

ANALISIS PERAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) TERHADAP PENINGKATAN EKONOMI KELUARGA KARYAWAN (ANUFA CHEESETEA BOBA DI KAB. BANTAENG)

Annisah Nurul Fadilah T^{*1}, Muhammad Hidayat², Fitriany³

^{*1}Program Pascasarjana Magister manajemen, ITB Nobel Indonesia Makassar

²Program Pascasarjana Magister manajemen, ITB Nobel Indonesia Makassar

³Program Pascasarjana Magister manajemen, ITB Nobel Indonesia Makassar

E-mail: ^{*1}annisanurulfadilah98@gmail.com, ²hidayat2401@yahoo.com, ³fitriany276@gmail.com

ABSTRAK

Permasalahan dalam penelitian ini bagaimana Peran UMKM terhadap peningkatan Ekonomi Keluarga Karyawan pada UMKM Anufa Cheesetea Boba Bantaeng. Tujuan untuk mengetahui peran UMKM terhadap peningkatan ekonomi keluarga karyawan di Anufa Cheesetea Boba Bantaeng. Masalah dalam penelitian ini adalah analisis peran UMKM terhadap peningkatan ekonomi keluarga karyawan Anufa Cheesetea Boba Bantaeng. Metode Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (field research) Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data menggunakan observasi, interview, dan dokumentasi. Untuk menganalisis data, peneliti menggunakan metode deskriptif analisis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan di UMKM Anufa Cheesetea Boba Bantaeng tentang peran UMKM terhadap peningkatan ekonomi keluarga karyawan. Maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa UMKM Anufa Cheeseteaboba Bantaeng berperan penting bagi peningkatan ekonomi karyawan karena mereka sudah mampu mencukupi kebutuhan hidupnya seperti terpenuhinya kebutuhan pokok, mampu membiayai sekolah adik-adiknya dan terbebas dari pengangguran serta mengurangi beban orang tua meskipun pendapatan yang diperoleh belum terlalu banyak seperti karyawan di perusahaan pada umumnya akan tetapi hal tersebut merupakan suatu peningkatan ekonomi keluarga karyawan jika di tinjau dari sisi mikro ekonomi. Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa lebih diharapkan supaya pemerintah memperhatikan dan meningkatkan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) agar terjadinya pemerataan pendapatan di kalangan masyarakat menengah ke bawah.

Kata kunci : umkm, peningkatan, anufa

ABSTRACT

The problem in this research is what is the role of MSMEs in increasing the family economy of employees in MSMEs Anufa Cheesetea Boba Bantaeng. The aim is to find out the role of MSMEs in improving the economy of the families of employees at Anufa Cheesetea Boba Bantaeng. The problem in this study is the analysis of the role of MSMEs in increasing the family economy of Anufa Cheesetea Boba Bantaeng employees. This research method is a field research. The data sources used in this research are primary data and secondary data. Collecting data using observation, interviews, and documentation. To analyze the data, researchers used descriptive analysis method. The results of this study indicate that based on the results of research conducted by researchers at MSMEs Anufa Cheesetea Boba Bantaeng about the role of MSMEs in improving the economy of employee families. So researchers can conclude that MSMEs Anufa Cheeseteaboba Bantaeng plays an important role in improving the economy of employees because they have been able to fulfill their life needs such as meeting basic needs, being able to pay for the schooling of their younger siblings and being free from unemployment and reducing the burden on parents even though the income earned is not too much like employees in companies in general, but this is an increase in the economics of the employee's family when viewed from a micro-economic perspective.

Keywords: MSMEs, enhancement, Anufa

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, kecil dan menengah yang tumbuh dan berkembang di suatu

masyarakat Indonesia sangat berpengaruh dalam pertumbuhan ekonomi. Hal tersebut dijelaskan dengan data BPS tahun 2020 bahwa kontribusi UMKM sebesar 60,3% terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia dan mampu menyerap 97% dari total tenaga kerja. UMKM mampu meningkatkan kemakmuran negara melalui penciptaan produk dalam negeri sehingga dapat menghindari ketergantungan terhadap produk asing untuk mewujudkan kemandirian negara terhadap rakyatnya. UMKM merupakan komponen dari semua struktur ekonomi dan masyarakat yang dapat berkontribusi secara signifikan terhadap pembangunan ekonomi, produksi, daya saing, lapangan kerja, serta desentralisasi dan koherensi social. Para pelaku UMKM dapat menerapkan e-busines untuk mempromosikan usaha UMKM dengan biaya yang terjangkau dan dapat diakses secara global (Latief, F. dkk, 2022).

