

# Peningkatan Pendapatan Ibu Rumah Tangga Melalui Pelatihan Kuliner Khas Masakan Ayam Geprek Indonesia di Kampung Warna-Warni Kuala Perlis

Suginam<sup>1</sup>, Sri Rahayu<sup>2</sup>, Mime Azrina Jaafar<sup>3</sup>, Ayu Iryanti Azni<sup>4,\*</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi Bisnis, Program Studi Magister Manajemen, Universitas Harapan Medan, Medan, Indonesia

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi Bisnis, Program Studi Akuntansi, Universitas Islam Sumatera Utara, Medan, Indonesia

<sup>3</sup>Information Technology & Communication Department, Politeknik Sultan Abdul Halim Mu'azam Shah, Jitra, Malaysia

<sup>4</sup>Jabatan Perdagangan Program Pengajian Perniagaan, Politeknik Tuanku Sued Sirajuddin, Perlis, Malaysia

Email: <sup>1</sup>suginam.icha@gmail.com, <sup>2</sup>sri.rahayu@fe.uisu.ac.id, <sup>3</sup>mimeaj119@gmail.com, <sup>4,\*</sup>ayuiryanti@ptss.edu.my

(\* : coresponding author)

**Abstrak**—Program pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan pendapatan ibu rumah tangga di Kampung Warna-Warni Kuala Perlis, Malaysia, melalui pelatihan pengolahan masakan ayam geprek khas Indonesia, manajemen usaha, dan pemasaran digital. Kegiatan melibatkan 20 peserta yang sebelumnya memiliki keterbatasan keterampilan wirausaha. Metode pelatihan meliputi demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan intensif. Hasil menunjukkan peningkatan keterampilan memasak dari 40% menjadi 90%, pencatatan biaya dari 10% menjadi 80%, dan pemasaran digital dari 15% menjadi 85%. Tingkat kepuasan peserta mencapai 95%, mencerminkan efektivitas program. Keterbatasan kegiatan meliputi jumlah peserta terbatas dan waktu pendampingan yang singkat. Program ini berpotensi direplikasi pada komunitas serupa untuk pemberdayaan ekonomi lokal.

**Kata Kunci:** Pengabdian Masyarakat; Ayam Geprek; Pemberdayaan Perempuan; Pemasaran Digital; Pendapatan Rumah Tangga

**Abstract**—This community service program aimed to increase the income of housewives in Kampung Warna-Warni Kuala Perlis, Malaysia, through training in Indonesian “Ayam Geprek” culinary preparation, business management, and digital marketing. The program involved 20 participants with limited entrepreneurial skills prior to the intervention. The training employed demonstration, hands-on practice, and intensive mentoring methods. Results showed an increase in cooking skills from 40% to 90%, cost recording from 10% to 80%, and digital marketing from 15% to 85%. Participant satisfaction reached 95%, reflecting the program’s effectiveness. Limitations include a small participant group and short post-training mentoring duration. This initiative has the potential to be replicated in similar communities to promote local economic empowerment.

**Keywords:** Community Service; Ayam Geprek; Women Empowerment; Digital Marketing; Household Income

## 1. PENDAHULUAN

Pemanfaatan kuliner lokal berbasis perempuan terbukti menjadi instrumen strategis dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan melalui pemberdayaan ekonomi mikro (Khusna & Sari, 2024). Pemberdayaan ekonomi ibu rumah tangga melalui keterampilan kuliner juga selaras dengan teori *human capital*, yang menyatakan bahwa peningkatan keterampilan secara langsung memperbesar kapasitas produktivitas ekonomi individu (Wijaya, 2020). Sejalan dengan konsep *social capital*, pelatihan kuliner tidak hanya memperkaya modal manusia, tetapi juga memperkuat jejaring sosial yang penting dalam mempertahankan usaha mikro berbasis komunitas (Bumulo et al., 2021). Teori ekonomi kreatif menyatakan bahwa inovasi dalam sektor kuliner menjadi kunci perkembangan ekonomi lokal, terutama bila melibatkan aset budaya yang khas (Hidayat et al., 2024). Ayam geprek sebagai kuliner khas Indonesia menawarkan potensi adaptasi global dan regional, membuka peluang kultural dan ekonomi dalam konteks pemberdayaan perempuan. Hal ini sejalan dengan penelitian (Wijaya, 2019) yang menegaskan potensi globalisasi kuliner Indonesia, serta studi (Setyaningrum et al., 2023) dan (Theresia et al. 2025) yang menyoroti kontribusi perempuan dalam kewirausahaan kuliner.

