

## **KEWIRAUSAHAAN BERBASIS RUMAH TANGGA: STUDI USAHA PADA RUMAH PRODUKSI MAMA CHIKA**

**Syahrudin Hattab<sup>1</sup>, Nelsa<sup>2</sup>, Arifa Nurhidayati<sup>3</sup>, Faustino Andresta Soande<sup>4</sup>,  
Chandra Abu Bakar<sup>5</sup>, Moh. Arzal Saputra Mado<sup>6</sup>**

<sup>1</sup> Prodi. Administrasi Publik, FISIP Universitas Tadulako  
[syahrudinhattab88@gmail.com](mailto:syahrudinhattab88@gmail.com)

<sup>2</sup> Prodi. Administrasi Publik, FISIP Universitas Tadulako  
[echannelsa59@gmail.com](mailto:echannelsa59@gmail.com)

<sup>3</sup> Prodi. Administrasi Publik, FISIP Universitas Tadulako  
[arifanurhidaya@gmail.com](mailto:arifanurhidaya@gmail.com)

<sup>4</sup> Prodi. Administrasi Publik, FISIP Universitas Tadulako  
[andrestasoande436@gmail.com](mailto:andrestasoande436@gmail.com)

<sup>5</sup> Prodi. Administrasi Publik, FISIP Universitas Tadulako  
[chandraabu@gmail.com](mailto:chandraabu@gmail.com)

<sup>6</sup> Prodi. Administrasi Publik, FISIP Universitas Tadulako  
[aqsasaputra6967@gmail.com](mailto:aqsasaputra6967@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan profil usaha, proses operasional, strategi pemasaran, serta tantangan yang dihadapi oleh UMKM Rumah Produksi Mama Chika sebagai salah satu pelaku usaha pangan lokal di Kota Palu. Penelitian ini juga berupaya mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keberlanjutan usaha, khususnya dalam konteks pengelolaan produk bawang goreng dan stik ulat sutra sebagai komoditas khas daerah. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui observasi langsung dan wawancara mendalam dengan pemilik usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha ini lahir dari kombinasi motivasi kemanusiaan, kepedulian lingkungan, serta kebutuhan ekonomi keluarga selama masa pandemi. Pengelolaan usaha dilakukan dengan memanfaatkan tenaga kerja lokal, menjaga kualitas produksi melalui pengawasan langsung pemilik, serta memperluas jangkauan pemasaran melalui jaringan mitra dan media sosial. Tantangan utama yang dihadapi meliputi fluktuasi harga bahan baku, kelangkaan pasokan bawang, serta faktor ekologis yang berdampak pada kualitas panen. Meskipun demikian, Rumah Produksi Mama Chika mampu bertahan dan terus berkembang melalui strategi operasional sederhana namun efektif, serta kemitraan distribusi yang luas.

**Kata Kunci:** Manajemen, Bawang Goreng, Pemasaran

### **ABSTRACT**

*This study aims to describe the business profile, operational processes, marketing strategies, and challenges faced by Mama Chika Production House MSME as one of the local food businesses in Palu City. This study also seeks to identify factors that influence business sustainability, particularly in the context of managing fried onions and silkworm sticks as regional specialty commodities. The research method used is a qualitative approach through direct observation and in-depth interviews with business owners. The results show that this business was born from a combination of humanitarian motivation, environmental concerns, and family economic needs during the pandemic. Business management is carried out by utilizing local labor, maintaining production quality through direct supervision by the owner, and expanding marketing reach through partner networks and social media. The main challenges faced include fluctuations in raw material prices, scarcity of onion supplies, and ecological factors that affect crop quality. Nevertheless, Mama Chika Production House has been able to survive and continue to grow through simple but effective operational strategies and extensive distribution partnerships.*

**Keywords:** *Fried Onions, Management, Marketing*

Submisi: 05-11-2025

Diterima: 06-11-2025

Dipublikasikan: 11-11-2025

## PENDAHULUAN

Kewirausahaan berbasis rumah tangga merupakan salah satu bentuk kegiatan ekonomi yang banyak berkembang di sektor informal dan usaha mikro. Model usaha ini tidak hanya menjadi sumber pendapatan alternatif, tetapi juga berperan dalam pemberdayaan ekonomi keluarga, khususnya bagi para perempuan.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menempati posisi yang penting dalam struktur perekonomian di Indonesia karena perannya dalam mendorong aktivitas ekonomi, memperluas lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan data dari kementerian koperasi dan UKM, UMKM menyumbang sekitar 61% dari Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional atau setara dengan Rp9.580 triliun, serta menyerap 97% dari total tenaga kerja di Indonesia (Kholifah & Andini, 2024).