UMKM Kedai Anufa Boba sebagai objek penelitian merupakan usaha yang awalnya usaha rumahan yang menjual minuman kekinian seperti boba Brown Sugar, waktu demi waktu Usaha Anufa Boba membangun Outlet/Kedai di pinggir jalan sehingga makin menarik dipasarkan atau di mata konsumen. Usaha Anufa Boba ini merupakan industri mikro yang sudah berjalan lebih kurang selama 3 tahun. Setiap bulan usaha ini terus maju dan berkembang. Sistem agribisnis dalam pengelolaan usaha ini mulai dari produksi sampai dengan pemasaran. Sekarang Usaha Anufa Boba telah banyak dikenal orang karena rasa dari minumannya yang strong dan enak, serta harganya yang terjangkau oleh kalangan menengah. Usaha Anufa Boba awal mulanya hanya memasarkan produknya di tetangga dan sosial media seperti akun facebook. Ri nominal tersebut perbulannya, tergantung dari pemasukan yang disimpan.

Peningkatan perekonomian merupakan suatu perbaikan kondisi dari perekonomian yang lemah menjadi perekonomian yang lebih baik atau mengalami kemajuan dari sebelumnya. Usaha peningkatan pendapatan keluarga merupakan segala bentuk kegiatan ekonomi, baik yang diusahakan keluarga secara kelompok maupun perorangan, yang modalnya secara swadaya atau bantuan pihak swasta dan pemerintah. UMKM Anufa Boba Alhamdulillah bisa merubah perekonomian karyawannya sedikit demi sedikit kata Ibu Nurliah selaku pemilik Usaha tersebut, yang sebelumnya hanya menganggur dirumah, dan sekarang sudah mampu membiayai kehidupannya sendiri dan meringkankan beban keluarganya, ada juga yang sebelumnya hanya ojek biasa yang sering mangkal mencari pelanggan, sekarang sudah instant sekali mendapatkan delivery dari Outlet UMKM Anufa Boba Bantaeng, bisa ditelpon langsung mengantar sesuai tujuan customer.

Pemberdayaan sangatlah penting untuk integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan yang penting, sesuai amanat yang ditetapkan oleh Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor XVI/MPR- RI/1998 tentang politik ekonomi dalam rangka demokrasi ekonomi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah peran serta potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) harus diselenggarakan secara menyeluruh, optimal dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan perlindungan dan pengembangan usaha seluas-luasnya, agar dapat meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, dan dapat meningkatkan pendapatan rakyat, adanya lapangan pekerjaan dan mengurangi kemiskinan. Pengembangan ide-ide Kreatif dan inovatif serta menumbuhkan minat dan motivasi wirausaha yang akan menjadi modal dalam mempertahankan serta mengembangkan usaha (Latief, F. dkk, 2021).