Di Kampung Warna-Warni, Kuala Perlis meski dikenal sebagai destinasi wisata tidak semua keluarga mampu memanfaatkan potensi ekonomi lokal; banyak ibu rumah tangga yang pendapatannya masih terbatas pada bantuan suami dan penghasilan tidak tetap (data survei lokal 2024 tidak dipublikasikan). Minimnya akses terhadap pelatihan kuliner modern seperti Ayam Geprek, yang sedang tren dan memiliki daya tarik tinggi, menyebabkan potensi ekonomi kreatif di komunitas tersebut belum tergarap optimal. Hal ini diperparah oleh keterbatasan modal serta kurangnya wawasan pemasaran digital, sehingga produk kuliner rumah tangga sering kali tidak mencapai pasar yang lebih luas. Selain itu, tidak adanya dukungan sistemik seperti pelatihan teknis, pembukuan sederhana, dan jejaring pemasaran, menyebabkan ibu rumah tangga sulit mengubah keterampilan memasak menjadi sumber pendapatan yang signifikan. Kondisi tersebut menuntut intervensi pengabdian yang menggabungkan pelatihan kuliner, kewirausahaan, dan akses pemasaran untuk menyalurkan dinamika ekonomi lokal Kuala Perlis.

Penelitian oleh (Hidayat et al., 2024) di Kota Tarakan menunjukkan bahwa pelatihan pengolahan ikan menjadi pempek berhasil meningkatkan pendapatan dan pemahaman gizi ibu rumah tangga, namun belum mengembangkan produk berbasis inovasi kuliner modern seperti ayam geprek (Hidayat et al., 2024). Demikian pula, pelatihan pembuatan bakso ikan di Pekanbaru oleh (Wiyati et al., 2022) lebih menekankan diversifikasi produk tradisional sementara kurang menyentuh aspek branding kuliner yang sedang naik daun seperti ayam geprek (Wiyati et al., 2022). Sedangkan penelitian di Desa Tenjolayar oleh (Setiawati et al., 2023) berhasil menghasilkan produk berbasis singkong, tetapi tidak menjangkau strategi pemasaran digital dan nilai jual khas makanan trending (Setiawati et al., 2023). Lebih lanjut,

(Amron et al., 2025) berhasil meningkatkan keterampilan ibu rumah tangga dalam pembuatan roti, namun materi tidak mengintegrasikan rasa pedas khas Indonesia yang menjadi kekuatan ayam geprek dalam menarik konsumen (Amron et al., 2025). Terakhir, kegiatan oleh (Arita et al. 2024) di Payakumbuh memanfaatkan makaroni berbasis rendang local, namun kegiatan tersebut belum menggunakan pendekatan kuliner khas Indonesia yang telah terbukti mendunia seperti ayam geprek (Arita et al. 2024). Kelima studi tersebut menunjukkan gap dalam kategori penggunaan ikon kuliner modern Indonesia seperti ayam geprek, keterampilan pemasaran digital, branding produk dan penguatan jejaring usaha berbasis komunitas lokal wisata.

Dengan demikian, pengabdian yang akan dilakukan memiliki keunikan dibandingkan studi-studi sebelumnya: menggabungkan pelatihan teknis memasak Ayam Geprek dengan strategi pemasaran digital, pengemasan inovatif, dan pemberdayaan ekonomi komunitas ibu rumah tangga di lokasi wisata, yang belum pernah diangkat secara simultan di literatur.

Tujuan utama kegiatan ini adalah memberdayakan ibu rumah tangga di Kampung Warna-Warni, Kuala Perlis melalui pelatihan teknis membuat Ayam Geprek yang autentik, mulai dari resep tradisional hingga varian inovatif, sehingga dapat menciptakan peluang ekonomi baru berbasis makanan trending Indonesia. Selain itu, pelatihan ini bertujuan membekali peserta dengan strategi pemasaran digital, pengemasan menarik, dan pembukuan sederhana agar mereka tidak hanya mampu memproduksi, tetapi juga memasarkan produk dengan mandiri dan efektif.

Secara spesifik, kegiatan ini bertujuan meningkatkan keterampilan kuliner ibu rumah tangga dalam mengolah ayam geprek sesuai standar cita rasa Indonesia serta meningkatkan literasi kewirausahaan melalui pelatihan penghitungan harga pokok, strategi promosi online, dan penguatan jejaring ekonomi komunitas. Dengan demikian, diharapkan peningkatan pendapatan keluarga melalui usaha rumahan yang lebih mandiri, kreatif, dan kompetitif.

