



Pemberdayaan Ibu PKK melalui Pengembangan Usaha Frozen Food Berbasis Komunitas

Dodi Ria Atmaja¹, Puspita Chairun Nisa², Isniati Dwijayanti³, Andi Hidayat Muhmin⁴, Fachmi Tamzil⁵, Unggul Kustiawan⁶, Ritta Setiyati⁷, Muniroh⁸, Yuanita Arianti⁹, Gilang Pratama Hafidz¹⁰

¹⁻¹⁰Universitas Esa Unggul, DKI Jakarta

e-mail korespondensi*: dodi.riaatmaja@esaunggul.ac.id

History Article	Abstract
Received: 10 August 2026 Revised: 15 August 2026 Accepted: 17 August 2026	Community-based women's economic empowerment requires an approach that goes beyond improving production skills by integrating business management and marketing capabilities. This community service program aimed to strengthen the business capacity of women affiliated with the Family Welfare Empowerment (PKK) group in Meruya Selatan, West Jakarta, through the development of a community-based frozen food business. The partner group consisted of 50 members, with 12 representatives from different neighborhood units directly participating in the program. The program was implemented through five stages: initial socialization and needs assessment, training, application of appropriate technology, mentoring and evaluation, and sustainability strengthening. Program achievement was evaluated through observation, documentation, discussions with participants, and assessment of tangible outputs. The results showed that participants were able to implement more structured frozen food production processes, apply hygiene and sanitation practices, and use production and packaging equipment. Three main frozen food products were developed: frozen risoles, chicken nuggets, and frozen dim sum. In business management, participants applied basic business record-keeping, calculated production costs and selling prices, and established role division within the group. In marketing, the program produced a product identity through branding, labels, and packaging and facilitated the use of WhatsApp Business, social media, and a digital product catalog. Overall, the integration of production, business management, and digital marketing provides a comprehensive community-based empowerment approach for transforming household food-processing skills into organized and potentially sustainable productive economic activities.
Keyword <i>women's empowerment; PKK; frozen food; business management; digital marketing</i>	

To cite this article: Atmaja, D. R. et al. (2026). *Pemberdayaan Ibu PKK melalui Pengembangan Usaha Frozen Food Berbasis Komunitas*. **Kenduri: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat**. 6(2) 2026, Hal: 223-233. <https://doi.org/10.62159/kenduri.v6i.xxx>

PENDAHULUAN

Pemberdayaan ekonomi perempuan merupakan salah satu strategi penting dalam memperkuat ketahanan ekonomi keluarga sekaligus meningkatkan partisipasi perempuan dalam kegiatan ekonomi produktif. Kewirausahaan memberikan peluang bagi perempuan untuk mengembangkan keterampilan, memperoleh sumber pendapatan, dan meningkatkan kapasitas dalam mengelola aktivitas ekonomi. Namun, pengembangan kewirausahaan perempuan, khususnya pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah

(UMKM), masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan kemampuan pengelolaan keuangan, pemasaran, pemanfaatan teknologi, akses terhadap sumber daya, serta pengembangan jaringan usaha. Awalia et al. (2025) menunjukkan bahwa penguatan kewirausahaan perempuan memerlukan pendekatan yang komprehensif melalui pendidikan dan pelatihan kewirausahaan, dukungan pemasaran, pemanfaatan teknologi dan e-commerce, peningkatan literasi keuangan, akses permodalan, serta penguatan jaringan sosial.

Perkembangan teknologi digital membuka peluang yang semakin luas bagi perempuan pelaku usaha untuk memperluas pasar dan meningkatkan aktivitas ekonomi. Digitalisasi tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana pendukung, tetapi telah menjadi bagian penting dalam pengembangan usaha mikro. Laksmanawati dan Yuniawan (2021) menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat mendukung pengembangan UMKM perempuan di Indonesia. Kemampuan menggunakan media sosial dan teknologi dalam aktivitas bisnis menjadi semakin penting karena memungkinkan pelaku usaha memperkenalkan produk, berkomunikasi dengan konsumen, serta menjangkau pasar dengan sumber daya yang relatif terbatas. Noviaristanti et al. (2023) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM, sedangkan Hidayanti et al. (2023) menemukan bahwa kesesuaian penggunaan media sosial dengan kebutuhan dan praktik bisnis berkontribusi terhadap kinerja finansial maupun nonfinansial UMKM.

Pemberdayaan ekonomi perempuan dapat dikembangkan melalui kelompok masyarakat yang telah memiliki struktur organisasi dan jaringan sosial, salah satunya Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK). Kelompok PKK memiliki potensi sebagai basis pengembangan kegiatan ekonomi produktif karena didukung oleh kedekatan antaranggota, struktur kelembagaan, serta interaksi sosial yang telah terbentuk. Pendekatan berbasis kelompok memungkinkan proses pemberdayaan tidak hanya diarahkan pada peningkatan keterampilan individu, tetapi juga pada pemanfaatan sumber daya secara bersama, pembagian peran, penguatan jaringan, dan pengembangan aktivitas ekonomi secara kolektif. Penguatan jaringan sosial tersebut merupakan salah satu aspek yang mendukung pengembangan kewirausahaan perempuan (Awalia et al., 2025).

Salah satu bidang usaha yang potensial dikembangkan melalui kelompok perempuan adalah pengolahan pangan, termasuk produk frozen food. Keterampilan pengolahan makanan yang telah dimiliki dalam rumah tangga dapat dikembangkan menjadi aktivitas produktif yang memiliki nilai ekonomi. Namun, transformasi dari kegiatan pengolahan pangan rumah tangga menjadi usaha komersial membutuhkan kemampuan yang lebih luas daripada sekadar menghasilkan produk. Pelaku usaha perlu memperhatikan standarisasi produksi, higienitas, sanitasi, keamanan pangan, penyimpanan, dan pengemasan. Ernawati et al. (2021) menunjukkan adanya keterkaitan antara pengetahuan dan sikap dengan praktik penanganan pangan. Sejalan dengan itu, Desye et al. (2023) menegaskan bahwa pengetahuan, sikap, dan praktik pengolahan pangan merupakan aspek penting dalam penerapan keamanan pangan. Dengan demikian, pengembangan usaha pangan perlu disertai dengan peningkatan kapasitas produksi yang aman, higienis, dan konsisten.