UMKM Kedai Anufa Boba sebagai objek penelitian merupakan usaha yang

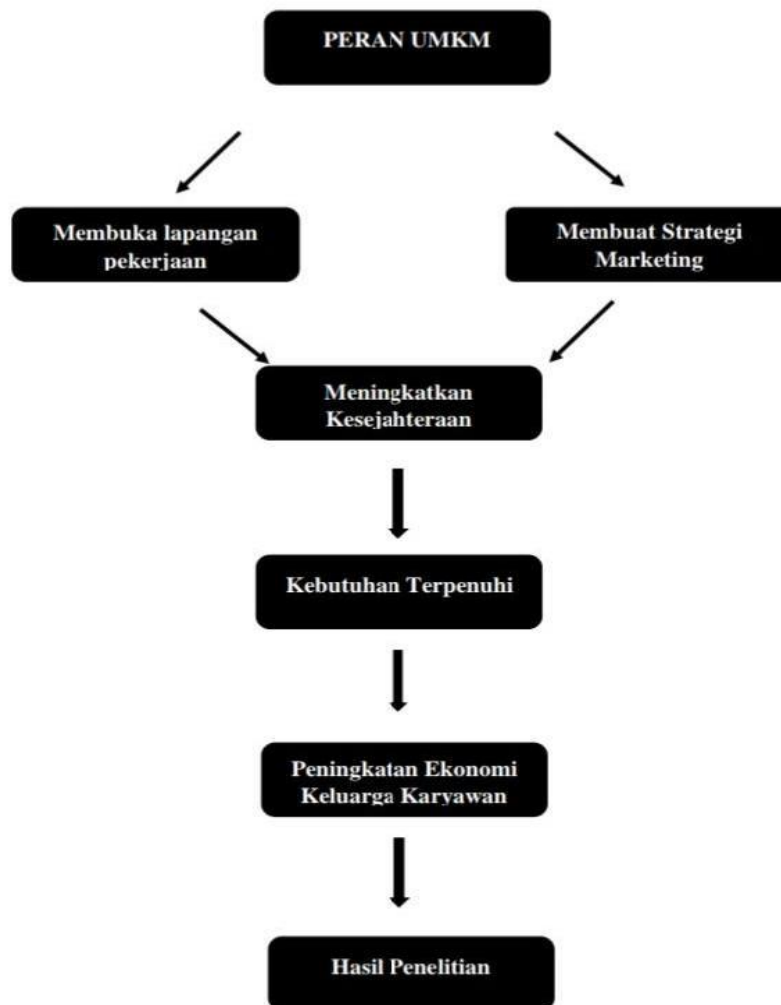
awalnya usaha rumahan yang menjual minuman kekinian seperti boba Brown Sugar, waktu demi waktu Usaha Anufa Boba membangun Outlet / Kedai di pinggir jalan sehingga makin menarik dipemasarkan atau di mata konsumen. Usaha Anufa Boba ini merupakan industri mikro yang sudah berjalan lebih kurang selama 3 tahun. Setiap bulan usaha ini terus maju dan berkembang. Sistem agribisnis dalam pengelolaan usaha ini mulai dari produksi sampai dengan pemasaran. Sekarang Usaha Anufa Boba telah banyak dikenal orang karena rasa dari minumannya yang strong dan enak,serta harganya yang terjangkau oleh kalangan menengah. Usaha Anufa Boba awal mulanya hanya memasarkan produknya di tetangga dan sosial media seperti akun facebook. Untuk mengenalkan produk ke masyarakat Anufa Boba melakukan bagi-bagi produk ke saudara-saudara, dan tetangga yang ada disekitar. Usaha Anufa Boba adalah boba yang proses pembuatannya tanpa menggunakan zat pengawet dan dibuat sendiri dirumah / Homemade, Kedai Anufa Boba ini tepatnya berada di Jl.Mangga dan cabangnya di dekat lapangan hitam pantai seruni, dua wilayah ini sangat ramai dan mungkin menjadi salah satu pusat perekonomian di Kabupaten Bantaeng.

Boba adalah minuman berbasis teh Taiwan yang ditemukan di Taiwan dan Taichun pada 1980-an. Resep mengandung sejenis teh, rasa susu, dan(gula opsional). Topping, yang dikenal sebagai "mutiara", seperti bola tapioca kenyal (juga dikenal sebagai mutiara atau boba), popa boba, jelly buah, cincau, agar-agar, dan puding sering ditambahkan. Versi ice-blended dibekukan dan dimasukkan ke dalam blender, menghasilkan konsistensi yang cair. Ada banyak jenis minuman dengan berbagai rasa. Dua varietas yang paling populer adalah teh susu mutiara hitam dan teh susu mutiara hijau (Maulida, 2015) Mutiara tapioca (tapioca pearl) sebagai isian minuman pada milk tea yang kebanyakan penggemarnya adalah anak-anak hingga remaja. Fase remaja adalah fase dimana seseorang ingin mencoba hal-hal yang baru, termasuk pada minuman. Minuman milk tea merupakan salah satu jajanan minuman ringan yang memiliki rasa manis. Bola (boba) adalah bola kenyal yang biasa ada dalam teh gelembung, tetapi berbagai pilihan lain dapat digunakan untuk menambahkan tekstur yang mirip dengan minuman. Ini biasanya berwarna hitam karena gula merah dicampur dengan tapioka. Mutiara hijau memiliki sedikit aroma teh hijau dan lebih kenyal.