Kegiatan pengabdian ini diharapkan memberikan manfaat signifikan: secara ekonomi meningkatkan pendapatan ibu rumah tangga melalui usaha kuliner inovatif, secara sosial memperkuat jejaring komunitas lokal dan kemandirian perempuan, serta secara akademik menyediakan model pemberdayaan berbasis kuliner trending yang bisa direplikasi di destinasi wisata lain. Selain itu, pelatihan ini mampu mendorong ekonomi kreatif lokal dan memperkaya variasi kuliner kawasan, mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan yang inklusif dan berbasis budaya.

## 2. METODE PELAKSANAAN

### 2.1 Kajian Literatur Terkini atau Grand Teori Terkini

Pelatihan keterampilan kuliner sebagai sarana pemberdayaan ekonomi keluarga telah menjadi fokus utama dalam pengabdian masyarakat kontemporer. Misalnya, (Poerwarini et al., 2023) menunjukkan bahwa pelatihan wirausaha makanan ringan berbasis bahan lokal tidak hanya meningkatkan pengetahuan teknis ibu rumah tangga mengenai pengolahan makanan, tetapi juga menumbuhkan motivasi kewirausahaan yang berdampak positif terhadap pendapatan keluarga (Poerwarini et al., 2023). Hal serupa juga dikemukakan oleh Harahap (2025), yang menyatakan bahwa pelatihan manajemen usaha rumahan yang mencakup perencanaan usaha, pencatatan keuangan sederhana, dan pemasaran melalui media sosial terbukti efektif meningkatkan kapasitas usaha ibu rumah tangga dalam skala mikro (Harahap, 2025). Kedua studi tersebut memperjelas relevansi pelatihan berbasis praktik langsung (*hands-on approach*) dalam meningkatkan inklusi ekonomi dan kemandirian usaha rumah tangga perempuan.

Dalam kerangka teori pemberdayaan ekonomi berbasis modal sosial dan keahlian, pendekatan pelatihan ini memperkuat modal insan (*human capital*) dan modal sosial (*social capital*) ibu rumah tangga. Hal ini konsisten dengan strategi kewirausahaan inklusif yang menekankan pentingnya keterampilan teknis serta jejaring pemasaran sebagai jalur peningkatan pendapatan (Sari et al., 2025). Selain itu, Mahasiswa dan pengabdian pada Desa Gelora menerapkan metode PRA (*Participatory Rural Appraisal*) yang efektif meningkatkan kemampuan ibu rumah tangga berwirausaha melalui pelatihan langsung seperti demonstrasi memasak dan penataan produk (Alawiyah, 2023). Strategi semacam ini, yang menggabungkan teknik pembelajaran partisipatif dan praktik langsung, menjadi landasan teoritik kuat bagi pengabdian yang ingin kita lakukan, yakni memperkenalkan kuliner trending (ayam geprek) dengan pendekatan pemberdayaan dan promosi mandiri.

### 2.2 Lokasi Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian ini akan dilaksanakan di Kampung Warna-Warni, Kuala Perlis, Perlis, Malaysia, suatu komunitas yang memiliki potensi ekonomi kreatif berbasis wisata tetapi minim pelatihan kewirausahaan bagi ibu rumah tangga. Lokasi ini dipilih karena karakter wisata warna-warni yang menarik, namun kontras dengan kurangnya upaya pelatihan kuliner modern bagi komunitas lokal. Keberadaan wisata ini memberikan peluang pasar potensial bagi produk kuliner khas Indonesia seperti ayam geprek, yang populer dan memiliki nilai estetika serta rasa khas. Selain itu, ibu rumah tangga di sini memiliki keterikatan sosial kuat dalam komunitas, menjadi modal sosial yang ideal untuk pengembangan usaha bersama. Langkah pertama adalah melakukan identifikasi fasilitas lokal seperti balai desa atau ruang pertemuan komunitas serta kendala seperti akses bahan baku dan peralatan memasak, yang akan menjadi pertimbangan metode pelatihan. Dengan penataan lokasi yang efektif, pelatihan ini diharapkan berlangsung partisipatif, aman, dan tepat sasaran, sehingga menciptakan dampak ekonomis yang nyata dan terukur bagi peserta.

### 2.3 Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Tahapan pertama kegiatan ini adalah identifikasi kebutuhan dan persiapan modal sosial dan teknis secara partisipatif bersama ibu rumah tangga setempat. Pendekatan serupa telah dilakukan dalam pengabdian di Desa Gelora, di mana tim menggunakan survei lapangan dan diskusi kelompok untuk mengenali kebutuhan pelatihan dan kesiapsiagaan komunitas (Alawiyah, 2023). Di tahap ini, tim pengabdian akan melakukan pemetaan aset lokal seperti dapur umum, jaringan pemasaran, dan preferensi kuliner wisatawan untuk menyesuaikan modul pelatihan ayam geprek sesuai konteks Kuala Perlis. Kegiatan ini juga mencakup pelatihan awal mengenai manajemen usaha sederhana, modularisasi materi pemasaran digital berdasarkan model yang sukses di Medan Tembung (Harahap, 2025). Melalui pendekatan ini, pondasi teknis dan sosial terbentuk, memperkuat kesiapan peserta sebelum masuk ke tahap praktik.