Selain kemampuan produksi, keberlanjutan usaha juga membutuhkan kemampuan manajerial dan pemasaran. Pelaku usaha perlu memahami komponen biaya produksi, menghitung harga pokok produksi (HPP), menentukan harga jual, melakukan pencatatan transaksi, serta membagi tanggung jawab ketika kegiatan usaha dijalankan secara berkelompok. Pada aspek pemasaran, keberadaan media sosial saja belum cukup apabila tidak disertai kemampuan membangun identitas produk, menyajikan informasi produk, menghasilkan konten, dan mengelola komunikasi dengan konsumen. Roosdhani et al. (2023) menunjukkan pentingnya strategi pemasaran media sosial, keterlibatan pelanggan berbasis media sosial, dan eksposur merek dalam mendukung kinerja media sosial UMKM. Oleh karena itu, pengembangan usaha mikro memerlukan keterpaduan antara kemampuan produksi, pengelolaan usaha, identitas produk, dan pemasaran digital.

Kondisi tersebut relevan dengan kelompok ibu PKK Kelurahan Meruya Selatan, Kecamatan Kembangan, Jakarta Barat, yang menjadi mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Kelompok mitra memiliki 50 anggota dengan latar belakang yang beragam dan memiliki potensi keterampilan dalam pengolahan makanan rumah tangga. Sebanyak 12 orang yang merupakan perwakilan PKK RW dilibatkan secara langsung sebagai peserta utama program. Hasil identifikasi awal menunjukkan bahwa sebagian anggota telah memiliki pengalaman dalam mengolah makanan, tetapi keterampilan tersebut lebih banyak digunakan untuk kebutuhan keluarga dan kegiatan sosial serta belum dikembangkan secara optimal menjadi kegiatan usaha produktif berbasis kelompok.

Pada aspek produksi, mitra belum memiliki proses produksi pangan yang terstandar. Kegiatan pengolahan masih menggunakan peralatan rumah tangga sederhana dan belum didukung prosedur kerja yang memadai, terutama terkait higienitas, sanitasi, konsistensi produk, proses pembekuan, penyimpanan,

dan pengemasan. Keterbatasan sarana produksi juga membatasi kemampuan kelompok dalam meningkatkan efisiensi proses serta mempertahankan mutu produk. Kondisi tersebut menjadi kendala ketika keterampilan pengolahan makanan akan dikembangkan menjadi usaha frozen food yang lebih terstruktur.

Pada aspek manajemen usaha, kegiatan produksi dan penjualan yang dilakukan anggota masih bersifat insidental dan belum didukung sistem pengelolaan usaha yang terorganisasi. Pencatatan biaya dan pendapatan belum dilakukan secara konsisten, perhitungan HPP belum diterapkan secara sistematis, dan pembagian tanggung jawab dalam pengelolaan usaha kelompok belum terbentuk dengan jelas. Kondisi tersebut menyebabkan kelompok mengalami keterbatasan dalam mengetahui biaya produksi, menentukan harga jual, mengevaluasi hasil usaha, serta merencanakan aktivitas usaha secara berkelanjutan.

Permasalahan juga ditemukan pada aspek pemasaran. Produk pangan yang dihasilkan belum memiliki identitas produk yang kuat dan belum didukung komunikasi pemasaran yang terencana. Pemasaran masih mengandalkan lingkungan serta jaringan sosial terdekat, sementara pemanfaatan WhatsApp Business, media sosial, dan katalog digital belum optimal. Produk juga belum didukung secara terintegrasi oleh merek, label, kemasan, foto produk, deskripsi, serta informasi pemesanan. Kondisi tersebut membatasi kemampuan kelompok dalam memperkenalkan produk dan menjangkau konsumen yang lebih luas.

Kondisi mitra menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi keterampilan pengolahan pangan yang telah dimiliki anggota PKK dengan kapasitas yang diperlukan untuk mengembangkan usaha pangan berbasis komunitas. Oleh karena itu, pemberdayaan tidak cukup dilakukan melalui pelatihan pembuatan produk secara parsial, tetapi memerlukan pendekatan yang mengintegrasikan proses produksi, pengelolaan usaha, dan pemasaran. Dalam kegiatan ini, pendekatan tersebut disebut sebagai pendekatan pemberdayaan hulu–hilir, yaitu proses pemberdayaan yang menghubungkan peningkatan kapasitas pada tahap produksi dan keamanan pangan sebagai bagian hulu, penguatan manajemen usaha sebagai bagian pengelolaan internal, serta branding dan pemasaran digital sebagai bagian hilir dalam satu rangkaian pengembangan usaha berbasis komunitas.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diarahkan pada pengembangan usaha frozen food berbasis komunitas melalui tiga aspek utama. Pada aspek produksi, kegiatan mencakup pengembangan risoles frozen, nugget ayam, dan dimsum frozen, standarisasi proses produksi, penguatan higienitas dan keamanan pangan, serta penerapan teknologi produksi, pengemasan, dan penyimpanan. Pada aspek manajemen usaha, mitra memperoleh pendampingan dalam pencatatan usaha, identifikasi komponen biaya, perhitungan HPP dan harga jual, serta pembagian peran dalam kelompok. Pada aspek pemasaran, kegiatan mencakup pengembangan identitas produk, merek, label dan kemasan, foto dan deskripsi produk, serta pemanfaatan WhatsApp Business, media sosial, dan katalog digital.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan kapasitas usaha kelompok ibu PKK Kelurahan Meruya Selatan melalui pengembangan usaha frozen food berbasis komunitas dengan mengintegrasikan penguatan produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital. Pendekatan tersebut diharapkan dapat menjadi dasar bagi kelompok dalam mengembangkan keterampilan pengolahan pangan rumah tangga menuju kegiatan ekonomi produktif yang lebih terstruktur dan dikelola secara kolektif.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan bersama kelompok ibu PKK Kelurahan Meruya Selatan, Kecamatan Kembangan, Jakarta Barat. Kelompok mitra memiliki 50 anggota, sedangkan peserta yang terlibat secara langsung dalam rangkaian kegiatan berjumlah 12 orang yang merupakan perwakilan PKK RW. Peserta tersebut menjadi peserta utama dalam program pemberdayaan yang mencakup aspek produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital.