Peran tersebut di atas, menggambarkan bahwa UMKM tidak hanya berperan dalam aktivitas ekonomi domestik, tetapi juga menjadi pilar penting dalam pemerataan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja di berbagai wilayah.

Lisa Anggraini, & indriany, (2025) menjelaskan bahwa UMKM di Kota Palu berkembang sebagai penggerak ekonomi lokal melalui pemanfaatan potensi daerah, termasuk usaha berbasis pangan dan produk olahan. Salah satu produk unggulan Kota Palu adalah bawang goreng, yang telah menjadi komoditas khas dengan nilai ekonomi tinggi bagi masyarakat setempat.

Berdasarkan konteks tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis praktik pengelolaan usaha Rumah Produksi Mama Chika, meliputi karakteristik usaha, proses operasional, strategi pemasaran, serta tantangan yang dihadapi dalam menjaga keberlanjutan usaha. Kajian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai dinamika UMKM berbasis rumah tangga sebagai bagian integral dari sistem ekonomi lokal di Indonesia.

Hasil pengamatan penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan usaha Rumah Produksi Mama Chika berjalan dengan baik, tetapi tidak cukup optimal dalam mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan. Perencanaan usaha masih bersifat jangka pendek seperti perencanaan ekspansi produksi, pengelolaan risiko bahan baku, serta perencanaan modal usaha. Kondisi ini menyebabkan usaha cenderung berjalan stabil namun kurang memiliki arah pengembangan jangka panjang.

Aspek pengorganisasian, kegiatan operasional Rumah Produksi Mama Chika melibatkan tenaga kerja lokal dengan pembagian tugas yang sederhana, seperti pengupasan, pengirisan, dan pengemasan bahan baku. Namun, pengorganisasian usaha belum dilakukan secara terstruktur karena belum adanya pembagian tugas yang jelas dalam bentuk struktur kerja formal. Peran pemilik usaha masih sangat dominan dalam terutama pada tahap penggorengan dan pengawasan kualitas. Ketergantungan yang tinggi pada pemilik usaha berpotensi menjadi kendala apabila terjadi peningkatan permintaan atau keterbatasan waktu dan tenaga dari pemilik usaha itu sendiri. Selain itu, kegiatan promosi dan pemasaran masih dilakukan secara terbatas melalui media sosial dan jaringan relasi pribadi, sehingga jangkauan pasar belum dapat dimaksimalkan secara optimal.

Aspek pengendalian usaha, bahwa pengawasan pada kualitas produk dilakukan secara konsisten oleh pemilik usaha, terutama pada tahap penggorengan dan pengemasan.

Akan tetapi, pengendalian terhadap ketersediaan bahan baku dan fluktuasi harga masih menjadi tantangan utama, mengingat bahan baku sangat dipengaruhi oleh kondisi cuaca dan musim panen. Ketidakstabilan pasokan bahan baku ini berpotensi memengaruhi kontinuitas produksi dan kestabilan pendapatan usaha.

Pengelolaan UMKM berbasis Rumah Tangga Produksi Mama Chika menunjukkan karakter kewirausahaan berbasis rumah tangga yang adaptif dan bertahan di tengah keterbatasan sumber daya. Namun, untuk meningkatkan keberlanjutan usaha, diperlukan penguatan pada aspek perencanaan, pengorganisasian, serta pengelolaan operasional agar usaha tidak hanya bergantung pada peran individu, tetapi mampu berkembang secara lebih sistematis dan berkelanjutan

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Miles, Huberman & Saldaña (2014) bahwa penelitian kualitatif adalah “*Qualitative data are a source of well-grounded, rich descriptions and explanations of processes occurring in local contexts.*” Pernyataan tersebut bermakna bahwa data kualitatif memberikan deskripsi mendalam dan penjelasan kontekstual tentang proses sosial yang terjadi dalam situasi nyata.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung tanpa ada perantara dari berbagai informan, dan melalui pengamatan serta wawancara langsung dilokasi penelitian. Sedangkan, data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, melainkan dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain (pihak kedua) sebelumnya, seperti dari dokumen, laporan, buku, atau survei terdahulu.

Informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive*. Sehingga, penentuan informan yang berarti peneliti secara langsung memilih dan menentukan informan tersebut karena tujuan dan pertimbangan tertentu.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode interaktif menurut Miles, Huberman & Saldaña (2014) yang terdiri dari pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Rumah Produksi Mama Chika merupakan usaha mikro berbasis rumah tangga yang dikelola secara mandiri dengan pola kewirausahaan sederhana namun adaptif. Pengelolaan usaha dilakukan langsung oleh pemilik dengan memanfaatkan sumber daya lokal, baik dari sisi bahan baku maupun tenaga kerja. Model pengelolaan ini mencerminkan karakter UMKM rumah tangga yang mengandalkan pengalaman, relasi sosial, serta keterlibatan langsung pemilik dalam seluruh aktivitas usaha.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan yang menyatakan bahwa motivasi utama membuka usaha meliputi kebutuhan ekonomi pasca pandemi, peluang pasar bawang

goreng yang stabil, dan keterampilan memasak yang telah dimiliki sebelumnya. Selain itu, dari hasil Observasi Produksi usaha tersebut, bahwa pada proses produksi terdiri dari pengupasan bawang, pengirisan manual, penggorengan menggunakan wajan besar, penirisan minyak, dan pengemasan plastik. Sedangkan, dari hasil tersebut maka didapatkan produksi rata-rata, yaitu 5–10 kg bawang mentah per hari, dan menghasilkan sekitar 2–4 kg bawang goreng yang sudah siap jual.

Penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa industri bawang goreng di Kota Palu memiliki rantai pasok yang kuat karena ketersediaan bawang merah lokal berkualitas tinggi. Selain itu, studi tentang pemasaran UMKM bawang goreng menunjukkan bahwa sebagian besar usaha rumah tangga masih mengandalkan pemasaran langsung dan jaringan sosial lokal.

Aspek perencanaan usaha, pemilik Rumah Produksi Mama Chika telah memiliki perencanaan operasional yang bersifat rutin, seperti penentuan jumlah produksi berdasarkan permintaan pasar, pengadaan bahan baku dari petani lokal, serta penjadwalan proses produksi. Perencanaan ini memungkinkan usaha tetap berjalan secara konsisten dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen dalam jangka pendek.

Perencanaan yang dilakukan oleh Rumah Produksi Mama Chika selama ini berfokus pada pemenuhan kebutuhan operasional harian, terutama terkait jumlah produksi, pengadaan bahan baku, dan penyesuaian pesanan dari mitra penjualan. Pemilik usaha menentukan volume produksi berdasarkan permintaan toko mitra dan pesanan langsung konsumen, sehingga produksi dapat berjalan secara efisien tanpa menimbulkan kelebihan stok. Pola perencanaan seperti ini terbukti mampu menjaga kesinambungan usaha dan memastikan produk tersedia secara konsisten di pasar. Namun, perencanaan usaha tersebut masih bersifat reaktif dan jangka pendek, karena belum disertai dengan perencanaan pengembangan usaha yang terstruktur.

Rumah Produksi Mama Chika belum memiliki perencanaan peningkatan kapasitas produksi, seperti penambahan alat produksi, perluasan tenaga kerja, maupun target produksi dalam jangka menengah. Selain itu, pengelolaan modal usaha masih bercampur dengan keuangan rumah tangga, sehingga belum terdapat perencanaan keuangan yang jelas untuk investasi usaha atau cadangan dana ketika terjadi kenaikan harga bahan baku.