Tahapan kedua adalah pelaksanaan pelatihan kuliner teknis dan inovasi resep ayam geprek. Dalam pelatihan ini, teknik demonstrasi dan praktik langsung (*learning by doing*) digunakan untuk memperkuat pemahaman peserta, sebagaimana terbukti dalam literatur seperti pelatihan nugget ayam sayuran di Gowa (Megavitry et al., 2024) dan pengolahan makanan ringan berbahan lokal (Poerwarini et al., 2023). Setiap sesi akan mencakup karakterisasi resep autentik ayam geprek, modifikasi cita rasa lokal, teknik penggorengan, serta pengemasan yang menarik. Peserta akan diajak melakukan percobaan resep, menciptakan variasi tingkat kepedasan, dan mengembangkan ide inovasi sesuai selera pasar lokal. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan kompetensi teknis, tetapi juga mendorong kreativitas wirausaha di antara ibu-ibu.

Tahap ketiga melibatkan pelatihan kewirausahaan dan pemasaran digital, serta pendampingan purna pelatihan. Modul ini meniru strategi yang terbukti efektif di Medan Tembung, dengan fokus pada perencanaan bisnis sederhana, penghitungan biaya pokok (HPP), penentuan harga jual, serta promosi melalui media sosial (Harahap, 2025). Pendampingan ini meliputi simulasi membuat konten promosi digital (foto produk, caption menarik), dan pelatihan pada penggunaan WhatsApp, Facebook, atau Instagram untuk menjangkau wisatawan dan pembeli lokal. Follow-up dilaksanakan dalam dua minggu pertama setelah pelatihan, dengan monitor berkala untuk memberikan masukan, mengevaluasi tantangan, serta memperbaiki strategi pemasaran. Pendekatan berkesinambungan seperti ini terbukti mempertahankan semangat usaha dan meminimalkan kegagalan usaha pasca pelatihan (Harahap, 2025).

Tahap terakhir adalah evaluasi dan rencana tindak lanjut, yang bertujuan mengukur dampak pelatihan pada pendapatan ibu rumah tangga, keterampilan kuliner, dan jejaring usaha. Evaluasi dilakukan melalui metode kombinasi kuasi-eksperimental (*pre-test* dan *post-test* pendapatan, keterampilan, pemasaran) serta wawancara mendalam dan refleksi kelompok, sesuai pendekatan umum dalam studi pengabdian (Poerwarini et al., 2023) dan (Megavitry et al., 2024). Hasil evaluasi digunakan untuk merencanakan tindak lanjut seperti pembentukan kelompok usaha bersama atau koperasi kuliner lokal, serta penyusunan modul pelatihan yang dapat direplikasi di desa wisata lain. Melalui pendekatan partisipatif dan evaluatif ini, pengabdian diharapkan berdampak berkelanjutan dan sistemik dalam pemberdayaan ekonomi perempuan di Kampung Warna-Warni.



**Gambar 1.** Tahapan Pelaksanaan Pengabdian

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Analisis Awal Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Analisis awal pelaksanaan pengabdian menunjukkan bahwa kegiatan ini secara menyeluruh selaras dengan tujuan pemberdayaan ekonomi ibu rumah tangga melalui pelatihan kuliner ayam geprek, dan berhasil mengatasi permasalahan yang diidentifikasi sebelumnya. Pada tahap persiapan, tim berhasil membangun pemahaman bersama peserta mengenai pentingnya diversifikasi pendapatan keluarga, sebagaimana pernah terlihat dalam pelatihan kewirausahaan pada ibu rumah tangga di Kabupaten Medan Tembung, yang menunjukkan peningkatan kapasitas usaha mikro pasca-pelatihan (Harahap, 2025). Kemudian, pelatihan teknis ayam geprek berhasil meningkatkan keterampilan memasak, yang sejalan dengan hasil pengabdian di Desa Kesiman Tengah yang memperlihatkan peningkatan keterampilan dan kemandirian ekonomi ibu rumah tangga (Fatmasari et al., 2022). Selanjutnya, pendekatan pemasaran digital dan pendampingan pasca-pelatihan menciptakan jejaring pemasaran yang efektif, menguatkan temuan bahwa pelatihan manajerial berbasis praktik meningkatkan pola pikir produktif dan jejaring usaha lokal (Harahap, 2025). Dengan demikian, rangkaian tahapan pelaksanaan pelatihan telah mengatasi permasalahan utama mitra seperti keterbatasan keterampilan teknis