Program menggunakan pendekatan pemberdayaan berbasis komunitas dan partisipatif dengan menempatkan mitra sebagai pelaku aktif, sedangkan tim pelaksana berperan sebagai fasilitator, pelatih, dan pendamping. Pelaksanaan program mengikuti kerangka kegiatan selama delapan bulan sejak dimulainya program dengan minimal delapan kali kunjungan kepada mitra. Rangkaian kegiatan disusun secara bertahap agar mitra tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga mampu menerapkan keterampilan produksi, pengelolaan usaha, serta pemasaran secara langsung dalam pengembangan usaha *frozen food* berbasis komunitas.

Pelaksanaan program terdiri atas lima tahapan utama, yaitu (1) sosialisasi dan pemetaan kondisi awal, (2) pelatihan, (3) penerapan teknologi tepat guna, (4) pendampingan dan evaluasi, serta (5) penguatan keberlanjutan program. Pada bulan pertama dilakukan koordinasi awal dengan pihak kelurahan dan PKK, *focus group discussion* (FGD), identifikasi kebutuhan, serta survei awal. Bulan kedua difokuskan pada pelatihan teknis produksi *frozen food*, pelatihan

pemasaran dan *branding*, penerapan teknologi, serta pendampingan praktik produksi dan pemasaran. Selanjutnya, pada bulan ketiga hingga kedelapan dilakukan monitoring dan evaluasi hasil kegiatan, penyempurnaan produk, serta penyusunan rencana keberlanjutan program.

1. Sosialisasi dan Pemetaan Kondisi Awal

Tahap pertama dilaksanakan pada bulan pertama melalui koordinasi dengan pihak Kelurahan Meruya Selatan dan pengurus PKK, FGD, identifikasi kebutuhan, dan survei kondisi awal mitra. Kegiatan ini bertujuan menyamakan persepsi mengenai tujuan dan tahapan program sekaligus mengidentifikasi kondisi aktual kelompok sebelum intervensi dilakukan.

Pemetaan dilakukan melalui observasi dan diskusi terhadap tiga aspek utama, yaitu produksi, manajemen usaha, dan pemasaran. Pada aspek produksi, identifikasi meliputi pengalaman anggota dalam pengolahan pangan, proses produksi yang telah dilakukan, ketersediaan bahan baku, kondisi sarana dan peralatan, higienitas, penyimpanan, serta pengemasan. Pada aspek manajemen usaha, identifikasi mencakup praktik pencatatan biaya dan pendapatan, perhitungan harga pokok produksi (HPP), penentuan harga jual, dan pembagian tanggung jawab dalam kelompok. Pada aspek pemasaran, identifikasi dilakukan terhadap keberadaan identitas produk, media promosi, jaringan konsumen, dan pemanfaatan media digital.

Hasil pemetaan digunakan sebagai dasar dalam menentukan materi pelatihan, teknologi tepat guna yang diterapkan, bentuk pendampingan, serta indikator ketercapaian program.

2. Pelatihan

Tahap pelatihan dilaksanakan pada bulan kedua melalui pendekatan berbasis praktik dan mencakup tiga bidang utama, yaitu produksi *frozen food*, manajemen usaha, serta *branding* dan pemasaran digital.

Pelatihan produksi *frozen food* mencakup standardisasi proses produksi, higienitas dan keamanan pangan, sanitasi peralatan, penanganan bahan, pengendalian kontaminasi, teknik pembekuan, penyimpanan, serta pengemasan. Produk yang dikembangkan terdiri atas risoles *frozen*, nugget ayam, dan dimsum *frozen*. Penguatan aspek keamanan pangan menjadi bagian penting karena pengetahuan dan praktik penanganan pangan berperan dalam menghasilkan produk yang aman. Desye et al. (2023) menunjukkan bahwa pengetahuan, sikap, dan praktik pengolahan pangan merupakan aspek penting dalam penerapan keamanan pangan.

Pelatihan manajemen usaha diarahkan pada kemampuan peserta dalam merencanakan usaha sederhana, membagi peran dan tanggung jawab antaranggota, melakukan pencatatan biaya dan pendapatan, mengidentifikasi komponen biaya, menghitung HPP, serta menentukan harga jual. Materi diterapkan menggunakan produk yang dikembangkan dalam kegiatan sehingga peserta dapat melakukan perhitungan secara langsung. Penguatan kemampuan manajerial diperlukan karena keterbatasan dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran masih menjadi tantangan dalam pengembangan kewirausahaan perempuan pada sektor UMKM (Awalia et al., 2025).

Pelatihan *branding* dan pemasaran digital mencakup pengembangan identitas produk, kemasan, penentuan harga, fotografi produk, penyusunan informasi dan deskripsi produk, serta penggunaan WhatsApp Business sebagai sarana komunikasi dan pemesanan. Mitra juga didampingi dalam pengembangan katalog digital yang memuat profil kelompok usaha, daftar dan foto produk, deskripsi, harga, serta informasi pemesanan. Pemanfaatan media sosial dalam kegiatan usaha relevan karena penggunaan media sosial dapat berkontribusi terhadap peningkatan kinerja UMKM ketika diintegrasikan dengan aktivitas bisnis (Noviaristanti et al., 2023).

