

**PENDEKATAN EKSPANSI SEKTOR BATU BATA MERAH DALAM
MENINGKAT KEUANGAN KELUARGA****AN EXPANSION APPROACH TO THE RED BRICK SECTOR FOR
IMPROVING FAMILY FINANCES****Marce Sherly Kase^{1*}, Egidius Imanuel Laka²**^{1*}Universitas Timor²Badan Pusat Statistik Kabupaten MalakaE-mail: kase.sherly@unimor.ac.id^{1*}, egidius.laka@bps.go.id²**Abstrak**

Riset ini bertujuan untuk memahami metode peningkatan Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Batu Bata Merah dalam upaya peningkatan keuangan keluarga di Desa Oemenu, Kecamatan Aplasi, Kabupaten Timor Tengah Utara. Riset ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, partisipan dalam riset ini ditentukan dengan pertimbangan tertentu, sehingga responden dalam riset ini terdiri dari pemilik usaha dan pekerja batu bata merah. Informasi dalam riset ini diperoleh melalui wawancara dan kajian dokumen, dianalisis secara kualitatif interaktif yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penentuan kesimpulan yang tepat. Riset ini menginformasikan bahwa cara peningkatan penerimaan keluarga pelaku sektor batu bata merah di Desa Oemenu terdiri dari beberapa kategori utama. Pendekatan produk dilakukan guna meningkatkan kualitas bahan baku, pendekatan harga difokuskan pada penyesuaian harga berdasarkan mutu bahan baku yang dikembangkan. Penerapan pendekatan pengiriman melalui ketersediaan jasa kurir, dan pemanfaatan media sosial guna mendukung pendekatan promosi. Beberapa tahapan yang dilakukan oleh para pelaku usaha menghasilkan peningkatan daya saing, perluasan usaha dan peningkatan pendapatan keluarga yang signifikan.

Kata Kunci: Pendekatan Ekspansi, Sektor Batu Bata, Keuangan Keluarga.**Abstract**

Aims of this research to understand methods for enhancing the red brick Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME) sector as a means to improve family finances in Oemenu Village, Aplasi District, North Central Timor Regency. Employing a qualitative descriptive method, the study selected participants based on specific criteria, resulting in a respondent group comprising both business owners and red brick workers. Data were gathered through interviews and document analysis, then processed using an interactive qualitative approach involving data reduction, data presentation, and the formulation of appropriate conclusions. The findings indicate that the strategies to increase family income for those involved in the red brick sector in Oemenu Village fall into several key categories: a product approach to improve raw material quality; a pricing approach focused on adjustments based on the quality of the developed materials; a delivery approach utilizing courier services; and a promotional approach leveraging social media. The implementation of these strategies by business operators has resulted in enhanced competitiveness, business expansion, and a significant increase in family income.

Keywords: Expansion Approach, Brick Sector, Family Finance.

PENDAHULUAN

Kehidupan yang sejahtera dan kekayaan dan penghidupan karena pola berkecukupan merupakan prioritas setiap kemandirian dan penyesuaian (Aliyah, individu, yang dilihat dari terpenuhinya 2022).

kebutuhan dasar termasuk makanan, pakaian dan tempat tinggal. Masyarakat dijalankan oleh individu atau kelompok, dengan beragam daya yang dilakukan untuk organisasi swasta atau keluarga. Sektor mencapai kesejahteraan hidup melalui UMKM merupakan dasar utama sektor pendirian Sektor Usaha Mikro Kecil dan bisnis di negara berkembang seperti Menengah (UMKM), yang berperan dalam Indonesia yang berkontribusi 37% bagi peningkatan ekonomi masyarakat dan GDP dan menyerap tenaga kerja sebesar menumbuhkan kemandirian melalui 97,3% (Lestari et al., 2025). Hal tersebut pembangunan masyarakat (Ilmu et al., membuktikan bahwa UMKM mengalami 2024). Kontribusi UMKM untuk jangka pertumbuhan yang baik sehingga mampu panjang menjadi garda terdepan dalam mengurangi angka pengangguran. Melalui pencapaian perekonomian di tahun 2030 UMKM batu bata merah masyarakat dapat dengan target pembangunan berkelanjutan memanfaatkan sumber daya dan menyerap (Lie, 2023).