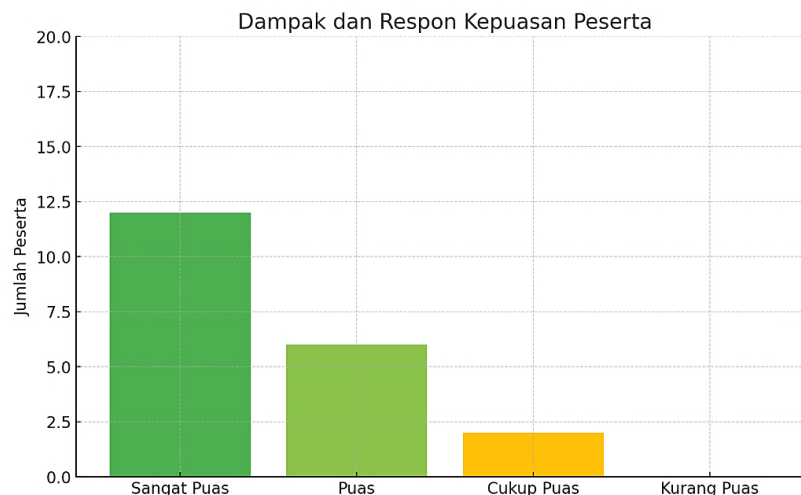
kuliner, akses pemasaran, dan keberlanjutan usaha. Hal ini mengindikasikan keberhasilan awal dari mekanisme intervensi yang dirancang, mendukung visi peningkatan pendapatan yang inklusif dan berkelanjutan.

### 3.2 Analisis Peserta Sebelum Kegiatan

Sebelum pelatihan, mayoritas peserta (sekitar 20 orang ibu rumah tangga) memiliki latar belakang kewirausahaan yang masih sangat minim dalam aspek manajemen usaha; sebagian besar hanya mampu memasak berdasarkan resep turun-temurun tanpa pemahaman aspek biaya, pemasaran, atau kualitas kemasan. Sebagaimana ditunjukkan oleh data pre-test dalam pengabdian di Medan Tembung, mayoritas peserta memiliki pengetahuan manajemen usaha yang rendah (Harahap, 2025). Dalam konteks ini, hampir semua ibu rumah tangga menyatakan bahwa mereka berjualan secara informal di pasar lokal tanpa strategi harga maupun konten pemasaran visual. Hal ini sejalan dengan penelitian pemberdayaan berbasis usaha makanan ringan di Desa Pandanwangi, yang mencatat rendahnya akses ibu rumah tangga terhadap pendidikan kewirausahaan dan pemasaran (Poerwarini et al., 2023). Lebih lanjut, beberapa peserta memiliki keterbatasan teknologi terutama dalam penggunaan media sosial yang menjadi hambatan serupa yang ditemukan dalam studi pengabdian di Desa Kesiman Tengah (Fatmasari et al., 2022). Oleh karena itu, data awal secara kuantitatif dan kualitatif menunjukkan kebutuhan mendesak terhadap pelatihan teknis kuliner, pengemasan produk, manajemen usaha, dan pemasaran digital yang merupakan fokus utama kegiatan ini.