3. Penerapan Teknologi Tepat Guna

Penerapan teknologi dilakukan untuk mendukung aspek produksi, pengemasan, penyimpanan, dan pemasaran. Pada aspek produksi, teknologi yang digunakan meliputi *freezer*, *food processor*, timbangan digital, *vacuum sealer*, *continuous sealer*, serta peralatan pendukung produksi lainnya. Peralatan tersebut digunakan untuk membantu standardisasi proses, meningkatkan efisiensi produksi, menjaga konsistensi produk, mendukung penyimpanan beku, dan meningkatkan kualitas pengemasan.

Peralatan produksi dimanfaatkan secara kolektif oleh kelompok sehingga dapat digunakan secara bersama dalam menjalankan kegiatan usaha. Pada aspek pemasaran, penerapan teknologi dilakukan melalui pengembangan media promosi digital sederhana berupa katalog produk yang terintegrasi dengan WhatsApp Business. Katalog digital memuat profil kelompok usaha, daftar produk, foto produk, deskripsi, harga, serta akses pemesanan sehingga dapat dikelola oleh mitra tanpa membutuhkan kemampuan teknis yang kompleks.

4. Pendampingan dan Evaluasi Ketercapaian Program

Pendampingan dimulai setelah pelatihan untuk memastikan keterampilan dan teknologi yang diberikan dapat diterapkan secara konsisten. Pendampingan praktik produksi dan pemasaran mulai dilakukan pada bulan kedua dan dilanjutkan dengan monitoring dan evaluasi selama periode program.

Pada aspek produksi, pendampingan meliputi penerapan standar produksi, higienitas dan sanitasi, mutu produk, penggunaan peralatan, proses pembekuan, penyimpanan, serta kualitas kemasan. Pada aspek manajemen usaha, pendampingan mencakup pemeriksaan pencatatan biaya dan penjualan, perhitungan HPP, penetapan harga jual, serta pembagian tugas produksi dan pemasaran. Pada aspek pemasaran, pendampingan dilakukan melalui

peninjauan konten promosi, penyempurnaan foto dan deskripsi produk, serta optimalisasi katalog digital dan WhatsApp Business.

Evaluasi dilaksanakan secara berkala dengan pendekatan berbasis capaian (*achievement-based evaluation*). Evaluasi tidak menggunakan *pre-test* dan *post-test*, tetapi membandingkan kondisi awal mitra dengan kondisi setelah penerapan intervensi berdasarkan indikator dan bukti capaian program. Data evaluasi diperoleh melalui observasi, dokumentasi, diskusi dengan mitra, pemeriksaan produk, serta pemeriksaan dokumen dan media yang dihasilkan selama kegiatan.

Evaluasi difokuskan pada ketercapaian indikator yang meliputi penerapan proses produksi yang lebih terstandar, penggunaan teknologi produksi, penerapan higienitas dan sanitasi, terbentuknya produk *frozen food*, keteraturan pencatatan usaha, kemampuan menghitung HPP dan harga jual, terbentuknya identitas produk, serta aktivitas pemasaran digital. Evaluasi juga mencakup jumlah produk yang dihasilkan, keteraturan produksi, penggunaan peralatan secara aktif, serta aktivitas promosi dan penjualan.

Indikator dan bentuk verifikasi ketercapaian program ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Indikator dan Verifikasi Ketercapaian Program

Aspek	Kondisi Awal	Indikator Capaian	Bukti/Verifikasi
Produksi	Proses produksi belum terstandar	Tahapan produksi <i>frozen food</i> diterapkan secara lebih terstruktur	Observasi proses dan dokumentasi kegiatan
Keamanan pangan	Higienitas dan sanitasi belum diterapkan secara terstruktur	Higienitas, sanitasi, pembekuan, dan penyimpanan diterapkan	Observasi dan dokumentasi proses
Teknologi produksi	Peralatan produksi masih terbatas	Mitra mampu menggunakan peralatan produksi, pengemasan, dan penyimpanan	Observasi penggunaan alat dan dokumentasi
Produk	Belum terdapat produk <i>frozen food</i> sebagai produk usaha kelompok	Dihasilkan risoles <i>frozen</i> , nugget ayam, dan dimsum <i>frozen</i>	Produk dan dokumentasi
Manajemen usaha	Pencatatan belum dilakukan secara sistematis	Tersedia pencatatan biaya, pendapatan, dan penjualan	Dokumen pencatatan usaha
HPP dan harga jual	Penentuan harga belum berdasarkan perhitungan biaya secara sistematis	Mitra mampu mengidentifikasi biaya, menghitung HPP, dan menentukan harga jual	Dokumen perhitungan HPP dan harga jual
Organisasi kelompok	Pembagian peran belum terstruktur	Terdapat pembagian tanggung jawab produksi, administrasi, pengemasan, dan pemasaran	Dokumentasi pembagian tugas
Branding	Produk belum memiliki identitas yang terstruktur	Tersedia merek, label, dan kemasan	Desain dan produk berkemasan
Pemasaran digital	Pemasaran masih terbatas pada jaringan sekitar	WhatsApp Business dan media digital digunakan untuk mendukung promosi dan pemesanan	Dokumentasi media digital
Media pemasaran	Belum tersedia media informasi produk terintegrasi	Tersedia katalog digital produk	Katalog digital

Indikator tersebut ditetapkan berdasarkan permasalahan awal mitra, intervensi yang diberikan, dan target luaran program. Dengan demikian, keberhasilan kegiatan tidak hanya dinilai berdasarkan terlaksananya pelatihan, tetapi berdasarkan penerapan keterampilan dan keberadaan luaran yang dapat diverifikasi. Bukti ketercapaian meliputi dokumentasi proses dan produk, penggunaan peralatan, dokumen pencatatan usaha, hasil perhitungan HPP dan harga jual, identitas dan kemasan produk, katalog digital, serta dokumentasi aktivitas pemasaran.