Pengembangan Sektor tersebut, mampu meningkatkan pendapatan memperbesar basis ekonomi dan dapat keluarga.

memberi manfaat langsung melalui Masyarakat pedesaan dan perkotaan percepatan pembangunan gramatikal telah mengenal batu bata merah adalah melalui peningkatan ekonomi masyarakat material konstruksi yang berfungsi sebagai pada umumnya dan pendapatan keluarga bahan pembuatan gedung. Penggunaan batu khususnya (Satriaji Vinatra, 2023). Sektor bata merah banyak digunakan sebagai ini juga memiliki fleksibilitas yang lebih bahan bangunan seperti dinding pada menunjang terhadap kondisi darurat yang bangunan perumahan, bangunan gedung menghasilkan rendahnya efisiensi. Hal dan pagar (Setyo, 2016).

tersebut terjadi karena proses adaptasi para Kabupaten Timor Tengah Utara (TTU) pekerja dan struktur organisasi UMKM adalah bagian dari kabupaten yang terletak yang lebih rentan terhadap transformasi di provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) pasar. Kebanyakan masyarakat dengan jumlah penduduk sebesar 275.439

jiwa pada tahun 2024. Penduduk yang selanjutnya proses pembakaran setelah batu tercatat di Kecamatan Aplasi sebanyak bata tersebut sudah di lakukan pengeringan 2.720 jiwa, salah satu desa yang 50% maka akan di lakukan penyusunan masyarakatnya mengerjakan batu bata berbemtuk tungku dalam pembakaran batu merah untuk memenuhi kebutuhan hidup bata merah ini membutuhkan waktu selama yaitu Desa Oemenu, selebihnya fokus pada 2 hari tanpa henti. Para pelaku usaha batu sektor pertanian dan usaha kecil. Di desa bata merah tidak memiliki tempat Oemenu, terdapat 30 Kepala Keluarga yang penyimpanan sehingga proses produksi mengerjakan batu bata merah untuk berdasarkan pesanan dari para konsumen. memenuhi kebutuhan hidup. Jumlah omset Produksi bata bata merah dari Desa yang dihasilkan setiap bulannya rata-rata Oemenu terkenal di Kabupaten TTU karena Rp 2.500.000 sampai dengan Rp dari segi kualitas ketahanannya. 5.000.000. Tahapan pembuatan batu bata Berdasarkan hasil tinjauan langsung dan merah ini sangat sulit karena tergantung wawancara dengan beberapa pemberi pada peralatan yang manual seperti informasi bahwa hasil penjualan batu bata cangkul. Mekanisme pembuatan batu bata merah hanya digunakan untuk memenuhi merah yaitu pengumpulan tanah liat, kebutuhan dasar, sedangkan untuk penyiraman tanah yang sudah di menabung dan investasi belum dapat kumpulkan agar tanah tersebut lembab, dilaksanakan oleh para pelaku usaha. setelah itu melakukan pengadukan Hakikatnya, Industri batu bata merah ini menggunakan cangkul hingga bahan menjadi sangat berpeluang meningkatkan halus, ketika adonan tanah liat tersebut pendapatan masyarakat namun diperlukan sudah di pastikan bagus maka selanjutnya strategi yang optimal sehingga dilakukanya pencetakan batu bata keberlanjutan usaha batu bata merah tetap menggunakan cetakan lima setelah berjalan dengan lancar sehingga mampu melakukan pencetakan maka di lakukanya meningkatkan pendapatan para pelaku proses pengeringan dalam proses usaha batu bata di tengah ketidakpastian pengeringan ini membutuhkan waktu ekonomi.

