



PENINGKATAN PENGELOLAAN USAHA KELONTONG PADA MASYARAKAT PESISIR DI DESA TAMBEA KECAMATAN POMALAA KABUPATEN KOLAKA

Article history

Received: 27 Oktober 2025

Revised: 06 November 2025

Accepted: 13 Maret 2026

DOI: [10.35329/jp.v6i1.6801](https://doi.org/10.35329/jp.v6i1.6801)

¹Akhmad Mansyur, ²Amadhan Takwir, ³Arwan Arif Rahman, ²Asmadin, ⁴Muhammad Rusdan, ⁴Anggoro Dwi Saputro, ⁴Bambang Tri Ariwibowo, ⁴Mirwan Anugrah, ¹Haeruddin, ¹Roslindah Daeng Siang, ¹Nurhuda Annaastasia

¹Prodi Agrobisnis Perikanan, FPIK, Universitas Halu Oleo, Indonesia, ²Prodi Oseanografi, MIPA, Universitas Halu Oleo, Indonesia, ³Prodi Ilmu Kelautan, FPIK, Universitas Halu Oleo, ⁴PT. Antam (Persero) Tbk UBP Nikel Kolaka, Indonesia.

**Corresponding author*

akhmadmansyur@uho.ac.id

Abstrak

Usaha kelontong menjadi alternatif strategis bagi perempuan pesisir untuk meningkatkan kemandirian ekonomi rumah tangga melalui pengelolaan produk kebutuhan sehari-hari yang bernilai pasar. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memperkuat pengetahuan dan keterampilan kelompok ibu rumah tangga di Desa Tambea, Kecamatan Pomalaa, Kabupaten Kolaka, dalam mengelola dan memasarkan usaha kelontong secara efektif. Program berlangsung dari November 2024 hingga April 2025 dengan pendekatan Participatory Learning and Action (PLA) melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan praktik berbasis stimulan usaha. Materi pelatihan mencakup manajemen stok, sistem pemesanan, serta strategi pemasaran sirkuler. Selama kegiatan, peserta menunjukkan partisipasi aktif dan antusiasme tinggi. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan pada aspek pengetahuan dan keterampilan peserta, dari skor awal 50–70 menjadi 75–95 setelah program. Selain itu, terjadi kenaikan rata-rata omzet usaha sebesar 48% selama lima bulan implementasi. Secara keseluruhan, program ini berhasil memperkuat kapasitas kewirausahaan perempuan pesisir dan berkontribusi pada terwujudnya kemandirian ekonomi masyarakat Desa Tambea secara berkelanjutan.

Kata kunci: *kemandirian ekonomi, participatory learning and action, masyarakat tambea*



Gambar 1. Sosialisasi dan Pelatihan Pengelolaan Usaha Kelontong
(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2024)

1. PENDAHULUAN

Dalam konteks pembangunan berkelanjutan, kolaborasi antara sektor industri dan masyarakat lokal menjadi salah satu pendekatan strategis untuk memperkuat kemandirian ekonomi di tingkat akar rumput. Menurut World Business Council for Sustainable Development (2022), implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) telah bergeser dari sekadar aktivitas filantropi menuju model pembangunan inklusif yang menekankan keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Sejalan dengan pandangan tersebut, berbagai pakar (Misra & Jain, 2023; Rahardjo, 2024) menegaskan bahwa CSR yang efektif harus mampu meningkatkan kapasitas masyarakat melalui penguatan usaha mikro dan pelatihan keterampilan adaptif sesuai potensi lokal.

Sebagai wujud penerapan konsep tersebut, PT ANTAM Tbk. menginisiasi Program Prioritas CSR yang berfokus pada pemberdayaan UMKM dan peningkatan keterampilan masyarakat Desa Tambea, Kecamatan Pomalaa, Kabupaten Kolaka. Komitmen ini merupakan manifestasi etika bisnis perusahaan dalam menjaga hubungan harmonis dengan stakeholder sekaligus memberikan dampak positif terhadap lingkungan sosial sekitarnya. Program pemberdayaan ini dirancang bersifat inklusif dan berkelanjutan, dengan tujuan mendorong kemandirian ekonomi masyarakat melalui pemanfaatan potensi lokal dan pengelolaan sumber daya yang efektif.