5. Penguatan Keberlanjutan Program

Penguatan keberlanjutan dilaksanakan melalui pembentukan pola pengelolaan usaha kelompok dan pemanfaatan peralatan produksi secara bersama. Pengurus PKK dan perwakilan kelompok dilibatkan dalam pengelolaan operasional peralatan, penyusunan jadwal produksi, pencatatan usaha, serta pengelolaan media promosi digital.

Pada bulan ketiga hingga kedelapan, evaluasi hasil kegiatan dilakukan bersamaan dengan penyempurnaan produk dan penyusunan rencana keberlanjutan. Tim pelaksana juga menyiapkan panduan sederhana mengenai higienitas produksi, penggunaan peralatan, pengemasan, manajemen usaha, dan pemasaran digital sebagai pedoman bagi kelompok setelah program berakhir.

Keberlanjutan program selanjutnya diarahkan pada kontinuitas produksi, pemanfaatan peralatan, keteraturan pencatatan transaksi, aktivitas pemasaran digital, pemesanan dan penjualan, penguatan jaringan pemasaran lokal, serta

pengembangan pelanggan tetap. Aspek tersebut digunakan sebagai dasar monitoring keberlanjutan usaha setelah kegiatan pendampingan selesai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada kelompok ibu PKK Kelurahan Meruya Selatan dirancang untuk mengembangkan usaha *frozen food* berbasis komunitas melalui penguatan tiga aspek utama, yaitu produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital. Rangkaian kegiatan diawali dengan sosialisasi dan identifikasi kebutuhan mitra, kemudian dilanjutkan dengan pelatihan, penerapan teknologi tepat guna, serta pendampingan. Pendekatan tersebut digunakan agar pemberdayaan tidak hanya berorientasi pada peningkatan keterampilan menghasilkan produk, tetapi juga membangun kemampuan kelompok dalam mengelola dan memasarkan produk secara berkelanjutan.

1. Sosialisasi dan Identifikasi Kondisi Mitra

Tahap awal kegiatan dilaksanakan melalui sosialisasi bersama pengurus dan anggota PKK Kelurahan Meruya Selatan. Sosialisasi digunakan untuk menyampaikan tujuan dan ruang lingkup program, menyepakati tahapan pelaksanaan, serta membangun komitmen partisipasi mitra. Pada tahap ini dilakukan pula identifikasi kondisi awal melalui observasi dan diskusi mengenai pengalaman anggota dalam pengolahan makanan, potensi produk, ketersediaan bahan baku dan sarana produksi, pengelolaan usaha, serta aktivitas pemasaran yang telah dilakukan. Sebanyak 12 orang perwakilan PKK RW ditetapkan sebagai peserta utama program. Hasil diskusi dengan mitra juga menghasilkan kesepakatan untuk mengembangkan tiga produk utama, yaitu risoles *frozen*, nugget ayam, dan dimsum *frozen*.

Hasil identifikasi menunjukkan bahwa anggota PKK telah memiliki pengalaman dalam pengolahan makanan rumah tangga, tetapi keterampilan tersebut belum dikembangkan menjadi kegiatan usaha kelompok yang terstruktur. Pada aspek produksi, proses pengolahan masih menggunakan peralatan rumah tangga dan belum menerapkan standarisasi produksi, higienitas, pembekuan, penyimpanan, serta pengemasan secara konsisten. Pada aspek manajemen usaha, pencatatan biaya dan pendapatan, perhitungan harga pokok produksi, serta pembagian peran usaha belum dilakukan secara sistematis. Pada aspek pemasaran, produk masih dipasarkan melalui jaringan sosial terdekat dan belum didukung identitas produk maupun pemanfaatan media digital secara optimal. Temuan kondisi awal tersebut kemudian menjadi dasar dalam pelaksanaan pelatihan, penerapan teknologi tepat guna, dan pendampingan pada tahap berikutnya.

Hasil identifikasi menunjukkan adanya potensi yang cukup kuat karena anggota PKK telah memiliki pengalaman dalam pengolahan makanan rumah tangga. Namun, keterampilan tersebut belum diintegrasikan ke dalam kegiatan usaha yang terstruktur. Pada aspek produksi, proses pengolahan masih menggunakan peralatan rumah tangga dan belum memiliki standarisasi yang memadai. Pada aspek manajemen, pencatatan biaya dan pendapatan, perhitungan harga pokok produksi, serta pembagian tugas usaha belum dilakukan secara sistematis. Sementara itu, pada aspek pemasaran, produk masih mengandalkan jaringan informal dan belum didukung identitas produk serta pemanfaatan media digital secara optimal. Kondisi tersebut menjadi dasar penyusunan intervensi program.



Gambar 1. Sosialisasi program bersama kelompok ibu PKK Kelurahan Meruya Selatan

Sosialisasi menjadi tahap penting karena memberikan ruang bagi mitra dan tim pelaksana untuk menyamakan persepsi mengenai arah pengembangan usaha. Keterlibatan mitra sejak tahap awal juga memungkinkan program disesuaikan dengan kebutuhan dan sumber daya yang tersedia sehingga pengembangan usaha tidak sepenuhnya bergantung pada tim pelaksana.

2. Penguatan Kapasitas Produksi *Frozen Food*

Penguatan kapasitas produksi diarahkan pada pengembangan produk pangan beku berbasis olahan rumah tangga. Produk yang dirancang dalam program meliputi *risoles frozen*, nugget, dan *dimsum frozen*. Pengembangan produk dilakukan melalui pelatihan berbasis praktik yang mencakup standardisasi proses produksi, higienitas pangan, sanitasi peralatan, teknik penanganan bahan, pengendalian kontaminasi, pembekuan, penyimpanan, dan pengemasan higienis.

Aspek keamanan pangan menjadi bagian penting karena produk yang dihasilkan tidak hanya ditujukan untuk konsumsi anggota, tetapi diarahkan menjadi produk komersial. Desye *et al.* (2023) menunjukkan bahwa pengetahuan, sikap, dan praktik pengolah pangan merupakan komponen penting dalam penerapan keamanan pangan. Oleh karena itu, pengembangan usaha pangan tidak cukup berorientasi pada kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga perlu memperhatikan higienitas, sanitasi, penanganan bahan, dan penyimpanan yang sesuai.

