media social tidak dapat dijadikan alat bantu untuk mengorganisasi pesanan yang masuk secara otomatis yang dapat disesuaikan dengan harga dan ketersediaan produk saat ini. Pemasaran yang dilakukan juga masih terbatas pada ruang dan waktu sehingga diperlukan alternatif lainnya yang dapat digunakan oleh calon konsumen untuk memesan produk Dimana dan kapan saja.

Kendala lainnya adalah dari segi manajemen usaha, belum dilakukan dokumentasi berupa pembukuan keuangan, sehingga pengelolaan tidak optimal. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan anggota kelompok ini juga menjadi penyebab utama kurangnya hasil maksimal.

Aspek legalitas juga menjadi permasalahan signifikan. Hingga saat ini, mitra belum memiliki Izin Usaha Industri (IUI) dan Hak Kekayaan Intelektual (HKI), yang mengakibatkan kesulitan dalam mendapatkan bantuan usaha dan memperluas pangsa pasar. Dari sisi manajemen packaging, mitra belum memiliki packaging khusus dan hanya menggunakan wadah kotak mika pada produk abon telur, sehingga rentan menghadapi persaingan. Selain itu, branding produk juga masih lemah, menyebabkan rendahnya daya saing di pasar.

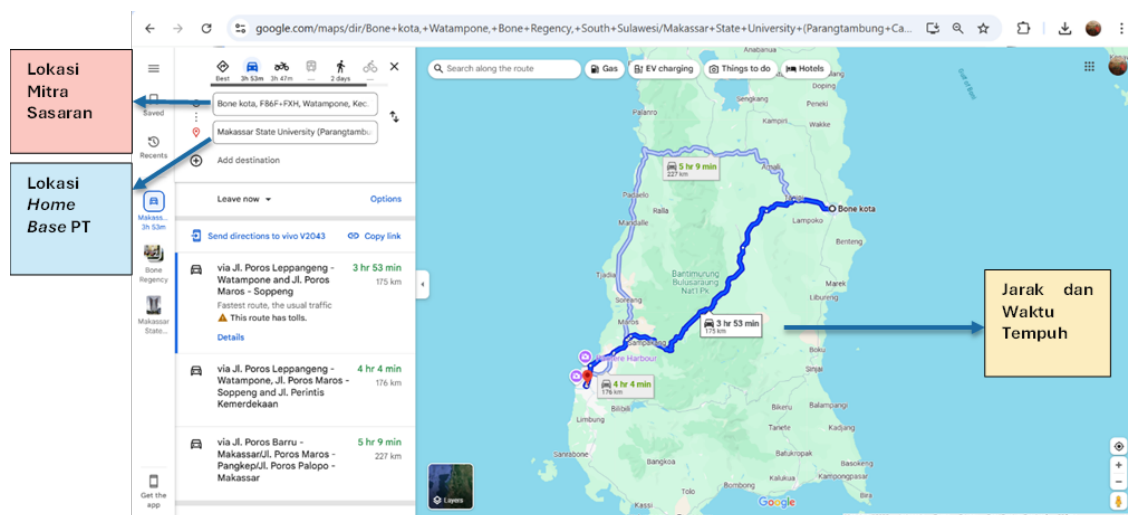
Beberapa riset tim peneliti yang mendukung dan sesuai dengan solusi permasalahan mitra diantaranya adalah Nurasia dkk (2023), Souisa dkk (2025), Judijanto dkk (2025) untuk permasalahan media pemasaran, Mahmuddin (2024),

Alam (2024) untuk permasalahan pengemasan produk; Hidayat dkk (2025), Putra (2025) manajemen usaha; Harapan (2025) untuk permasalahan kualitas produk; Rama (2025) untuk permasalahan legalitas usaha.

Program pemberdayaan ini dirancang untuk menjawab permasalahan tersebut melalui pendekatan pelatihan, pendampingan, dan penerapan teknologi. Kegiatan ini selaras dengan tujuan SDGs, khususnya poin 8 tentang pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi serta poin 9 tentang inovasi dan infrastruktur. Selain itu, program ini mendukung Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi, yaitu memberikan pengalaman belajar di luar kampus bagi mahasiswa dan meningkatkan kontribusi dosen di masyarakat.