Usaha Mikro, kecil dan menengah yang tumbuh dan berkembang di suatu masyarakat Indonesia sangat berpengaruh dalam pertumbuhan ekonomi. Hal tersebut dijelaskan dengan data BPS tahun 2020 bahwa kontribusi UMKM sebesar 60,3% terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia dan mampu menyerap 97% dari total tenaga kerja. UMKM mampu meningkatkan kemakmuran negara melalui penciptaan produk dalam negeri sehingga dapat menghindari ketergantungan terhadap produk asing untuk mewujudkan kemandirian negara terhadap rakyatnya. Menurut Beneki & Papasta thopoulos UMKM merupakan komponen dari semua struktur ekonomi dan masyarakat yang dapat berkontribusi secara signifikan terhadap pembangunan ekonomi, produksi, daya saing, lapangan kerja, serta desentralisasi dan koherensi social.

Berdasar pada uraian diatas maka penelitian ini disusun melalui konsep kerangka pemikiran yang dapat digambarkan sebagai berikut :

Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian



Adapun yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini peneliti rumuskan dalam bentuk pertanyaan yaitu:

1. Peningkatan ekonomi seperti apa yg didapatkan oleh keluarga karyawan?
2. Bagaimana Strategi yang dilakukan UMKM Anufa Cheesetea Boba Bantaeng Sehingga Produknya sangat diminati oleh banyak orang?
3. Bagaimana perubahan kehidupan dan kesejahteraan Ekonomi Keluarga karyawan sebelum dan setelah mendapatkan pekerjaan di Anufa Cheesetea Boba Bantaeng?

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini memakai metode Kualitatif, atau penelitian Lapangan (field research), artinya data-data yang dijadikan rujukan dalam penelitian ini adalah fakta di lapangan yang berkaitan langsung dengan objek penelitian yaitu Kedai Anufa Boba yang digunakan dalam penelitian ini deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi, atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian. Penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara sistematis dan akurat fakta dan karakteristi

bidang tertentu.

Sehingga hasil data tidak diolah secara statistik melainkan diolah secara induktif, selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu. Dalam penelitian ini meneliti tentang peran UMKM terhadap peningkatan ekonomi keluarga karyawan pada UMKM Kedai Anufa Boba Bantaeng.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Anufa Cheesetea Boba Bantaeng di dirikan di Bantaeng pada tanggal 12 Februari 2019 Sebelum mendirikan Anufa Cheesetea Boba Bantaeng Ibu Nurliah selaku pemilik usaha UMKM ini sebelumnya mempunyai usaha atau pedagang Arloji/Jam Tangan di pasar sentral Bantaeng sekitar tahun 2005 hingga 2018. Namun usaha penjualan arloji ini kandas dan mengalami kerugian setelah pasar sentral bantaeng direnovasi dan disusul terjadinya krisis ekonomi yang membuat daya beli masyarakat menurun dan akhirnya banyak usaha ditutup. Selanjutnya Ibu Nurliah mencoba membuka usaha

Sejarah Berdirinya Anufa Cheeseteaboba Bantaeng

Menurut Ibu Nurliah Pemilik Anufa Cheesetea Boba Bantaeng, awal mula dia mendirikan usahanya dia hanya memasarkan produknya di tetangga dan sosial media seperti akun facebook. Untuk mengenalkan produk ke masyarakat Anufa Boba melakukan bagi-bagi produk ke saudara-saudara, dan tetangga yang ada disekitar. Usaha Anufa Boba adalah boba yang proses pembuatannya tanpa menggunakan zat pengawet dan dibuat sendiri dirumah / Homemade, Kedai Anufa Boba ini tepatnya berada di Jl.Mangga dan di Jl. Seruni Kabupaten Bantaeng, Kedua Wilayah ini sangat ramai dan mungkin menjadi salah satu pusat perekonomian di Kabupaten Bantaeng. Usaha Anufa Boba adalah usaha yang dijalankan oleh Ibu Nurliah dengan karyawannya 8 orang dan drivernya 3 orang. usaha ini mampu melakukan

Berikut hasil Wawancara dengan salah satu pustakawan Ahli Madya di lingkungan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Enrekang, beliau menuturkan:

Alhamdulillah , sangat ada perubahan,cukup membantu ekonomi keluargaku dan bisama juga cicil motor” – wawancara bersama ibu Jamila selaku pembuat/produksi UMKM Anufa Cheesetea Boba Bantaeng (02 november 2022)

Dapat peneliti simpulkan bahwa peran UMKM cukup membantu pertumbuhan ekonomi keluarganya, UMKM Anufa Boba melakukan pemberdayaan masyarakat sebagai strategi pembangunan yang berpusat pada manusia. Perspektif pembangunan ini menyadari betapa pentingnya kapasitas manusia dalam rangka meningkatkan kemandirian dan kekuatan internal atas sumber daya materi dan non material melalui redistribusi modal/kepemilikan.