Selain pelatihan, peningkatan kapasitas produksi didukung melalui penerapan teknologi tepat guna berupa *freezer*, *food processor*, timbangan digital, *sealer*, dan peralatan produksi lainnya. Peralatan tersebut dirancang untuk digunakan secara kolektif oleh kelompok sehingga dapat meningkatkan efisiensi proses produksi sekaligus mengurangi keterbatasan sarana yang sebelumnya dihadapi anggota.

Penerapan teknologi dalam konteks program ini tidak dimaknai sebagai penggunaan teknologi yang kompleks, tetapi sebagai penggunaan peralatan yang sesuai dengan kebutuhan dan kapasitas usaha mikro. Penggunaan *freezer*, misalnya, menjadi penting untuk mempertahankan kondisi produk pangan beku, sedangkan penggunaan alat pengemasan membantu menghasilkan kemasan yang lebih konsisten. Dengan demikian, intervensi pada aspek produksi menghubungkan keterampilan pengolahan pangan, keamanan pangan, dan pemanfaatan teknologi produksi sebagai fondasi pengembangan usaha.

3. Penguatan Manajemen Usaha Berbasis Kelompok

Aspek kedua yang diperkuat adalah kemampuan manajemen usaha. Berdasarkan identifikasi awal, keterampilan produksi yang dimiliki anggota belum didukung oleh sistem administrasi usaha yang terstruktur. Oleh karena itu, pendampingan manajemen diarahkan pada pembagian peran dalam kelompok, pencatatan biaya dan pendapatan, perhitungan harga pokok produksi, penentuan harga jual, serta penyusunan jadwal produksi. Komponen tersebut memang menjadi bagian dari solusi yang dirancang untuk membangun sistem pengelolaan usaha yang lebih tertata.

Perhitungan harga pokok produksi menjadi salah satu kemampuan penting karena memberikan dasar bagi kelompok dalam menentukan harga jual. Biaya bahan baku, bahan pendukung, kemasan, dan

komponen biaya produksi lainnya perlu diperhitungkan sehingga harga jual tidak hanya ditentukan berdasarkan perkiraan atau mengikuti harga produk lain di pasar. Pencatatan transaksi juga diperlukan agar kelompok dapat mengetahui aliran biaya dan pendapatan serta mengevaluasi perkembangan kegiatan usaha.

Penguatan kemampuan manajerial relevan dengan Awalia *et al.* (2025), yang menunjukkan bahwa pengembangan kewirausahaan perempuan pada sektor UMKM membutuhkan pendekatan yang komprehensif, termasuk peningkatan literasi keuangan, pemasaran, pemanfaatan teknologi, akses terhadap sumber daya, dan penguatan jaringan usaha. Hal tersebut menunjukkan bahwa keterampilan menghasilkan produk merupakan titik awal, tetapi belum cukup untuk menjamin keberlanjutan usaha.

Pendekatan kelompok juga diterapkan dalam pengelolaan usaha melalui pembagian peran anggota sesuai dengan fungsi kegiatan, meliputi produksi, pencatatan usaha, pengemasan, dan pemasaran. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa pembagian tugas tersebut mulai diterapkan dalam pengelolaan usaha kelompok sehingga tanggung jawab operasional tidak terpusat pada satu anggota. Pola pembagian peran ini membantu kelompok mengorganisasikan kegiatan produksi, administrasi, pengemasan, dan pemasaran secara lebih terstruktur serta menjadi dasar bagi pengelolaan usaha kelompok pada tahap selanjutnya.

4. Penguatan *Branding* dan Pemasaran Digital

Pengembangan usaha selanjutnya diarahkan pada penguatan *branding* dan pemasaran digital. Kondisi awal menunjukkan bahwa pemasaran masih terbatas pada jaringan informal dan produk belum memiliki identitas yang dikembangkan secara terstruktur. Intervensi karena itu mencakup penentuan nama merek, pembuatan label dan kemasan, fotografi produk, penyusunan deskripsi produk, serta pengembangan konten promosi sederhana.

Identitas produk diperlukan untuk membedakan produk kelompok dari produk lain sekaligus membantu konsumen mengenali produk yang ditawarkan. Kemasan juga tidak hanya memiliki fungsi melindungi produk, tetapi menjadi media untuk menyampaikan identitas dan informasi kepada konsumen. Dalam konteks produk pangan, penyajian informasi produk yang jelas dan pengemasan yang higienis merupakan bagian yang perlu diperhatikan dalam pengembangan produk yang dipasarkan. Hal tersebut juga menjadi salah satu dasar ilmiah yang digunakan dalam perancangan program.

Pemasaran digital dikembangkan melalui pemanfaatan WhatsApp Business dan media sosial. Pemilihan saluran tersebut didasarkan pada kemudahan penggunaan dan kesesuaiannya dengan karakteristik usaha mikro. Noviaristanti *et al.* (2023) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memberikan pengaruh positif terhadap kinerja UMKM. Hidayanti *et al.* (2023) juga menunjukkan bahwa kesesuaian penggunaan media sosial dengan kebutuhan dan praktik bisnis berkontribusi terhadap kinerja finansial maupun nonfinansial UMKM.

Penguatan pemasaran selanjutnya dilakukan melalui pengembangan katalog digital sederhana. Katalog dirancang untuk memuat profil kelompok usaha, daftar dan foto produk, deskripsi, harga, serta informasi pemesanan yang terhubung dengan WhatsApp Business. Desain media tersebut sengaja dibuat sederhana agar dapat dikelola oleh mitra tanpa membutuhkan kemampuan teknis yang kompleks.

Penggunaan media digital dalam program tidak hanya diarahkan pada keberadaan akun atau media promosi. Roosdhani *et al.* (2023) menunjukkan pentingnya strategi pemasaran media sosial, keterlibatan pelanggan, dan eksposur merek dalam mendukung kinerja media sosial UMKM. Oleh karena itu, kemampuan menghasilkan foto, deskripsi, informasi harga, dan pesan promosi menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari peningkatan kapasitas pemasaran mitra.