Sasaran utama program ini adalah kelompok ibu-ibu rumah tangga pelaku usaha kelontong di Desa Tambea Kecamatan Pomalaa Kabupaten Kolaka Sultra. Secara umum, kapasitas manajerial pelaku usaha dimaksud masih tergolong rendah hingga sedang. Sebagian besar usaha dikelola secara tradisional dengan sistem pencatatan sederhana atau bahkan tanpa pencatatan sama sekali. Pengelolaan keuangan usaha sering tercampur dengan keuangan rumah tangga, sehingga sulit memantau laba bersih dan perputaran modal. Pengambilan keputusan bisnis lebih banyak didasarkan pada pengalaman dan kebiasaan, bukan pada analisis keuntungan atau strategi pasar. Dari sisi keterampilan praktik, sebagian besar ibu-ibu memiliki kemampuan dasar dalam melayani pelanggan, mengatur stok barang, dan menata produk. Namun, kemampuan dalam hal pengemasan, promosi, dan inovasi produk masih terbatas. Pengetahuan tentang teknik penjualan modern, seperti penggunaan media sosial (WhatsApp, Facebook, atau marketplace lokal), belum banyak dimanfaatkan. Akses pasar pelaku usaha kelontong di Desa Tambea masih terbatas pada wilayah lokal, dengan jangkauan penjualan yang sempit akibat keterbatasan modal, stok, dan transportasi. Pasokan barang bergantung pada pedagang grosir di Pomalaa atau Kolaka, sehingga daya saing harga relatif rendah. Beberapa pelaku usaha mulai menawarkan penjualan berbasis pesanan untuk acara tertentu, namun belum memiliki jaringan kemitraan yang kuat, sementara dukungan kelembagaan seperti koperasi masih bersifat informal dan belum optimal. Oleh karena itu, mereka masih membutuhkan peningkatan kapasitas manajerial, keterampilan praktik, dan akses pasar. Menurut pendapat Susanti et al. (2022) dan Kusnadi (2025), peningkatan literasi usaha serta keterampilan adaptif pelaku UMKM menjadi faktor kunci dalam menghadapi perubahan pasar dan menjaga keberlanjutan ekonomi lokal. Akhirnya, melalui program ini setiap penerima manfaat diharapkan mampu mengelola usahanya secara mandiri dengan indikator peningkatan omzet dan kemampuan beradaptasi terhadap kebutuhan pasar.

Untuk mendukung keberhasilan program, PT ANTAM Tbk. memberikan stimulan usaha sebesar Rp20.000.000 per unit usaha, serta melibatkan Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Halu Oleo (UHO) sebagai mitra pelaksana pendampingan. Kolaborasi ini memperkuat landasan akademik program serta memastikan kegiatan pemberdayaan berjalan sesuai kebutuhan masyarakat yang beragam (Rezi & Ali, 2024). Kehadiran mahasiswa diharapkan dapat memperkuat proses adaptasi penerima program pada setiap tahapan implementasi lapangan kegiatan pengabdian ini. Stakeholder lain seperti pemerintah desa juga dilibatkan untuk dapat mendukung legalitas kelembagaan setiap unit dan kelompok usaha kelontong.

2. METODE

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Tambea Kecamatan Pomalaa, Kabupaten Kolaka. Kegiatan ini dilaksanakan selama enam bulan sejak November 2024 hingga April 2025. Pelaksanaan program ini menggunakan metode Participatory Learning and Action (PLA) (Darmawan et al., 2020), melalui tiga tahapan kegiatan yaitu sosialisasi, pelatihan, dan stimulan praktik. Dimaksudkan agar dapat meningkatkan keterlibatan peserta secara aktif hingga efektif meningkatkan pengetahuan dan keterampilan tentang pengelolaan usaha kelontong.