Pemberdayaan masyarakat mengacu pada empowerment yaitu sebagai upaya untuk mengaktualisasikan potensi yang dimiliki oleh masyarakat. Salah satu pendekatan pemberdayaan masyarakat adalah dengan menekankan pada arti pentingnya masyarakat lokal yang mandiri sebagai suatu sistem yang mampu mengorganisir dirinya sendiri. Pemberdayaan masyarakat merupakan upaya untuk memandirikan masyarakat lewat

Adapun pemberdayaan masyarakat senantiasa menyangkut dua kelompok yang saling terkait, yaitu masyarakat sebagai karyawan dan pihak yang menaruh kepedulian sebagai UKM. Tujuan Pemberdayaan secara umum merupakan membangun daya dengan mendorong dan memotivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi atau daya yang dimiliki serta adanya upaya untuk mengembangkan kearah yang lebih baik untuk membangun ekonomi keluarga.

Strategi Marketing

Anufa Cheesetea Boba Bantaeng menggunakan Marketing Mix Strategy , yaitu kumpulan dari strategi untuk dapat mempengaruhi tanggapan konsumen sehingga produk Anufa Cheesetea Boba Bantaeng memperkenalkan produknya secara lebih luas ke masyarakat. sehingga penjualan akan selalu meningkat. Strategi Pemasaran Minuman Boba Berikutnya adalah strategi pemasaran seperti sudah memiliki basic dalam marketing plan atau marketing strategy, seperti promosi,eyecatching,pelayanan, promo giveaway.

Perbandingan Anufa dengan Brand Lain

Adapun perbandingan yang saya teliti antara Anufa Cheeseteaboba bantaeng dengan brand lain yaitu Loaim Boba Bantaeng yang terletak di jl poros tanetea, dan Kamsiaboba Panaikang. Ada beberapa perbandingan yaitu:

Memproduksi boba yang berbeda Kebanyakan outlet boba pada umumnya menggunakan boba pear, seperti boba Lo aim dan Kamsia Boba Panaikang, yang menggunakan boba kemasan instant yang mudah itemukan ditoko, namun di Anufa Cheesetea Boba Bantaeng menggunakan boba yang berwarna Brown dan Homemade, agar tetap menjaga kekhasan boba dan teksturnya selalu di perhatikan agar tetap kenyal dan mempertahankan rasa yang original.

Gelas yang size besar namun harga terjangkau Gelas selalu menjadi perhatian sebelum customer berbelanja, Loaim boba menggunakan gelas size 14 yang datar dengan harga 10.000, Kamsia Boba Panaikang memakai gelas 14 size cembung dengan harga 15.000 sedangkan di Anufa menggunakan gelas cembung size 16

Promosi secara Offline dan Online dengan rutin Promosi selalu berpengaruh dalam kelarisan brand/jualan yang akan dipasarkan, ketika saya meneliti brand di Loaim Boba bantaeng promosinya sangat jarang sekali bahkan di sosial media tidak terlalu update, begitupun di Kamsia Boba Panaikang hanya sesekali saja update di sosial media. sedangkan di Anufacheesetea boba Bantaeng hampir setiap jam melakukan promosi, mau itu secara langsung atau di sosial media sehingga penjualan sangat meningkat dan laris di pasaran.

Membuat keunikan gambar promosi brand Keunikan gambar menjadi salah satu daya tarik di sosial media, gambar Loaim boba terlihat biasa saja, Kamsia boba Panaikang juga termasuk brand yang unik dalam promosi, dan Anufacheesetea boha Bantaeng sangat kekinian dan mengikuti gaya trend masa kini sehingga ada keunikan didalamnya dan menjadi daya tarik dalam pemasaran.