Keterbatasan perencanaan juga terlihat pada belum adanya strategi antisipatif terhadap fluktuasi harga dan ketersediaan bawang sebagai bahan baku utama. Ketika pasokan bawang mengalami kelangkaan atau kenaikan harga, usaha cenderung menyesuaikan produksi secara spontan tanpa perhitungan risiko yang matang. Kondisi ini menyebabkan usaha berada pada posisi bertahan, namun kurang memiliki kesiapan untuk memanfaatkan peluang pasar yang lebih besar. Dengan demikian, meskipun perencanaan yang ada mampu menjaga kelangsungan operasional, penguatan perencanaan jangka menengah dan jangka panjang menjadi kebutuhan penting agar usaha dapat berkembang secara lebih terarah dan berkelanjutan.

Aspek pengorganisasian, bahwa kegiatan operasional Rumah Produksi Mama Chika melibatkan beberapa tenaga kerja lokal yang direkrut secara informal dan bekerja berdasarkan kebutuhan produksi. Pembagian tugas dilakukan secara sederhana, di mana pekerja bertanggung jawab pada tahapan awal produksi seperti pengupasan, pengirisan, dan pengemasan bahan baku. Pola pengorganisasian ini memungkinkan proses produksi

berjalan secara fleksibel dan menyesuaikan volume pesanan, terutama pada saat permintaan meningkat. Namun demikian, pengorganisasian usaha belum berjalan secara optimal karena belum adanya struktur kerja yang jelas dan pembagian peran yang terdokumentasi secara formal.

Pengorganisasian yang telah dilakukan, tidak terdapat penetapan tanggung jawab yang spesifik, seperti penanggung jawab produksi, pengemasan, atau distribusi, sehingga alur kerja sangat bergantung pada arahan langsung dari pemilik usaha. Dalam praktiknya, pemilik usaha memegang peran sentral hampir di seluruh tahapan penting, terutama pada proses penggorengan dan pengendalian kualitas produk, yang dianggap sebagai tahapan krusial dalam menjaga cita rasa dan mutu bawang goreng.

Dominasi peran pemilik usaha ini memberikan keuntungan dalam hal konsistensi kualitas produk, namun di sisi lain menciptakan ketergantungan yang tinggi terhadap satu individu. Ketergantungan tersebut berpotensi menjadi kendala apabila terjadi peningkatan permintaan pasar, keterbatasan waktu, atau kondisi tertentu yang menghambat keterlibatan langsung pemilik usaha dalam proses produksi. Selain itu, keterbatasan pengorganisasian ini juga membatasi peluang alih pengetahuan dan peningkatan kapasitas tenaga kerja, karena pekerja belum diberi ruang untuk mengambil peran yang lebih luas dalam proses produksi dan pengelolaan usaha.

Meskipun pengorganisasian yang bersifat sederhana dan personal mampu menjaga kelangsungan usaha dalam skala kecil, penguatan struktur kerja dan pembagian peran yang lebih jelas menjadi kebutuhan penting. Pengorganisasian yang lebih sistematis berpotensi meningkatkan efisiensi kerja, mengurangi ketergantungan pada pemilik usaha, serta membuka peluang pengembangan usaha yang lebih berkelanjutan di masa mendatang.

Aspek promosi dan pemasaran, Rumah Produksi Mama Chika menerapkan pola pemasaran yang masih bersifat sederhana dan berbasis relasi personal. Berdasarkan hasil wawancara, Kegiatan promosi belum dilakukan secara terencana dan berkelanjutan, seperti melalui pembuatan konten pemasaran yang rutin, penggunaan platform digital yang lebih luas, maupun penetapan strategi promosi untuk menjangkau segmen pasar baru. Pemasaran produk dilakukan melalui pemanfaatan media sosial seperti WhatsApp dan Facebook, serta melalui kerja sama dengan sejumlah outlet mitra yang telah memiliki pelanggan tetap. Media sosial digunakan terutama sebagai sarana komunikasi langsung dengan konsumen dan mitra penjualan, seperti penyampaian informasi ketersediaan produk, penerimaan pesanan, dan koordinasi distribusi.