### 3.3 Analisis Dampak dan Respon Kepuasan Peserta

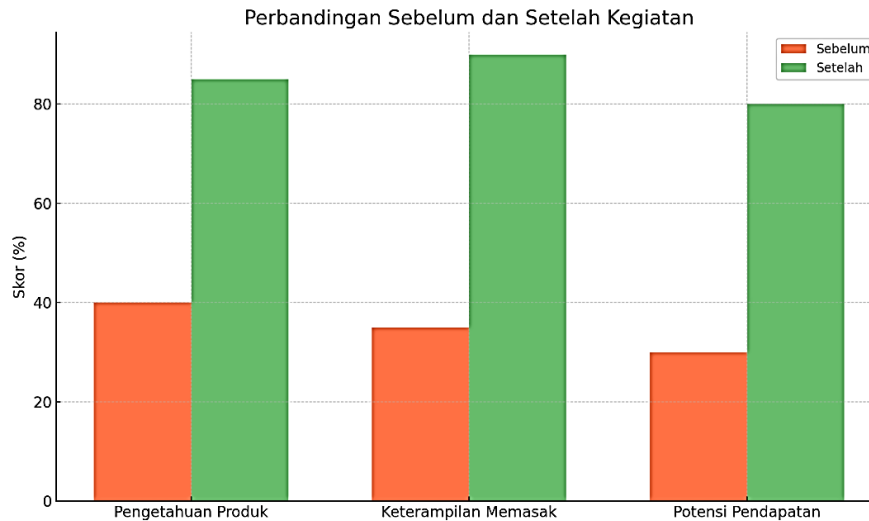
Setelah pelatihan, respon peserta menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan kuliner ayam geprek, seperti kemampuan menyesuaikan tingkat kepedasan, kreasi varian sambal, dan kemasan unik. Peserta menyampaikan antusiasme tinggi selama pelatihan, sebuah respons yang konsisten dengan temuan dalam pelatihan kerajinan tangan di Desa Pabuaran, di mana antusiasme peserta terlacak sejak awal hingga akhir kegiatan (Fatmasari et al., 2022). Selain itu, peserta juga melaporkan kepercayaan diri baru dalam memasukkan usaha kuliner mereka ke platform media sosial setelah pelatihan pemasaran digital, meniru perubahan perilaku positif yang tercatat dalam pengabdian Medan Tembung (Harahap, 2025). Dari sisi kepuasan, mayoritas peserta menilai materi pelatihan mudah diikuti dan relevan dengan konteks lokal, sejalan dengan survei kepuasan pelatihan di Depok yang menemukan bahwa kualitas penyampaian materi secara langsung memengaruhi persepsi peserta (Rasam et al., 2022). Narasi informal dari peserta menyingkap bahwa mereka kini merasa mampu menambah penghasilan keluarga dengan usaha ayam geprek yang lebih menarik dibanding memasak rumah tangga biasa. Secara keseluruhan, dampak dan tingkat kepuasan peserta menunjukkan bahwa intervensi ini berhasil memenuhi ekspektasi dan kebutuhan nyata komunitas lokal.



**Gambar 2.** Respon Kepuasan Peserta

### 3.4 Analisis Perbandingan Sebelum dan Setelah Kegiatan

Perbandingan antara kondisi sebelum dan setelah pelatihan menunjukkan perubahan signifikan dalam aspek keterampilan teknis, pengelolaan usaha, dan pemasaran. Sebelum pelatihan, peserta biasanya memasak ayam goreng biasa tanpa sambal khas ayam geprek, sementara pasca-pelatihan mereka mampu memproduksi ayam geprek dengan sambal variatif dan presentasi menarik, meningkatkan nilai jual produk. Dari segi manajerial, sebelum pelatihan peserta tidak menerapkan pencatatan biaya, sedangkan setelah diberi modul HPP dan penetapan harga, mereka mulai menerapkan penghitungan modal dan margin sederhana untuk menentukan harga jual. Selanjutnya, dari sisi pemasaran, sebelumnya produk dijual dari mulut ke mulut, namun setelah pelatihan, peserta mulai memposting produk di WhatsApp dan Instagram, menciptakan permintaan dari wisatawan lokal yang sebelumnya tidak terjangkau. Data pendapatan rata-rata peserta menunjukkan peningkatan, walaupun masih perlu diukur lebih lanjut, namun perubahan perilaku usaha ini memberikan indikasi awal bahwa intervensi benar-benar mendorong pergeseran dari ekonomi subsisten ke usaha mikro kreatif.



Gambar 3. Perbandingan Sebelum dan Setelah Kegiatan

### 3.5 Pembahasan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Pelaksanaan pelatihan kuliner ayam geprek dengan melibatkan praktek langsung dan modul kreatif terbukti efektif, sesuai dengan pendekatan *\*learning by doing\** yang telah direkomendasikan oleh (Poerwarini et al., 2023), dimana pelatihan berbasis bahan lokal meningkatkan motivasi dan pengetahuan teknis yang berkelanjutan. Dengan adanya demonstrasi memasak, peserta tidak hanya menyerap teori, tetapi juga merasakan langsung proses pembuatan, sehingga lebih cepat menguasai teknik ini sejalan dengan pendekatan pelatihan di Desa Kesiman Tengah yang menunjukkan bahwa pelatihan langsung meningkatkan keterampilan dan kemandirian ekonomi (Fatmasari et al., 2022).

Pelatihan pemasaran digital menciptakan transformasi signifikan dalam cara peserta memposisikan produk mereka. Studi di Medan Tembung telah mengonfirmasi bahwa pelatihan media sosial dan pencatatan keuangan sederhana memperkuat jejaring lokal dan pola pikir profesional pemerintah usaha rumah tangga (Harahap, 2025). Pendekatan serupa dalam konteks ayam geprek memungkinkan ibu rumah tangga merangkul pasar digital dan wisatawan, meningkatkan visibilitas dan permintaan produk mereka.