Giat melakukan Promo dan Diskon besar-besaran Promo dan diskon besar-besaran sangat digemari oleh kebanyakan customer, karena hal itu jarang ditemukan. Di Loaim Boba Bantaeng dna Kamsia boba Panaikang tidak pernah melakukan promo atau diskon besar-besaran, seperti Anufacheeseteaboba Bantaeng, karena selalu

Visi Misi

Visi Menghasilkan produk yang berkualitas dan Memberikan pengalaman yang berbeda kepada para pembeli, serta memberikan pelayanan yang terbaik dan berkesan sehingga pelanggan senantiasa mau datang kembali.

Membuka lapangan kerja seluas-luasnya serta meningkatkan taraf hidup karyawan.

Misi Menyediakan segala bahan untuk menciptakan minuman yang terbaik dan bermanfaat untuk para pelanggan, namun dengan harga yang terjangkau.

Mengoptimalkan sumber daya manusia agar mampu menghasilkan.

Membuka cabang-cabang lain di kota-kota besar lainnya. Enrekang untuk mengembangkan perpustakaan berbasis inklusi sosial dan TIK.

Tujuan perusahaan ini sudah menjadi ketetapan harus dilaksanakan dan menjadi pedoman kerja dalam jangka waktu yang relatif pendek. Adapun yang menjadi tujuan jangka pendek Industri Anufa meningkat, Terkait tentang harga brand yang ekonomis atau sangat terjangkau dan rasa dijamin tidak mengecewakan, sebagaimana yang disampaikan oleh ibu Nurliah pemilik UMKM Anufa Cheeseteaboba Bantaeng seperti yang tertulis dalam hasil wawancara sebagai berikut:

“Kalangan masyarakat sangat senang karena merasa minuman ini mudah didapat dan harga yang sangat terjangkau, kadang ada promo dadakan yang ok membuat masyarakat disini berantusias ikut meramaikan promo tersebut.” – wawancara dengan ibu Nurliah atau Pemilik Usaha Anufa Cheesetea Boba Bantaeng (02 november 2022)

Dari hasil wawancara peneliti menyimpulkan bahwa tidak ada masyarakat Sangat menerima kehadiran Anufa Boba Bantaeng dan selalu turut serta meramaikan promo ketika outlet mengadakan, masyarakat untung banyak, seperti beli 2 gratis 1.

Terkait tentang rasa yang tidak diragukan oleh kalangan masyarakat sudah terlihat jelas, sebagaimana yang disampaikan oleh Ibu Fitra seperti yang tertulis dalam hasil wawancara sebagai berikut:

Bagaimana tanggapan tentang brandnya Anufa dengan brand yang lain?

“Kalau Anufa kusus rasa, karena manisnya saja tidak hilang atau tidak hambar sampai titik penghabisan, enak tawwa juga bobanya tidak terlalu keraski baru terasa sekali brown sugarnya didalam bobanya, bedaki dari boba lain yang sebelumnya saya pernah coba juga – wawancara dengan ibu Fitra selaku masyarakat/Customer di Anufa cheeseteaboba Bantaeng (02 november 2022).

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan pada konsumen maka dapat peneliti simpulkan kualitas dari Anufa Boba Bantaeng sudah memuaskan konsumen karena selain dari rasa yang khas dari bobanya harganya juga terjangkau oleh masyarakat menengah kebawah. Selain itu tidak ada kekhawatiran mengenai proses produksi yang menyalahi aturan seperti terpapar oleh zat kimia karena home made dan bahannya semua fresh.

Teekait dengan adanya promo yang membuat antusias masyarakat untuk berbelanja, sebagaimana yang disampaikan oleh Falika/masyarakat seperti yang tertulis dalam hasil wawancara sebagai berikut: Bagaimana tanggapan dengan brandnya Anufa? Apakah puas dengan promo yang sering diadakan?

“Luar biasa produknya anufa dek karena selain rasanya yg best seller selalu jg adakan promo beli 2 gratis 1 atau kadang jg beli 3 gratis 2, yang paking kуска saya rasa Dalgona Cokelat, perfect mentongmi, jarang sekali ada penjual boba yang adakan promo seperti ini” – wawancara dengan mbak Falika selaku masyarakat/customer di Anufa Cheesetea Boba Bantaeng (02 november 2022).

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan pada konsumen maka dapat peneliti simpulkan kualitas dari Anufa Boba Bantaeng sudah memuaskan konsumen dengan memberikan diskon/promo besar-besaran.