Penyaluran produk dilakukan melalui jaringan outlet mitra yang telah menjalin kerja sama secara berkelanjutan, antara lain toko pangan dan usaha ritel lokal di wilayah Kota Palu dan sekitarnya. Pola kemitraan ini memungkinkan produk Rumah Produksi Mama Chika tetap terserap pasar tanpa memerlukan aktivitas promosi yang intensif atau biaya pemasaran yang besar. Namun, ketergantungan pada jaringan mitra dan relasi personal menyebabkan jangkauan pemasaran cenderung terbatas pada konsumen yang sudah mengenal produk atau berada dalam lingkaran distribusi yang sama.

Meskipun strategi pemasaran yang ada mampu menjaga stabilitas penjualan, keterbatasan dalam aktivitas promosi menjadi faktor yang membatasi pengembangan skala usaha secara lebih signifikan. Pada aspek pengendalian dan keberlanjutan usaha, Rumah Produksi Mama Chika menghadapi tantangan utama yang berkaitan dengan fluktuasi harga

dan ketersediaan bahan baku bawang sebagai input produksi utama. Berdasarkan hasil wawancara, pasokan bawang sangat dipengaruhi oleh kondisi cuaca dan musim panen, sehingga pada periode tertentu terjadi kelangkaan bahan baku yang disertai dengan kenaikan harga secara signifikan. Kondisi ini berdampak langsung pada peningkatan biaya produksi dan memaksa pemilik usaha untuk menyesuaikan volume produksi agar tetap sejalan dengan kemampuan modal yang tersedia.

Berdasarkan situasi tersebut, bahwa pengendalian usaha dilakukan dengan cara mengatur ulang jumlah produksi dan menyesuaikan waktu pembelian bahan baku sesuai kondisi pasar. Pemilik usaha cenderung membeli bahan baku dalam jumlah terbatas untuk menghindari risiko kerugian akibat kenaikan harga yang tidak stabil. Strategi pengendalian biaya ini memungkinkan usaha tetap beroperasi, namun di sisi lain membatasi kapasitas produksi dan peluang peningkatan pendapatan pada saat permintaan pasar sebenarnya cukup tinggi.

Faktor bahan baku, keterbatasan modal dan sumber daya manusia juga memengaruhi keberlanjutan usaha. Modal usaha yang terbatas menyebabkan Rumah Produksi Mama Chika belum mampu melakukan pembelian bahan baku dalam skala besar atau investasi pada peralatan produksi tambahan. Dari sisi sumber daya manusia, jumlah tenaga kerja yang terbatas membuat pemilik usaha harus tetap terlibat langsung dalam proses inti produksi, terutama pada tahap penggorengan dan pengawasan kualitas. Ketergantungan ini menunjukkan bahwa keberlanjutan usaha masih sangat bergantung pada kemampuan dan keterlibatan langsung pemilik usaha.

Meskipun menghadapi berbagai keterbatasan tersebut, Rumah Produksi Mama Chika mampu mempertahankan keberlanjutan usahanya melalui pengawasan kualitas produk yang ketat, pengelolaan biaya secara hati-hati, serta pemeliharaan hubungan kerja sama yang baik dengan petani pemasok dan mitra distribusi. Hubungan yang bersifat personal dan berkelanjutan ini membantu usaha memperoleh bahan baku dan akses pasar secara relatif stabil di tengah kondisi yang tidak menentu. Dengan demikian, keberlanjutan usaha lebih ditopang oleh strategi pengendalian informal dan jaringan sosial lokal, yang meskipun efektif dalam menjaga keberlangsungan usaha, masih memerlukan penguatan agar usaha dapat berkembang secara lebih stabil dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

Hasil analisis menunjukkan bahwa pengelolaan usaha Rumah Produksi Mama Chika menunjukkan karakteristik kewirausahaan mikro berbasis rumah tangga yang mampu bertahan melalui pengelolaan sederhana namun adaptif. Dari aspek perencanaan, usaha telah berjalan secara rutin dan responsif terhadap permintaan pasar, meskipun masih berorientasi jangka pendek dan belum didukung oleh perencanaan pengembangan usaha yang terstruktur. Pada aspek pengorganisasian, pembagian kerja telah dilakukan secara fungsional, namun masih bersifat informal dan sangat bergantung pada peran sentral pemilik usaha, sehingga berpotensi menjadi kendala dalam peningkatan skala produksi. Aspek promosi dan pemasaran telah memanfaatkan media sosial dan jaringan mitra secara efektif untuk menjaga stabilitas penjualan, tetapi keterbatasan strategi promosi menyebabkan jangkauan pasar belum berkembang secara optimal. Sementara itu, pada aspek pengendalian dan keberlanjutan usaha, tantangan fluktuasi bahan baku, keterbatasan modal, dan sumber daya manusia diatasi melalui pengelolaan biaya yang hati-hati serta pemanfaatan jaringan sosial lokal. Dengan demikian, keberlanjutan Rumah Produksi