Peserta pengabdian ini adalah 13 orang ibu-ibu rumah tangga di Desa Tambea, Kecamatan Pomalaa, Kabupaten Kolaka. Semuanya berada dalam rentang usia produktif (25-60) tahun dengan rata-rata usia 35 tahun. Program pengabdian kepada masyarakat ini menyertakan stimulan usaha dari PT. Antam Tbk, Tim ahli LPPM UHO untuk merancang dan memberikan pelatihan kepada penerima program dan fasilitator (Mahasiswa dan alumni Program Studi Agrobisnis Perikanan Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Halu Oleo) untuk memfasilitasi dan mendampingi penerima manfaat dalam fungsi operasional usaha kelontong. Kegiatan pengabdian ini dievaluasi dengan metode pre-test dan post-test berdasarkan daftar pertanyaan pilihan ganda (Isnaini et al., 2025). Terdapat tiga aspek pengetahuan yang dievaluasi yaitu manajemen stok, manajemen pemesanan, dan strategi pemasaran sirkuler. Selain itu, dilibatkan pula metode statistik kuantitatif untuk mengevaluasi tingkat pertumbuhan omset dan daya adaptasi SDM terhadap trend pasar. Hasil evaluasi ditabulasi dan ditampilkan dalam bentuk grafik menggunakan program *Microsoft Excel*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan tahapan sosialisasi sebagaimana Gambar 1. Materi sosialisasi disampaikan oleh tim LPPM UHO kepada pihak PT ANTAM Tbk., Materi sosialisasi dan diskusi yang disampaikan adalah tentang solusi alternatif untuk peningkatan kemandirian ekonomi masyarakat Desa Tambea melalui usaha Kelontong. Peserta antusias dan terlibat secara aktif dalam diskusi.

Fase selanjutnya merupakan kegiatan pelatihan bagi anggota kelompok usaha kelontong yang diselenggarakan oleh tim ahli LPPM Universitas Halu Oleo (Gambar 1) dengan dukungan mahasiswa sebagai panitia pelaksana. Kegiatan ini difasilitasi oleh pemerintah desa dan dilaksanakan di balai pertemuan Desa Tambea. Selama pelatihan, peserta memperoleh materi mengenai manajemen stok, pengelolaan pemesanan, serta strategi pemasaran berbasis sirkular untuk meningkatkan kapasitas pengelolaan usaha secara berkelanjutan.

Hasil evaluasi pengetahuan peserta terkait pengelolaan usaha kelontong sebelum dilaksanakan pelatihan memiliki skor antara 50 s/d 70. (Gambar 2)



Gambar 2. Pelaksanaan Pre-test pengelolaan usaha kelontong
(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2024)

Upaya peningkatan keterampilan peserta dilakukan melalui praktik manajemen pemasaran produk kebutuhan rumah tangga. Tahapan praktik yang dilaksanakan meliputi:

- 1) penentuan produk yang akan dipasarkan melalui usaha kelontong (Gambar 3). Tahapan ini dilakukan dengan Pendekatan Berbasis Kebutuhan Konsumen (*Demand Driven*) yang menekankan pada analisis kebutuhan dan preferensi masyarakat sekitar. Produk yang akan dipasarkan dipilih berdasarkan tingkat permintaan yang tinggi, frekuensi pembelian, serta daya beli konsumen. Dalam Langkah ini, mahasiswa sebagai fasilitator mendampingi penerima program untuk:

- Melakukan observasi atau survei sederhana terhadap barang yang paling sering dibeli.
- Mengidentifikasi musim atau waktu tertentu yang mempengaruhi pola konsumsi (misalnya, bulan puasa, tahun ajaran baru, atau hari besar).
- Menentukan prioritas stok berdasarkan barang kebutuhan pokok dan cepat laku (*fast-moving goods*).



Gambar 3. Penentuan produk usaha kelontong
(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2024)

- 2) Penentuan mitra sebagai pemasok produk usaha kelontong (Gambar 4), merupakan proses atau langkah dalam memilih dan menetapkan pihak tertentu (mitra) yang akan bertanggung jawab sebagai penyedia barang atau produk untuk usaha kelontong. Mitra yang dimaksud bisa berupa distributor, produsen, agen, atau pedagang grosir yang menyediakan berbagai kebutuhan kelontong. Penentuan mitra ini dilakukan dengan Pendekatan Efisiensi Rantai Pasok (*Supply Chain Efficiency Approach*). Melalui pendekatan ini, kelompok usaha didampingi oleh fasilitator (mahasiswa) untuk memilih mitra pemasok yang mampu menyediakan produk secara konsisten, tepat waktu, dan dengan harga kompetitif. Indikator evaluasi bagi calon mitra dilakukan terhadap:

- Stabilitas harga dan ketersediaan barang,
- Ketepatan pengiriman,
- Kemudahan sistem pembayaran, dan
- Komunikasi yang transparan.

Pendekatan ini telah berhasil membantu usaha kelontong menjaga kontinuitas stok dan kualitas layanan kepada konsumen.