Analisis Peran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah UMKM Terhadap Peningkatan Ekonomi Keluarga Karyawan Anufa Cheeseteaboba Bantaeng

Peran penting UMKM secara umum dapat kita lihat dari perkembangan yang signifikan dan peran UMKM sebagai penyumbang PDB terbesar di Indonesia. Hal tersebut menunjukkan bagaimana peran UMKM sangat dominan dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sehingga pemberdayaan UMKM merupakan sesuatu yang sangat penting dalam upaya meningkatkan ekonomi keluarga. Sumbangsih UMKM Anufa Boba Bantaeng terhadap karyawan menjadikan indikator pentingnya UMKM dalam peningkatan pertumbuhan perekonomian karyawan.

Jamila dan Asri menjelaskan bahwa sebelum ia berkerja di Anufa Cheesetea Boba Bantaeng dia pernah bekerja menjaga toko baju di sah satu toko dipasar baru sentral bantaeng, namun penghasilannya tidak mencukupi. Kemudianndia berhenrindan memutuskan bergabung di Anufa Cheesetea Boba Bantaeng dengan pekerjaan mengolah/memproduksi boba dengan cara manual/Tangan. “

Ridwan dan Gugun sebelumnya bekerja sebagai tukang ojek biasa , yang hanya mangkal di pangkalan. Mereka merasa penghasilannya masih kurang. Hanya berpenghasilan Rp.500.000-Rp.750.000 perbulan atau kadang tidak menentu. Kemudian memutuskan untuk berhenti menjadi tukang ojek biasa dan bekerja sebagai Kurir Delivery di Anufa Cheesetea Boba Bantaeng, orderan di Anufa Boba Perhari melebihi 100 titik , pertitik setiap antaran kadang Rp.5.000-7.000. Tetap setoran masuk tiap hari dari kurir delivery Anufa. Beda lagi jikalau diluar antaran dari Anufa Boba, karena sudah banyak berinteraksi dnegan Customer-customer yang pernah berbelanja di Anufa Boba. Sangat meningkatkan pendapatan sang Kurir, mau itu perhari dan gaji Perbulan dari Ibu Nurliah.

Pencapaian dan Kesejahteraan Terpenuhi

Jamila dan Asri mengatakan bahwa sebelum bekerja di Anufa Cheesetea Boba Bantaeng ia hanya mampu membiayai hidupnya sendiri namun setelah bekerja di Anufa Cheesetea Boba Bantaeng mereka sudah mampu memenuhi kebutuhan keluarga bahkan ia jg mencicil motor.

Lestari dan Rahmat mengatakan bahwa sebelum bekeeja di Anufa Cheesetea boba Bantaeng ia kurang mampu memenuhi kebutuhan keluarganya bahkan kebutuhan untuk diri sendiripun terlalu rumit, Namun setelah bekerja di Anufa Cheesetea Boba Bantaeng mereka sudah mampu memenuhi kebutuhan keluarga dan membeli beberapa peralatan rumah tangga dari upah gaji mereka.

Lain halnya dengan Putra,Ilham,Gugun dan Ridwan yang mengatakan sebelum bekerja di Anufa Cheesetea Boba Bantaeng mereka hanya mampu membiayai kehidupannya sendiri dan kadang mengeluh dengan upah yangSeperti yang sudah dijelaskan sebelumnya mengenai kegiatan Stakeholder Meeting merupakan salah satu strategi Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Enrekang dalam mengembangkan perpustakaan berbasis inklusi sosial. Tujuannya yaitu untuk mendapatkan dukungan dan menjalin kerjasama antaraperpustakaan dengan para Stakeholder.

Beda lagi dengan Tami, dan Resa. Yang sebelum mereka bekerja di Anufa Boba Cheesetea Bantaeng mereka tidak melanjutkan pendidikan perkuliahan diakibatkan dengan rendahnya pendapatan mereka sebelumnya, dan tidak mau terlalu membebani kedua orang tuanya. Namun setelah bekerja di Anufa Cheesetea Boba Bantaeng, Mereka sudah mampu melanjutkan pendidikannya di Kampus Swasta yang terletak di Jeneponto dan jadwal kuliahnya hanya sabtu-minggu, tidak mengganggu pekerjaan mereka. Karena

setiap sabtu-minggu mereka masuk shift sore .