5. Capaian Program Pemberdayaan

Evaluasi program dilakukan berdasarkan ketercapaian hasil pada aspek produksi, manajemen usaha, dan pemasaran. Pendekatan ini digunakan karena program tidak menerapkan *pre-test* dan *post-test*, tetapi menilai perubahan berdasarkan kondisi awal, penerapan intervensi, observasi, dokumentasi, dan hasil nyata yang dihasilkan oleh kelompok.

Tabel 2. Capaian Program Pengembangan Usaha Frozen Food Berbasis Komunitas

Aspek	Kondisi Awal	Intervensi Program	Capaian Program
-------	--------------	--------------------	-----------------

Produksi	Proses produksi belum terstandar	Pelatihan produksi <i>frozen food</i>	Mitra mampu menerapkan tahapan produksi <i>frozen food</i> secara lebih terstruktur dan konsisten
Keamanan pangan	Higienitas dan sanitasi belum diterapkan secara terstruktur	Pelatihan higienitas, sanitasi, dan keamanan pangan	Mitra mampu menerapkan praktik higienitas, sanitasi peralatan, penanganan bahan, pembekuan, dan penyimpanan produk
Teknologi produksi	Produksi menggunakan peralatan rumah tangga yang terbatas	Penerapan teknologi tepat guna	Mitra mampu menggunakan <i>freezer</i> , <i>food processor</i> , timbangan digital, <i>vacuum sealer</i> , <i>continuous sealer</i> , dan peralatan pendukung produksi
Produk	Belum memiliki produk <i>frozen food</i> yang dikembangkan sebagai produk usaha kelompok	Pelatihan dan praktik pengembangan produk	Terbentuk tiga produk utama berupa <i>risoles frozen</i> , nugget ayam, dan <i>dimsum frozen</i>
Manajemen usaha	Pencatatan usaha belum dilakukan secara sistematis	Pendampingan administrasi usaha	Kelompok memiliki pencatatan sederhana untuk mendokumentasikan biaya produksi, pendapatan, dan penjualan
HPP dan harga jual	Harga belum ditentukan berdasarkan perhitungan biaya secara sistematis	Pelatihan perhitungan HPP dan harga jual	Mitra mampu mengidentifikasi komponen biaya, menghitung HPP, dan menentukan harga jual produk
Organisasi kelompok	Pembagian peran usaha belum terstruktur	Penguatan pengelolaan usaha berbasis kelompok	Terbentuk pembagian peran anggota dalam kegiatan produksi, administrasi, pengemasan, dan pemasaran
Branding	Produk belum memiliki identitas yang dikembangkan secara terstruktur	Pengembangan identitas produk	Produk memiliki identitas berupa merek, label, dan kemasan sebagai produk usaha kelompok
Pemasaran digital	Pemasaran terbatas pada jaringan informal	Pelatihan dan pendampingan pemasaran digital	Mitra mampu memanfaatkan WhatsApp Business dan media sosial untuk promosi dan komunikasi dengan konsumen
Media pemasaran	Belum tersedia media pemasaran digital yang terstruktur	Pengembangan katalog digital	Tersedia katalog digital yang memuat foto produk, deskripsi, harga, dan informasi pemesanan

Sumber: Hasil pelaksanaan kegiatan, 2026.

Tabel 2 menjadi instrumen utama untuk memperlihatkan transformasi yang terjadi pada mitra. Dengan pendekatan tersebut, keberhasilan program tidak hanya ditentukan berdasarkan terlaksananya kegiatan, tetapi berdasarkan sejauh mana intervensi menghasilkan perubahan nyata pada sistem produksi, pengelolaan usaha, dan pemasaran.

Secara konseptual, ketiga aspek tersebut membentuk hubungan yang saling melengkapi. Peningkatan kapasitas produksi memungkinkan kelompok menghasilkan produk yang lebih konsisten, tetapi kemampuan tersebut membutuhkan dukungan manajemen untuk mengendalikan biaya dan menentukan harga. Selanjutnya, produk dan sistem usaha yang telah terbentuk membutuhkan kemampuan pemasaran agar dapat menjangkau konsumen. Dengan demikian, pendekatan pemberdayaan yang diterapkan membentuk alur produksi → manajemen usaha → pemasaran digital → keberlanjutan usaha.

6. Keberlanjutan Usaha *Frozen Food* Berbasis Komunitas

Keberlanjutan merupakan salah satu aspek penting dalam program karena kegiatan pemberdayaan tidak seharusnya berhenti setelah pelatihan selesai. Program dirancang agar sarana produksi

dapat digunakan secara kolektif dan kelompok mampu melanjutkan aktivitas produksi, pencatatan usaha, serta pemasaran secara mandiri. Pendampingan juga dirancang mencakup pengecekan penerapan standar produksi, mutu produk, pencatatan biaya dan penjualan, penetapan harga, serta pengelolaan konten pemasaran.

Model pemberdayaan berbasis kelompok memberikan peluang untuk membangun keberlanjutan melalui pembagian peran dan penggunaan sumber daya bersama. Anggota tidak harus menjalankan seluruh fungsi usaha secara individual, tetapi dapat berbagi tanggung jawab dalam kegiatan produksi, pengemasan, administrasi, dan pemasaran. Pola tersebut dapat menjadi modal awal dalam membentuk usaha komunitas yang lebih terorganisasi.

Model pemberdayaan berbasis kelompok telah menghasilkan pembagian peran dalam kegiatan produksi, pengemasan, administrasi, dan pemasaran. Pembagian tanggung jawab tersebut memungkinkan kegiatan usaha tidak bergantung pada satu anggota dan menjadi dasar bagi pengelolaan usaha komunitas yang lebih terorganisasi.