Gambar 4. Pendampingan penentuan mitra pemasok produk usaha kelontong
(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2024)

- 3) Stok opname produk Kelontong (Gambar 5), kegiatan pengecekan dan pencatatan jumlah barang atau produk yang tersedia secara fisik di toko kelontong, lalu dibandingkan dengan data persediaan yang tercatat di pembukuan atau sistem. Tujuannya adalah untuk memastikan kesesuaian antara stok nyata dan catatan administrasi, serta untuk mendeteksi adanya selisih, kehilangan, kerusakan, atau kesalahan pencatatan. Pendekatan stok opname yang implementasikan bagi usaha kelontong adalah kombinasi antara **pemeriksaan periodik, klasifikasi barang, dan pencatatan berkelanjutan**. Melalui pemeriksaan setiap minggu, pelaku usaha telah mampu mengetahui jumlah barang yang masih tersedia, mendeteksi barang rusak atau kedaluwarsa, serta menghitung nilai persediaan. Disamping itu, dengan adanya **pencatatan stok secara terus-menerus** setiap kali terjadi transaksi penjualan atau pembelian, pengusaha dapat **memantau stok secara real-time**, menghindari kelebihan atau kekurangan barang, serta lebih cepat dalam mengambil keputusan restok. Kemudian dengan adanya mengelompokkan produk berdasarkan tingkat perputaran dan nilai penjualannya, maka pengusaha dapat memfokuskan pengawasan dan pencatatan lebih ketat pada barang dengan nilai tinggi dan perputaran cepat (rokok, gula, minyak goreng).



Gambar 5. Pendampingan stok opname produk usaha kelontong
(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2024)

- 4) Pemesanan produk kelontong (Gambar 6), merupakan proses dimana pengelola kelontong melakukan permintaan pembelian barang kepada pemasok atau distributor untuk memenuhi kebutuhan stok kelontong. Proses ini dilakukan berdasarkan

kebutuhan, dengan tujuan menjaga ketersediaan produk yang dijual agar operasional kelontong berjalan lancar dan pelanggan tetap terpenuhi kebutuhannya. Pendekatan pemesanan produk usaha kelontong yang diimplementasikan adalah kombinasi antara analisis permintaan, penetapan titik pemesanan ulang, serta kerja sama dengan pemasok terpercaya. Melalui analisis permintaan pengusaha kelontong mampu menggunakan data penjualan sebelumnya untuk dijadikan acuan dalam memperkirakan kebutuhan periode berikutnya. Karenanya, mereka dapat focus pada barang cepat laku dan titik batas minimum ketersediaan barang (seperti, 3 pak rokok) sebagai titik segerah untuk melakukan pemesanan ulang barang seperti kokok pada pemasok yang sudah memiliki hubungan kemitraan tetap.



Gambar 6. Pendampingan pemesanan produk usaha kelontong
(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2024)

- 5) Penentuan jasa pasok & distribusi produk kelontong (Gambar 7), merupakan proses memilih dan menetapkan pihak atau sistem yang akan bertanggung jawab dalam pengadaan (pasokan) dan pengiriman (distribusi) barang-barang ke toko kelontong. Proses ini penting untuk memastikan bahwa produk-produk yang dijual selalu tersedia dalam jumlah cukup, tepat waktu, dan dalam kondisi baik. Penentuan jasa pasok dan distribusi produk kelontong diimplementasikan dengan memadukan pendekatan efisiensi logistik, kemitraan lokal, dan pemanfaatan teknologi informasi. Melalui pendekatan efisiensi logistic, pengusaha kelontong didampingi untuk dapat mengatur jadwal pengiriman secara berkala atau bergabung dengan pelaku usaha lain untuk berbagi biaya transportasi dari pemasok utama. Melibatkan mitra lokal merupakan Upaya untuk mendorong penguatan hubungan ekonomi antar pelaku usaha desa serta mendukung tumbuhnya jaringan ekonomi lokal yang saling menguntungkan. Kemudian dengan Pemanfaatan teknologi sederhana seperti WhatsApp, pelaku usaha kelontong dapat mempermudah proses pemesanan dan koordinasi distribusi, memantau status pengiriman, membandingkan harga pasokan, serta menjangkau lebih banyak pemasok potensial tanpa batasan geografis. Karenanya, pengusaha kelontong dapat menjaga stabilitas pasokan, menekan biaya operasional, memperluas jaringan mitra, dan mendukung keberlanjutan ekonomi desa secara menyeluruh.