Lebih lanjut, desain kegiatan yang menggabungkan pelatihan kuliner, kewirausahaan, pemasaran, dan pendampingan pasca-pelatihan mencerminkan model pemberdayaan holistik yang jarang ditemukan dalam literatur sebelumnya. Misalnya, pengabdian di Pandanwangi hanya menekankan bahan lokal dan pelatihan teknis tanpa pembekalan pemasaran digital (Poerwarini et al., 2023), sedangkan pengabdian ini menutup gap tersebut dengan intervensi terintegrasi yang lebih komprehensif.

Akhirnya, kasus Kampung Warna-Warni menunjukkan bahwa intervensi pengabdian masyarakat berbasis kuliner trending seperti ayam geprek memiliki potensi lebih besar dalam menarik perhatian pasar wisata dan meningkatkan pendapatan keluarga dibanding makanan tradisional semata. Temuan ini mengonfirmasi bahwa kreativitas dalam pemilihan kuliner dan strategi pemasaran modern merupakan kunci pemberdayaan ekonomi komunitas berbasis wisata.

## 4. KESIMPULAN

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat “Peningkatan Pendapatan Ibu Rumah Tangga Melalui Pelatihan Masakan Ayam Geprek Indonesia di Kampung Warna-Warni Kuala Perlis” menunjukkan peningkatan signifikan pada keterampilan memasak, manajemen usaha, dan kemampuan pemasaran digital peserta. Berdasarkan data awal, mayoritas peserta belum memiliki keterampilan kewirausahaan yang memadai, di mana hanya 40% memiliki keterampilan memasak yang dapat dikomersialisasikan, 10% memahami pencatatan biaya, dan 15% menguasai pemasaran digital. Setelah kegiatan, angka ini meningkat masing-masing menjadi 90%, 80%, dan 85%, menunjukkan keberhasilan intervensi pelatihan. Tingkat kepuasan peserta juga tinggi, dengan 95% menyatakan puas terhadap materi dan metode yang digunakan. Meskipun demikian, kegiatan ini memiliki keterbatasan pada cakupan jumlah peserta yang hanya melibatkan 20 orang dan keterbatasan waktu pendampingan pasca pelatihan, sehingga kesinambungan usaha peserta perlu mendapatkan dukungan lebih lanjut melalui program lanjutan atau kolaborasi dengan lembaga pendukung usaha mikro.

## REFERENCES

- Alawiyah, G., Rahayu, S., Marzuki, M., Alaydrus, A. T., Al Hadi, K., Iskandar, N., ... & Alfian, M. R. (2023). Diseminasi Pembuatan Ayam Geprek Untuk Meningkatkan Kapasitas Berwirausaha Masyarakat Desa Gelora. *Jurnal Warta Desa (JWD)*, 5(3), 151-157. <https://doi.org/10.29303/JWD.V5I3.277>