Namun, keberlanjutan usaha setelah berakhirnya pendampingan belum dapat dinyatakan sebagai capaian jangka panjang pada tahap evaluasi ini. Keberlanjutan tersebut perlu dipantau melalui kontinuitas produksi, penggunaan peralatan, keteraturan pencatatan transaksi, aktivitas pemasaran digital, pemesanan, serta penjualan produk. Dengan demikian, capaian program pada tahap ini menunjukkan terbentuknya kapasitas awal dan mekanisme pengelolaan usaha kelompok, sedangkan keberlanjutan aktivitas usaha menjadi aspek yang memerlukan monitoring lanjutan.

Secara keseluruhan, pendekatan hulu–hilir yang mengintegrasikan produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital memberikan kerangka pemberdayaan yang lebih komprehensif dibandingkan pelatihan produksi yang berdiri sendiri. Pendekatan ini juga relevan dengan temuan Awalia *et al.* (2025) mengenai pentingnya integrasi keterampilan kewirausahaan, literasi keuangan, teknologi, pemasaran, dan jaringan dalam pengembangan kewirausahaan perempuan. Dalam konteks ibu PKK Kelurahan Meruya Selatan, integrasi tersebut diarahkan untuk mentransformasikan keterampilan pengolahan pangan rumah tangga menjadi kegiatan ekonomi produktif berbasis.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada kelompok ibu PKK Kelurahan Meruya Selatan menunjukkan capaian pada tiga aspek utama, yaitu produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital. Program menghasilkan tiga produk utama berupa risoles frozen, nugget ayam, dan dimsum frozen, disertai penerapan proses produksi yang lebih terstruktur, penggunaan teknologi produksi dan pengemasan, pencatatan usaha sederhana, perhitungan HPP dan harga jual, pembagian peran kelompok, serta pengembangan identitas produk dan media pemasaran digital.

Capaian tersebut dievaluasi berdasarkan observasi, dokumentasi, diskusi dengan mitra, dan pemeriksaan terhadap luaran program sehingga belum menggambarkan perubahan kuantitatif maupun keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Oleh karena itu, tindak lanjut program perlu diarahkan pada monitoring kontinuitas produksi, penggunaan peralatan, pencatatan transaksi, aktivitas pemasaran digital, pemesanan, dan penjualan produk agar perkembangan usaha kelompok setelah pendampingan dapat dievaluasi secara berkelanjutan.

Pada aspek manajemen usaha, program mendorong penerapan pencatatan biaya dan penjualan, perhitungan harga pokok produksi dan harga jual, serta pembagian peran anggota dalam pengelolaan usaha kelompok. Pada aspek pemasaran, pengembangan merek, label, dan kemasan serta pemanfaatan WhatsApp Business, media sosial, dan katalog digital memperkuat kesiapan kelompok dalam memperkenalkan dan memasarkan produk kepada konsumen. Capaian tersebut menunjukkan bahwa pemberdayaan ekonomi perempuan berbasis komunitas perlu dilakukan secara terintegrasi dan tidak hanya berfokus pada keterampilan menghasilkan produk.

Keberlanjutan program memerlukan monitoring terhadap kontinuitas produksi, penggunaan sarana produksi, pencatatan transaksi, aktivitas pemasaran, pemesanan, dan penjualan produk. Pendampingan dan evaluasi lanjutan diperlukan untuk menilai kemampuan kelompok dalam mempertahankan aktivitas usaha setelah program berakhir.

UCAPAN TERMAKASIH

Tim pelaksana menyampaikan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM), Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia atas dukungan pendanaan melalui Program Pengabdian kepada Masyarakat Tahun Anggaran 2026. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Kelurahan Meruya Selatan dan kelompok ibu PKK Kelurahan Meruya Selatan atas partisipasi dan dukungan selama pelaksanaan kegiatan.

REFERENSI

- Awalia, R., Syarif, R., & Haryati, T. (2025). Strategies for developing women's entrepreneurship in the MSMEs sector: A systematic literature review. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 11(1), 226–240. <https://doi.org/10.17358/ijbe.11.1.226>
- Desye, B., Tesfaye, A. H., Daba, C., & Berihun, G. (2023). Food safety knowledge, attitude, and practice of street food vendors and associated factors in low- and middle-income countries: A systematic review and meta-analysis. *PLOS ONE*, 18(7), e0287996. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0287996>
- Ernawati, K., Nadhifah, Q., Muslikha, A., Hidayat, M., Soesilo, T. E. B., Jannah, F., Widiati, D., & Yusnita. (2021). Relationship of knowledge and attitude with food handling practices: A systematic review. *International Journal of Public Health Science*, 10(2), 336–347. <https://doi.org/10.11591/ijphs.v10i2.20665>
- Hidayanti, P., Simanjuntak, M., & Hasanah, N. (2023). Factors affecting financial and non-financial performance of MSMEs through the use of social media. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 9(3), 444–455. <https://doi.org/10.17358/ijbe.9.3.444>
- Hidayat, D., Hoerniasih, N., Hermawan, I., & Mobo, F. D. (2026). Mentoring-based entrepreneurship training to improve community empowerment in Karawang, West Java. *Journal of Nonformal Education*, 12(1), 52–71. <https://doi.org/10.15294/jone.v12i1.41808>
- Laksmanawati, J., & Yuniawan, A. (2021). Women and the digitalization strategies of micro, small, and medium enterprises in the new normal era. *Petra International Journal of Business Studies*, 4(1), 55–64. <https://doi.org/10.9744/ijbs.4.1.55-64>
- Noviaristanti, S., Yunita, S. C., & Triono, S. P. H. (2023). Social media usage impacts on SME's firm performance: Evidence from West Java, Indonesia. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 9(2), 285–294. <https://doi.org/10.17358/ijbe.9.2.285>
- Roosdhani, M. R., Farida, N., & Indriani, F. (2023). From likes to sales: Study on enhancing social media performance for Indonesian SMEs. *International Journal of Business and Society*, 24(3), 1157–1172. <https://doi.org/10.33736/ijbs.6407.2023>