Adapun Dzaki, yang sebelumnya hanya pengangguran dan masih bergantung dengan orang tua , kadang banyak keperluan yang ia inginkan namun belum terpenuhi sebelum karena adiknya masih bersekolah. Namun setelah oa bekerja di Anufa Cheesetea Boba Bantaeng, sedikit demi sedikit ekonomi keluarganya membaik, dan bisa membiayai Adiknya sekolah tanpa minta ke ortunya lagi. Selain itu Dzaki jg menabung separuh gajinya untuk dijadikan investasi dimasa yang akan datang. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan diatas dapat diketahui bahwa salah satu Upaya yang dilakukan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Enrekang dalam mengatasi kendala Tranformasi perpustakaan berbasis

KESIMPULAN

Berdasarkan pada data yang dikumpulkan dan pengujian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan di UMKM ANUFA CHEESETEA BOBA BANTAENG tentang peran UMKM terhadap peningkatan ekonomi keluarga karyawan. Maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa UMKM ANUFA CHEESETEA BOBA BANTAENG berperan penting bagi peningkatan ekonomi karyawan karena mereka sudah mampu mncukupi kebutuhan hidupnya seperti terpenuhinya kebutuhan pokok, mampu mencicil kendaraan, mampu membeli peralatan rumah tangga, mampu membiayai sekolah adik-adiknya dan terbebas dari pengangguran serta mengurangi beban orang tua meskipun pendapatan yang diperoleh belum terlalu banyak seperti karyawan di perusahaan pada umumnya akan tetapi hal tersebut merupakan suatu peningkatan ekonomi keluarga karyawan jika di tinjau dari sisi mikro ekonomi. Dalam menghadapi persaingan yang begitu ketat Konten Kreator dari Anufa Cheesetea Boba Bantaeng menerapkan beberapa strategi pemasaran untuk mempertahankan ke eksisan Anufa Boba untuk selalu update terhadap tren terkini, melakukan promksi onlinen, memperkuat branding, serta memberikan promo/diskon kepada pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Firdaus, Thaha. (2021). Analisis Pengaruh Kredit Microfinance UMKM Terhadap Kinerja dan Kualitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Di Kota Makassar.
- Ahmad, F., & Rismawati, R. (2018). Business Model And creation of value on X company in Makassar. *International Journal Of Scientific & Technology Research*, 7(9).
- Andi, Fuji, Astuti. (2019). dengan Judul Peran Perempuan Dalam meningkatkan ekonomi Keluarga Perspektif Hukum Islam Pedagang Pasar Sentral Sungguminasa.
- Endang, Kurniawan. (2022). Analisis Pendapatan Karyawan dalam Meningkatkan Kesejahteraan menurut Perspektif ekonomi Islam.
- Firman, A., Mansyur, M., Latief, F., Nurhaeda, Z., Hidayat, A. R. F., & Baharuddin, I. (2023). MEMBANGUN LITERASI KEWIRAUSAHAAN BAGI GENERASI

MUDA. JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri), 7(1), 574-582.

Idaroyani. (2021). Strategi Pemasaran Bisnis Street Boba Cabang Kota Pekan baru, Kategori penelitian Lapangan (Field Research) Karyawan Dalam Meningkatkan Semangat Kerja Di Alfamart.

Latief, F., Dwinanda, G., Bater, L., & Nur, F. K. (2022). PENERAPAN E-BUSINESS PADA PELAKU USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DI KABUPATEN MAROS. *JICS: Journal Of International Community Service*, 1(02 November), 33-38.

Latief, F., Hidayat, M., & Dirwan, D. (2021). Pelatihan UKM Dalam Upaya Mengembangkan Ide-Ide Kreatif Dan Inovatif. *Nobel Community Services Journal*, 1(1), 7-11.

Multasam, Nasrudin. (2016). Analisis Peran Usaha Kecil dan Menengah terhadap peningkatan ekonomi Keluarga (CV Citra sari Kota Makassar).

Rizki, Senja, Yola. (2017). Strategi Pembangunan usaha dan Peningkatan Kesejahteraan Karyawan berdasarkan dai Perspektif ekonomi Islam.

Regita, Maulidya, Putri. (2019). Dengan Judul Pengaruh Peningkatan Karyawan Bersifat Ekonomi Terhadap Turnover Intention PT Arina Mutikarya.