Gambar 7. Pendampingan penentuan jasa pasok & distribusi produk usaha kelontong
(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2024)

- 6) Pemasaran sirkuler (Gambar 8). **Pemasaran sirkuler** adalah pendekatan pemasaran yang berlandaskan pada prinsip **ekonomi sirkular**, yaitu sistem ekonomi yang menekankan **penggunaan sumber daya secara berkelanjutan, efisien, dan berulang**. Dalam konteks ini, pemasaran tidak hanya berfokus pada penjualan produk, tetapi juga pada **pemanfaatan kembali (reuse), daur ulang (recycle), perpanjangan umur produk, serta pengurangan limbah** di seluruh rantai nilai.

Secara sederhana, **pemasaran sirkuler** yang diimplementasikan adalah untuk menciptakan **nilai ekonomi dan lingkungan secara bersamaan**, dengan cara:

- Mengedepankan produk yang tahan lama, dapat diperbaiki, atau diisi ulang.
- Mendorong konsumen untuk mengembalikan atau menukar produk bekas agar bisa diproses kembali.
- Menggunakan bahan baku ramah lingkungan atau hasil daur ulang.
- Menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui sistem layanan, bukan sekadar transaksi satu kali.



Gambar 8. Pendampingan pemasaran sirkuler (kelontong)
(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2025)

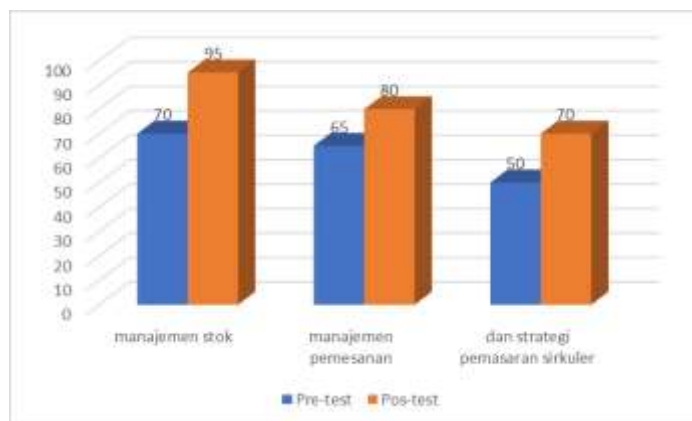
Setelah pelaksanaan pelatihan dan pendampingan, pengetahuan dan keterampilan peserta mengalami peningkatan hingga mencapai skor antara 75 s/d 95.



Gambar 9. Pelaksanaan *post-test* pengelolaan usaha kelontong
(Sumber: Dokumentasi Tim Pengabdian, 2024)

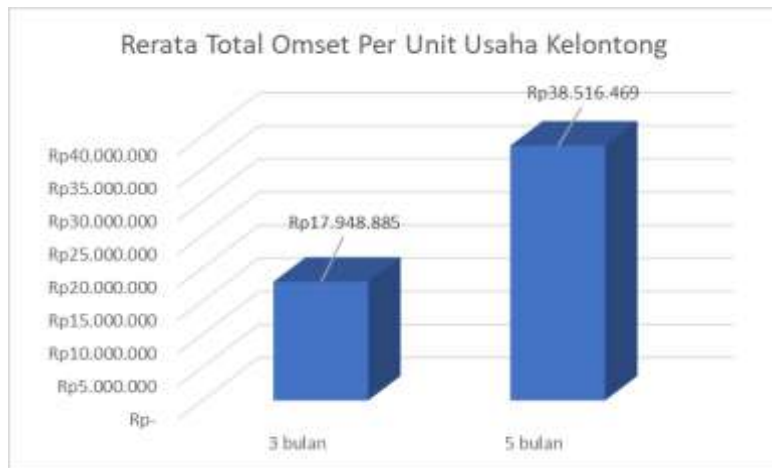
Secara grafis, hasil Pre-test dan Post-test terhadap peserta pelatihan dan pendampingan disajikan pada Gambar 10. Peningkatan skor sebagaimana Gambar 11, menunjukkan bahwa kegiatan yang telah dilaksanakan secara efektif mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan ibu-ibu rumah tangga pengelola usaha kelontong di Desa Tambea sehingga dapat menunjukkan fakta:

- 1) Terbentuknya pemahaman dan penerapan pencatatan manajemen stok barang
- 2) Terbentuknya kesadaran dan penerapan pencatatan penjualan barang
- 3) Terbentuknya kerjasama antara penerima program yang tidak memiliki toko dengan toko lain
- 4) timbulnya diversifikasi program dari usaha yang diterima (memanfaatkan potensi wisata pantai swedi)
- 5) Terbentuknya rantai pasokan dan distribusi barang antar toko besar dengan unit usaha penerima program



Gambar 10. Hasil pre-test dan post-test pelatihan pengelolaan usaha kelontong
(Sumber: Data primer diolah, 2024)

Selanjutnya hasil perkembangan omset usaha kelontong per unit usaha disajikan pada Gambar 11. Hasil tersebut menunjukkan daya lenting penyediaan modal bagi kemandirian ekonomi (Hambali *et al.*, 2024), sebesar 48% (Rp 20.000.000 – Rp 38.516.496)



Gambar 11. Rerata Perkembangan Omset per Unit Usaha Kelontong
(Sumber: Data primer diolah, 2024)

Berdasarkan indikator daya adaptasi SDM usaha kelontong terhadap trend perubahan pasar diperoleh hasil yang semakin meningkat seiring perubahan positif periode stimulan (Gambar 12).



Gambar 12. Daya adaptasi SDM Usaha Kelontong terhadap tren perubahan pasar
(Sumber: Data primer diolah, 2024)

Gambar 12 menunjukkan perubahan SDM untuk beradaptasi dengan trend perubahan pasar guna menuju kemandirian usaha dalam periode 5 bulan adalah mencapai 55%. Semua capaian tersebut tidak terlepas dari dukungan, semangat, motivasi dan keterlibatan aktif peserta sehingga dapat memenuhi indikator kemandirian ekonomi lokal (Asnuryati, 2023), seperti kemandirian usaha kelontong secara berkelanjutan.

Strategi Keberlanjutan Usaha Kelontong

Keberlanjutan usaha kelontong di desa perlu strategi yang terarah dan saling mendukung antara peningkatan kemampuan pelaku usaha, pengelolaan yang efisien, serta dukungan dari lembaga dan lingkungan sekitar. Tujuannya agar usaha tetap berjalan produktif, mampu mengikuti perubahan pasar, dan memberi manfaat bagi ekonomi lokal.

Pertama, penting bagi pelaku usaha untuk memiliki kemampuan dasar dalam mengatur keuangan dan mengelola stok barang. Pelatihan rutin dari pihak kampus, pemerintah, atau pendamping usaha dapat membantu mereka membuat pencatatan sederhana dan mengambil keputusan bisnis dengan lebih bijak.

Kedua, variasi produk dan inovasi layanan perlu dikembangkan. Selain menjual kebutuhan pokok, toko kelontong bisa menambah produk lokal, menyediakan layanan pesan-antar, atau menerapkan sistem isi ulang yang ramah lingkungan. Langkah ini dapat menarik lebih banyak pelanggan dan menjaga loyalitas mereka.

Ketiga, membangun kerja sama dengan pemasok lokal, BUMDes, koperasi, atau kelompok usaha lain sangat penting untuk menjaga ketersediaan barang dan kestabilan harga. Dengan jaringan yang kuat, usaha bisa berjalan lebih efisien dan saling menguntungkan.

Keempat, penerapan prinsip ekonomi sirkular dapat dilakukan dengan mengurangi limbah, menggunakan kemasan ramah lingkungan, atau memanfaatkan bahan bekas menjadi produk baru yang bernilai. Cara ini membantu menjaga lingkungan sekaligus meningkatkan citra positif toko.

Kelima, penggunaan teknologi dan media digital juga perlu ditingkatkan. Melalui media sosial, grup WhatsApp, atau marketplace lokal, pelaku usaha bisa mempromosikan produk, menjangkau lebih banyak pelanggan, dan mencatat transaksi secara praktis.

Keenam, penguatan organisasi kelompok dan kerja sama dengan pemerintah desa akan membantu pelaku usaha mendapatkan pelatihan, bantuan modal, dan jaringan pemasaran yang lebih luas.