Metode

Kecamatan Barebbo di Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan, merupakan wilayah dengan potensi pertanian dan peternakan yang besar, ditunjang oleh ketersediaan lahan produktif serta usaha ayam petelur yang melimpah sebagai penyedia bahan baku olahan pangan. Kecamatan ini terdiri dari 18 desa dengan mayoritas masyarakat bergerak di sektor agraris, seperti padi, jagung, dan peternakan rakyat, termasuk usaha pengolahan abon telur di Desa Talungeng. Meski demikian, tantangan masih dihadapi berupa keterbatasan akses teknologi, pemasaran digital, dan penguatan legalitas usaha yang menghambat daya saing produk lokal. Upaya pemerintah daerah melalui program ketahanan pangan dan sanitasi berbasis masyarakat menunjukkan dukungan terhadap pembangunan berkelanjutan, namun partisipasi UMKM dalam digitalisasi masih minim. Kondisi ini menjadikan Barebbo sebagai lokasi strategis untuk penerapan program pemberdayaan yang mengintegrasikan inovasi teknologi, penguatan manajemen usaha, serta branding produk, guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang lebih inklusif.



Gambar 1. Peta lokasi mitra

Metode pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari beberapa tahap:

1. Persiapan: meliputi survei lapangan, wawancara dengan mitra, dan koordinasi program.
2. Pelaksanaan:
 - a. Pelatihan dan pendampingan penggunaan e-commerce untuk pemasaran produk.
 - b. Pengembangan desain kemasan dan pelatihan fotografi produk.
 - c. Pelatihan manajemen usaha, termasuk pencatatan keuangan, perencanaan bisnis, dan pengendalian keuangan.
 - d. Pendampingan pengurusan legalitas (IUI dan HKI).
3. Evaluasi: monitoring hasil pelatihan, uji coba aplikasi e-commerce, serta evaluasi efektivitas pencatatan keuangan dan desain kemasan.
4. Keberlanjutan: mitra didorong untuk mengelola e-commerce dan manajemen usaha secara mandiri dengan konsultasi berkala.

Metode pendekatan yang digunakan adalah kombinasi sosialisasi, pelatihan partisipatif, dan transfer teknologi dengan melibatkan peran aktif mitra. Mahasiswa dilibatkan sebagai fasilitator pendamping sehingga turut mendapatkan pengalaman praktis di lapangan.

Hasil

Program pemberdayaan kepada masyarakat dilaksanakan selama delapan bulan di Desa Talungeng, Kecamatan Barebbo, Kabupaten Bone, dengan melibatkan 6 orang ibu-ibu pengusaha abon telur. Tingkat partisipasi mitra cukup tinggi, tercatat 100% anggota kelompok mengikuti setiap sesi pelatihan dan pendampingan.





Gambar 2. Dokumentasi kegiatan

Secara umum, kegiatan berhasil dilaksanakan sesuai rencana, mulai dari pelatihan e-commerce, pengembangan kemasan produk, pelatihan manajemen usaha, hingga pendampingan pengurusan legalitas. Ketercapaian kegiatan sebelum dan setelah dilakukan pendampingan dapat disajikan dalam tabel berikut:

Permasalahan	Sebelum	Setelah
Permasalahan media pemasaran untuk pemesanan produk	Pemasaran mitra hanya dari mulut ke mulut, sesekali menggunakan status <i>Whatsapp</i>	Mitra mampu dalam menggunakan e-commerce yang dibangun tim PKM
Permasalahan media pemasaran untuk pengenalan produk (Belum adanya perhatian mitra terkait pengemasan dan desain produk)	Mitra hanya menggunakan wadah plastik atau kemasan mica	Mitra telah menggunakan kemasan yang baik dan menarik
Proses manajemen usaha yang belum berjalan	Mitra tidak melakukan pembukuan usaha	Mitra telah mengetahui administrasi transaksi keuangan, mengukur performa bisnis, merencanakan bisnis
Menambah jumlah dan kualitas produksi	Belum menggunakan spinner, sehingga produk terkesan berminyak	Produk yang dihasilkan lebih kering dengan bantuan spinner
Aspek legalitas baik dari segi adanya izin usaha industri (IUI) dan hak kekayaan intelektual (HKI) yang belum ada	Mitra belum mengetahui pentingnya izin usaha dan tata cara pengajuan izin usaha	Mitra telah mengetahui pentingnya izin usaha dan tata cara pengajuan izin usaha

Evaluasi pre-test menunjukkan bahwa hanya 32% mitra yang memiliki pengetahuan dasar mengenai pemasaran digital, sedangkan setelah program berakhir angka ini meningkat menjadi 85%. Penerapan aplikasi e-commerce berbasis website sederhana memungkinkan mitra memperluas jangkauan pemasaran; rata-rata jumlah pesanan bulanan meningkat sekitar 35% dibandingkan kondisi awal.

Dalam aspek pengemasan, produk abon telur kini menggunakan toples plastik berlabel dan hang tag, sehingga lebih menarik dan informatif. Hasil survei konsumen menunjukkan 91% responden menilai kemasan baru lebih profesional dibanding sebelumnya. Sementara itu, pelatihan manajemen usaha menghasilkan peningkatan keterampilan pencatatan keuangan, dengan 85% mitra mampu menyusun laporan arus kas sederhana, yang sebelumnya sama sekali belum dilakukan.