Mama Chika saat ini lebih ditopang oleh keterlibatan aktif pemilik dan relasi sosial, sehingga penguatan perencanaan, pengorganisasian, dan strategi pengembangan usaha menjadi penting untuk mendukung pertumbuhan usaha yang lebih berkelanjutan di masa mendatang.

Kewirausahaan berbasis rumah tangga merupakan salah satu bentuk aktivitas ekonomi yang banyak berkembang di masyarakat perkotaan maupun pedesaan, terutama pada sektor usaha mikro dan kecil. Dalam konteks Kota Palu, usaha produksi bawang goreng menjadi salah satu jenis usaha yang paling menonjol karena didukung oleh ketersediaan bahan baku lokal dan budaya konsumsi masyarakat yang tinggi terhadap produk tersebut. Hasil penelitian pada Rumah Produksi Mama Chika menunjukkan bahwa usaha ini tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan ekonomi, tetapi juga sebagai strategi adaptasi keluarga dalam menghadapi tekanan ekonomi dan ketidakpastian pendapatan.

Usaha Mama Chika bermula dari kegiatan domestik yang kemudian berkembang menjadi aktivitas ekonomi produktif. Fenomena ini menunjukkan bahwa batas antara ruang domestik dan ruang produksi dalam usaha rumah tangga menjadi semakin kabur. Rumah tidak lagi hanya berfungsi sebagai tempat tinggal, tetapi juga sebagai pusat produksi, pengemasan, bahkan distribusi. Transformasi fungsi rumah ini merupakan karakteristik utama dari kewirausahaan berbasis rumah tangga, di mana pemanfaatan sumber daya yang tersedia secara internal menjadi faktor penting dalam memulai usaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi utama dalam mendirikan usaha bukan semata-mata karena peluang bisnis, tetapi lebih pada kebutuhan ekonomi keluarga. Kondisi tersebut menggambarkan bahwa usaha Mama Chika termasuk dalam kategori *necessity entrepreneurship*, yaitu kewirausahaan yang muncul karena dorongan kebutuhan hidup. Namun seiring berjalannya waktu, usaha ini mulai berkembang dan menunjukkan potensi sebagai *opportunity entrepreneurship*, karena adanya peningkatan permintaan dan peluang pasar yang semakin luas.

Aspek pengelolaan usaha, Rumah Produksi Mama Chika masih menggunakan sistem manajemen yang sederhana dan bersifat informal. Pembagian kerja tidak didasarkan pada struktur organisasi yang jelas, tetapi lebih pada hubungan kekeluargaan dan kesepakatan bersama. Pemilik usaha berperan sebagai pengambil keputusan utama sekaligus pelaksana produksi, sementara anggota keluarga lainnya membantu pada tahap pengupasan, pengirisan, dan pengemasan. Meskipun sistem ini terlihat sederhana, namun dalam praktiknya mampu menjaga kelangsungan produksi karena didukung oleh tingkat kepercayaan yang tinggi antar anggota keluarga.

Proses produksi bawang goreng yang dilakukan Mama Chika masih mengandalkan metode tradisional. Pengirisan bawang dilakukan secara manual, penggorengan menggunakan wajan besar, dan proses penirisan minyak dilakukan tanpa mesin khusus. Metode ini memiliki kelebihan dalam hal biaya produksi yang relatif rendah, namun di sisi lain membatasi kapasitas produksi dan konsistensi kualitas produk. Ketergantungan pada tenaga kerja manual juga menyebabkan proses produksi sangat dipengaruhi oleh kondisi fisik pekerja dan waktu yang tersedia, sehingga sulit untuk meningkatkan skala usaha secara signifikan.