Terakhir, akses terhadap modal usaha bisa didapatkan melalui program seperti KUR, dana bergulir BUMDes, atau koperasi desa. Dengan rencana usaha sederhana, pelaku usaha bisa lebih mudah mendapat dukungan dari lembaga keuangan.

4. SIMPULAN

Implementasi pengabdian kepada masyarakat Desa Tambea Kecamatan Pomalaa Kabuapten Kolaka mampu memberikan peningkatan kapasitas dan daya adaptif SDM Usaha kelontong baik terhadap trean perubahan pasar maupun terhadap penyediaan modal mandiri secara berkelanjutan. Keberlanjutan usaha kelontong dapat terwujud melalui peningkatan kemampuan pelaku usaha, inovasi produk, kerja sama antar pelaku, dan penerapan prinsip ramah lingkungan. Dengan cara ini, usaha kelontong tidak hanya menjadi sumber penghasilan keluarga, tetapi juga penggerak ekonomi masyarakat desa yang mandiri dan berdaya saing. Namun Demikian perlu ada pendampingan lebih lanjut untuk meningkatkan keragaman produk kelontong dan daya dukungnya terhadap penciptaan lapangan kerja baru.

UCAPAN TERIMA KASIH

Program ini didanai oleh PT ANTAM Tbk., melalui kontrak kerjasama dengan LPPM UHO No. 1961/0505/CCR/2024 dan No. 5313/UN29.20.KS/2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Asnuryati. (2023). Strategi Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan di Desa: Mendorong Pemberdayaan Komunitas dan Kemandirian Ekonomi Lokal. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research* Volume 3 Nomor 2 Tahun 2023 Page 2175-2183
- Darmawan, D., Alamsyah, T. P., Rosmilawati, I. (2020). Participatory Learning and Action untuk Menumbuhkan Quality of Life pada Kelompok Keluarga Harapan Di Kota Serang. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment* Volume 4 (2): 160-169
- Hambali, D., Rizki, R. M., Syahfitri, D. I., (2024). Membangun Kemandirian Ekonomi (Program Literasi Keuangan Untuk Masyarakat Desa Ongko). *Al-Madani (Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat)*. Vol. 3 No. 2.
- Isnaini, N., Yekti, A. P. A., Hamiyanti, A. A., Sulistyio, H. E., Andri, F. (2025). Pelatihan Pemasaran Produk Maggot Melalui Marketplace Pada Kelompok Peternak Sapi

- Perah Kecamatan Pujon Kabupaten Malang. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 8 No.1, April 2025.
- Kusnadi. (2025). Penguatan Kapasitas UMKM dalam Mendorong Kemandirian Ekonomi Lokal di Era Transformasi Digital. *Jurnal Ekonomi dan Pemberdayaan Masyarakat*, 9(1), 45–58. <https://doi.org/10.xxxx/jepm.v9i1.2025>
- Mansyur, A., Takwir, A., Asmadin, Arif, A., (2025). Kerjasama Pendampingan Program Prioritas Desa Tambea. Laporan Kegiatan Pengabdian. LPPM Universitas Halu Oleo Kendari.
- Misra, S., & Jain, R. (2023). Corporate Social Responsibility and Inclusive Growth: A Framework for Sustainable Community Development. *Journal of Business Ethics and Sustainability*, 17(2), 115–129. <https://doi.org/10.xxxx/jbes.2023.0172>
- Rahardjo, A. (2024). CSR dan Kemandirian Ekonomi Lokal: Studi Implementasi di Kawasan Pertambangan Indonesia Timur. *Jurnal Pembangunan Berkelanjutan Indonesia*, 6(1), 87–101. <https://doi.org/10.xxxx/jpbi.v6i1.2024>
- Rezi, L.S.F., dan Ali, I. (2024). Analisis Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat Kemandirian Ekonomi Desa: Perspektif Pengelolaan Sumber Daya Alam (Vol. 3). Seminar Nasional LPPM UMMAT.
- Rezi, L.S.F., dan Ali, I. (2024). Model Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Program CSR PT ANTAM Tbk. di Desa Tambea, Kolaka. Laporan Pengabdian Masyarakat, Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Halu Oleo.
- Susanti, N., Putra, D. A., & Mulyana, R. (2022). Peningkatan Kapasitas Usaha Mikro melalui Literasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 211–223. <https://doi.org/10.xxxx/jpkm.v5i3.2022>