Dari sisi legalitas, mitra telah mengetahui tata cara mendaftarkan Izin Usaha Industri (IUI) dan pengajuan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) untuk merek dagang. Keberhasilan ini penting karena membuka peluang akses bantuan modal dan memperluas jaringan pemasaran formal. Dampak ekonomi juga mulai terlihat, dengan peningkatan pendapatan rata-rata rumah tangga mitra tiga bulan pertama setelah program, serta terbukanya peluang kerja tambahan bagi dua orang warga sekitar.

Hasil-hasil tersebut sejalan dengan penelitian Nurasia et al. (2021) yang menegaskan pentingnya pengemasan produk untuk meningkatkan nilai jual, serta Souisa et al. (2025) yang menunjukkan efektivitas strategi pemasaran digital dalam meningkatkan penjualan UMKM. Dengan demikian, program ini membuktikan bahwa integrasi inovasi teknologi, penguatan manajemen, dan pendampingan legalitas dapat menjadi model efektif dalam meningkatkan daya saing UMKM berbasis komunitas.

Simpulan

Program pemberdayaan ibu-ibu pengusaha abon telur di Kabupaten Bone melalui penerapan e-commerce, penguatan manajemen usaha, dan pendampingan legalitas terbukti mampu meningkatkan daya saing produk lokal. Hasil kegiatan meliputi peningkatan pemasaran digital, perbaikan desain kemasan, pencatatan keuangan yang lebih tertib, serta kemajuan dalam pengurusan legalitas usaha. Kegiatan ini tidak hanya memberi manfaat ekonomi, tetapi juga sosial, seperti pemberdayaan perempuan dan peningkatan peran masyarakat dalam kegiatan ekonomi produktif. Dengan dukungan teknologi dan inovasi, UMKM lokal dapat bertransformasi menjadi usaha yang lebih berdaya saing dan berkelanjutan.

Ucapan Terima Kasih

Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat di bawah Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi (Kemdiktisaintek) sesuai dengan kontrak pengabdian masyarakat nomor 080/C3/DT.05.00/PM/2025 yang telah membiayai kegiatan ini.

Daftar Pustaka

- Alam MN, Wijaya MW, Cahyani VP, Muzaini M. Pelatihan Manajemen Pemasaran Berbasis Digital pada Kelompok Pengrajin Batok Kelapa di Desa Panciro Kabupaten Gowa. *Jurnal Abdimas Indonesia*. 2024;4(2):597-602.
- Harahap K, Suwastika IW, Mahmuddin, Pahrul SP. Buku ajar perencanaan dan pengembangan bisnis: based case study: Medan: Media Penerbit Indonesia: 2024.
- Hidayat N, Iriani N, Rostini, Mahmuddin, Darmaesti, Wahyudi F, Esso AS, Soeprpto A, Kamaluddin. Pengantar Manajemen Proses Bisnis. 1. CV Rey Media Grafika: 2025.
- Judijanto L, Oktawiranti A, Zainurossalamia S, Mahmuddin M, Antoni A. Bibliometric Analysis of Digital Transformation in Business Strategic. *West Science Business and Management*. 2025: 25: 1- 1216.
- Mahmuddin M, Iswakarni O. Pemberdayaan masyarakat melalui pendidikan kewirausahaan: Studi kasus pada usaha mikro kecil menengah (UMKM) di wilayah perkotaan (Kota Pare-Pare, Sulawesi Selatan). *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 2024;1(3):273-89.
- Nurasia N, Hidayat R, Al Anshori F. Pendampingan pengolahan pangan dan pengemasan produk bagi pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) bidang pangan di Kecamatan Bua Kabupaten Luwu. *Jurnal Abdimas Indonesia*. 2021;1(4):49-54.
- Hidayat R, Jumardi A, Kurniadi W. Pendampingan Pemasaran Online Bagi Usaha Kain Tenun di Kampoeng BNI (Pusat Pengrajin Sutra Bugis Sengkang). *Madaniya*. 2023 Aug 15;4(3):1131-9.
- Putra MF, Silamat E. Manajemen Operasi untuk UMKM. Depok: KBM Indonesia: 2025.
- Rama R, Yusniar, Yulianti, Mahmuddin. Pengaruh Orientasi Inovasi, Kepemimpinan Pemilik, Pendidikan Kewirausahaan, dan Kreativitas Terhadap Keberlanjutan Usaha Mikro di Sektor Kuliner Di Indonesia. *IFIJEB*. 2025: 5(1):353-367.
- Souisa W, Mahmuddin, Tutupoho F, Gomies SJ, Ferdinandus L. Efektivitas Strategi Promosi dalam Live Shopping terhadap Tingkat Penjualan di E-Commerce. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*. 2025: 3(1): 29-36.