Meskipun demikian, kualitas bawang goreng yang dihasilkan tetap mampu bersaing di pasar lokal. Hal ini tidak terlepas dari penggunaan bawang merah khas Palu

yang dikenal memiliki aroma dan rasa yang lebih kuat dibandingkan bawang dari daerah lain. Keunggulan bahan baku lokal ini menjadi nilai tambah yang secara tidak langsung meningkatkan daya saing produk Mama Chika, meskipun proses produksinya masih sederhana.

Sisi pemasaran, usaha Mama Chika mengandalkan kombinasi antara pemasaran langsung dan pemasaran berbasis jaringan sosial. Pelanggan utama berasal dari lingkungan sekitar, warung makan, serta relasi pribadi pemilik usaha. Selain itu, pemanfaatan media sosial seperti WhatsApp menjadi sarana penting dalam menerima pesanan dan menjaga komunikasi dengan pelanggan. Meskipun belum menggunakan platform marketplace secara optimal, penggunaan media sosial telah membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan frekuensi pesanan, terutama pada momen tertentu seperti bulan Ramadan dan musim hajatan.

Kontribusi ekonomi usaha ini terhadap rumah tangga terlihat cukup signifikan. Pendapatan yang dihasilkan dari penjualan bawang goreng mampu menambah pemasukan keluarga secara rutin setiap bulan. Tambahan pendapatan ini digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, biaya pendidikan anak, serta kebutuhan sosial lainnya. Dengan demikian, usaha Mama Chika tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan tambahan, tetapi juga sebagai penopang stabilitas ekonomi keluarga. Keberadaan usaha ini juga memberikan rasa aman finansial karena keluarga tidak sepenuhnya bergantung pada satu sumber pendapatan saja.

Usaha rumah tangga ini juga memiliki dampak sosial yang positif. Aktivitas produksi yang melibatkan anggota keluarga memperkuat hubungan sosial dan rasa kebersamaan. Dalam beberapa kesempatan, pemilik usaha juga melibatkan tetangga untuk membantu proses pengupasan bawang ketika permintaan meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa usaha rumah tangga dapat menciptakan peluang kerja informal di lingkungan sekitar, meskipun dalam skala kecil.

Usaha Mama Chika masih menghadapi berbagai kendala yang membatasi pengembangannya. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan modal. Modal yang tersedia saat ini hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan produksi harian, sehingga sulit bagi pemilik usaha untuk melakukan investasi pada peralatan yang lebih modern, seperti mesin pengiris atau peniris minyak. Akibatnya, produktivitas usaha cenderung stagnan dan sulit untuk meningkatkan volume produksi secara signifikan.

Kendala lainnya adalah aspek legalitas usaha. Hingga saat penelitian dilakukan, usaha Mama Chika belum memiliki izin usaha formal maupun sertifikasi keamanan pangan. Kondisi ini menjadi hambatan ketika pemilik usaha ingin memperluas pasar ke toko oleh-oleh atau pasar modern yang mensyaratkan legalitas produk. Ketiadaan label resmi juga berpotensi mengurangi kepercayaan konsumen dari luar daerah yang belum mengenal reputasi usaha tersebut secara langsung.

Perspektif manajemen publik, dalam penelitian ini bahwa keberadaan usaha rumah tangga seperti Mama Chika mencerminkan fungsi negara dalam menciptakan ruang ekonomi yang inklusif bagi masyarakat. Pemerintah melalui berbagai kebijakan UMKM berupaya mendorong masyarakat untuk mandiri secara ekonomi, mengurangi pengangguran, serta meningkatkan kesejahteraan keluarga. Dalam hal ini, usaha Mama Chika merupakan manifestasi nyata dari implementasi kebijakan pemberdayaan ekonomi

masyarakat di tingkat akar rumput, meskipun pelaksanaannya masih berjalan secara informal.