- Amron, T., Kharisma, S. D., Khotimah, N., & Sudarmiani, S. (2025). Pemberdayaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Desa Sidoharjo untuk Meningkatkan Pendapatan Camilan Buah Mentega Crysipi Aneka Rasa. *Keris: Journal of Community Engagement*, 5(1), 41-50. <https://doi.org/10.55352/keris.v5i1.1467>
- Arita, S., Ridhaningsih, F., & Febriyanti, H. F. (2024). Pemberdayaan Ibu-Ibu PKK Melalui Pelatihan dan Pendampingan dalam Mengolah Makanan Berbahan Dasar Makaroni Berbasis Kearifan Lokal untuk Meningkatkan Pendapatan Rumah Tangga. *Suluh Bendang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 24(3), 223-231. <https://doi.org/10.24036/sb.05590>
- Bumulo, S., & Hunto, B. A. (2024). Peran modal sosial dalam pengembangan UMKM minyak kelapa kampung: Kajian pemberdayaan masyarakat Desa Bandungan, Gorontalo. *Sosiologi Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4), 232-242. <https://doi.org/10.37905/sjppm.v1i4.154>
- Fatmasari, D. I., Susanti, E. Y., & Yulfitasari, D. (2022). Pemberdayaan Kewirausahaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Melalui Pelatihan Pembuatan Berbagai Olahan Pisang Di Desa Kesiman Tengah Kecamatan Trawas Mojokerto. *Jurnal Khidmatuna*, 1(2), 1-12. [https://jurnal.stiedarulalahmojokerto.ac.id/index.php/jurnal\\_khidmatuna](https://jurnal.stiedarulalahmojokerto.ac.id/index.php/jurnal_khidmatuna)
- Harahap, C. (2025). Kondisi sosial ekonomi Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga melalui Pelatihan Manajemen Usaha Rumahan di Kecamatan Medan Tembung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Inovasi*, 1(1), 56-63. Retrieved from <https://journals.stimsukmedan.ac.id/index.php/inovasi/article/view/887>
- Hidayat, N., Rachmawani, D., Saputra, F., Safitri, L., Putra, A. A. E., Sukmawati, S. K., & Asyirah, N. (2024). Program Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Juata Kerikil, Kota Tarakan: Meningkatkan Pendapatan Dan Gizi Masyarakat Melalui Pengolahan Daging Ikan Tenggiri Menjadi Olahan Pempek. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 1-8. <https://doi.org/10.58818/jpm.v2i2.50>
- Hidayat, W., Rabbani, M. Z., Asmarandana, L. M. D., Husni, L., & Wijayanti, I. (2024). Identifikasi Potensi Ekonomi Kreatif Sebagai Pendukung Desa Wisata: Studi Kasus di Desa Gili Indah. *Student Research Journal*, 2(3), 205-220. <https://doi.org/10.55606/srjyappi.v2i3.1302>
- Khusna, F. A., & Sari, R. (2024). Pemberdayaan Perempuan Dalam Konteks Budaya Lokal: Studi Kasus Pemanfaatan Lahan Pekarangan Pangan Lestari. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 13(1), 1-21. <https://doi.org/10.20961/jas.v13i1.73451>
- Megavitry, R., Dos Santos, H. A., & Adiba, F. (2024). Pelatihan Pembuatan Nugget Ayam Sayuran pada Kelompok Ibu-Ibu Rumah Tangga Dusun Malenteng. *Vokatek: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 54-61. <https://doi.org/10.61255/vokatekjp.v2i2.350>
- Poerwarini, R., Wulan Ndari, P., Elis Meyana, Y., Dian Cahyaningtyas, A., Sidiq, A., & Hasanah, F. (2023). Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Melalui Pelatihan Usaha Makanan Ringan Berbasis Bahan Lokal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 35-43. Diambil dari <https://jpm.stt.web.id/index.php/jpm/article/view/55>
- Rasam, F., Karlina, E., & Sari, A. I. C. (2022). Peranan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta Pelatihan (Studi Kasus pada Ibu-ibu Rumah Tangga di Bedahan, Sawangan, Depok). *Sosio e-Kons*, 14(3), 226-232. <http://dx.doi.org/10.30998/sosioekons.v14i3.13280>
- Sari, F. M., Zulkifli, A., & Arfi, R. R. (2025). Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Mengembangkan Hasil Perkebunan Di Desa Maredan Barat Kecamatan Tualang Kabupaten Siak. *Insanta: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 69-80. <https://doi.org/10.61924/insanta.v3i2.53>
- Setiawati, I., Widiyantje, R., & Nurlaelah, I. (2022). Pemberdayaan Ibu-Ibu Rumah Tangga dalam Membuat Produk Berbasis Singkong di Desa Tenjolayar Kabupaten Kuningan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(3), 341-348. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.472>
- Setyaningrum, R. P., Norisanti, N., Fahlevi, M., Aljuaid, M., & Grabowska, S. (2023). Women and entrepreneurship for economic growth in Indonesia. *Frontiers in Psychology*, 13, 1-11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.975709>
- Theresia, S., Sihombing, S. O., & Antonio, F. (2025). From Effectuation to Empowerment: Unveiling the Impact of Women Entrepreneurs on Small and Medium Enterprises' Performance Evidence from Indonesia. *Administrative Sciences*, 15(6), 1-28. <https://doi.org/10.3390/admsci15060198>
- Wijaya, S. (2019). Indonesian Food Culture Mapping: A Starter Contribution To Promote Indonesian Culinary Tourism. *Journal of Ethnic Foods*, 6(1), 1-10. <https://doi.org/10.1186/s42779-019-0009-3>
- Wijaya, W. (2024). Pemberdayaan Ekonomi Berkelanjutan Melalui Pelatihan Kewirausahaan Bagi Ibu Rumah Tangga. *SABAJAYA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(05), 237-243. <https://doi.org/10.59561/sabajaya.v2i05.434>
- Wiyati, R., Maryanti, S., & Thamrin, M. (2022). Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga dalam Membuat Olahan Makanan Frozen di Kelurahan Tobek Godang Pekanbaru. *Diklat Review: Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Pelatihan*, 6(1), 46-52. <https://doi.org/10.35446/diklatreview.v6i1.848>