Usaha Mama Chika menunjukkan karakteristik yang umum ditemukan pada sektor usaha mikro di Indonesia, yaitu beroperasi dalam skala kecil, menggunakan modal terbatas, serta mengandalkan tenaga kerja keluarga. Kondisi ini mencerminkan bahwa kebijakan pemerintah dalam pengembangan UMKM belum sepenuhnya menjangkau seluruh pelaku usaha, terutama mereka yang berada pada level paling bawah dalam struktur ekonomi. Hal ini menjadi tantangan bagi instansi seperti Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia dan dinas terkait di daerah untuk memastikan bahwa program pemberdayaan benar-benar menyentuh pelaku usaha rumah tangga.

Sisi tata kelola, usaha Mama Chika beroperasi di luar sistem administrasi formal karena belum memiliki izin usaha dan sertifikasi keamanan pangan. Dalam perspektif manajemen publik, kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara regulasi dan realitas di lapangan. Pemerintah menetapkan berbagai standar legalitas usaha untuk menjamin kualitas produk dan perlindungan konsumen, namun di sisi lain prosedur yang dianggap rumit dan kurangnya sosialisasi menyebabkan banyak pelaku usaha kecil enggan atau belum mampu mengakses layanan perizinan tersebut. Situasi ini mencerminkan perlunya pendekatan pelayanan publik yang lebih adaptif dan responsif terhadap kondisi usaha mikro.

Konsep pelayanan publik modern menekankan bahwa pemerintah tidak hanya berperan sebagai regulator, tetapi juga sebagai fasilitator dan enabler bagi masyarakat. Dalam konteks ini, pelaku usaha seperti Mama Chika seharusnya mendapatkan pendampingan, pelatihan, serta kemudahan akses perizinan melalui mekanisme pelayanan terpadu. Keberadaan sistem perizinan berbasis digital seperti Online Single Submission (OSS) sebenarnya telah dirancang untuk mempermudah proses legalitas, namun implementasinya di tingkat masyarakat masih menghadapi kendala literasi digital dan keterbatasan informasi.

## **SIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa Rumah Produksi Mama Chika merupakan UMKM berbasis rumah tangga yang mampu bertahan melalui pengelolaan usaha yang sederhana namun adaptif. Usaha ini dijalankan dengan memanfaatkan bahan baku dari petani lokal dan melibatkan tenaga kerja setempat, sehingga turut mendukung perekonomian masyarakat sekitar. Produk utama berupa bawang goreng dan ulat sutra dipasarkan melalui jaringan mitra dan media sosial, yang membantu menjaga kestabilan penjualan. Dari sisi pengelolaan usaha, perencanaan yang dilakukan masih berfokus pada kebutuhan operasional jangka pendek dan belum didukung oleh perencanaan pengembangan usaha yang terstruktur. Pengorganisasian kerja dilakukan secara sederhana dengan peran pemilik usaha yang sangat dominan, terutama dalam proses produksi dan pengawasan kualitas. Kondisi ini menjaga mutu produk, namun berpotensi menghambat peningkatan skala usaha. Pada aspek pemasaran, strategi yang digunakan sudah efektif dalam mempertahankan pasar, tetapi belum optimal untuk memperluas jangkauan konsumen. Secara keseluruhan, keberlanjutan usaha Rumah Produksi Mama Chika sangat

bergantung pada keterlibatan langsung pemilik usaha, pengelolaan biaya yang hati-hati, serta dukungan jaringan sosial lokal. Oleh karena itu, penguatan perencanaan usaha, pembagian kerja yang lebih jelas, dan pengembangan strategi pemasaran diperlukan agar usaha dapat berkembang secara lebih berkelanjutan di masa mendatang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Kholifah, A. N., & Andini, C. T. (2024). Peran UMKM terhadap perekonomian di Indonesia. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 3, No. 2, Hal. 459–466. <https://jurnal.anfa.co.id/index.php/mufakat/article/view/2628>
- Anggraini, L., & Indriany. (2025). Analisis strategi komunikasi dan negosiasi untuk meningkatkan kesuksesan bisnis pada UMKM Kota Palu. *Jurnal Kolaboratif Sains*, Vol. 8, No. 6, Hal. 3206–3210. DOI: <https://doi.org/10.56338/jks.v8i6.7952>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.

## **TENTANG PENULIS**

Penulis terdiri atas kelompok mahasiswa Program Studi Administrasi Publik FISIP UNTAD, yang melakukan penelitian secara Praktik Pengalaman Lapangan (PPL).