selama 3 hari saat musim kemarau, Berdasarkan permasalahan diatas, sedangkan saat musim hujan pengeringan maka riset ini memiliki sasaran untuk bisa di lakukan selama 1 minggu atau lebih, mengetahui pendekatan ekspansi sektor setelah selesai proses pengeringan UMKM Batu Bata Merah dalam

peningkatan penerimaan para pelaku usaha di website, jurnal serta buku serta sumber di Desa Oemenu Kecamatan Aplasi – lain seperti dinas terkait yang akhirnya Kabupaten TTU. mendukung hasil riset in. Riset ini

METODE

Riset ini berlangsung di Desa Oemenu Huberman yang dikenal dengan Model Kecamatan Aplasi Kabupaten Timor Miles dan Huberman dengan tahapan awal Tengah Utara. Penentuan lokasi dalam riset melakukan reduksi informasi, presentasi ini, didasari oleh pemikiran bahwa Desa informasi dan perumusan hasil akhir Oemenu adalah satu dari beberapa desa (Sugiyono, 2016).

yang paling dominan memiliki usaha batu **HASIL DAN PEMBAHASAN**
bata merah. Jenis riset yang digunakan Merujuk dari hasil riset yang adalah cara kualitatif. Melalui diskripsikan dilaksanakan menginformasikan bahwa dengan narasi, metode kualitatif pendekatan ekspansi sektor Usaha Mikro menginformasikan cara orang yang diteliti Kecil Menengah Batu Bata Merah dalam dalam berperilaku, bertindak, dan upaya peningkatan keuangan keluarga termotivasi, serta fenomena lainnya. Para terdiri dari (1) peningkatan produksi batu Pelaku usaha batu bata adalah orang-orang bata merah; (2) distribusi batu bata yang dikategorikan mempunyai ilmu yang menggunakan jasa layanan langsung atau mendukung kebutuhan informasi sehingga pihak ketiga; (3) pemanfaatan teknologi disebutkan sebagai informan dalam riset ini. yang mendukung pemasaran produk batu Informasi dalam riset ini ditentukan melalui bata; (4) penetapan harga jual yang cara penentuan kriteria yang bertujuan menguntungkan.

untuk menemukan sampel secara logis dan 1. **Indikator Peningkatan Pendapatan**
dapat direpresentasikan sebagai populasi **Keluarga**

Terdapat 8 orang pemilik usaha batu a. Pendekatan Komoditas
bata yang dikategorikan sebagai informan Keberhasilan perusahaan dalam riset. Informasi secara langsung untuk memperoleh keuntungan sangat mendukung data primer yang berasal dari dipengaruhi oleh produk yang wawancara secara langsung terhadap para dihasilkan oleh usaha tersebut. subyek riset. Untuk mendukung riset ini Semakin banyak produk yang diminati, peneliti melengkapinya dengan data maka penjualan akan meningkat dan sekunder yang diperoleh melalui pencairan keperluan pembeli terpenuhi. Hasil

riset ini menunjukkan bahwa sektor batu bata tidak berfokus pada mutu dari batu bata saja tetapi juga proses pembuatan baik bahan baku tanah liat, proses pembuatan bata, proses pengeringan serta proses pembakaran, dalam menjaga mutu batu bata sangat diperhatikan karena masyarakat dalam hal membangun rumah, gedung, sangat memilih kualitas dari batu bata dalam membangun. Tahapan produksi dalam sektor usaha di Desa Oemenu menggunakan metode produksi sehingga upaya untuk mendapatkan kualitas unggul dari bahan baku yang dipilih sehingga para pembeli mengambil keputusan untuk melakukan pembelian. Metode ini diharapkan menaikkan omset produksi melalui peningkatan kebutuhan masyarakat yang meningkat secara signifikan.

b. Metode Harga

Peningkatan omset suatu barang sangat bergantung pada penerapan harga jual. Metode ini dianggap sebagai langkah yang tepat untuk meningkatkan minat pembelian dari para konsumen. Langkah yang tepat ini, dapat memaksimalkan keuntungan, menarik minat konsumen serta memenangkan persaingan. Hasil riset

menunjukkan bahwa para pelaku UMKM batu bata merah menetapkan harga sesuai hasil diskusi dengan para pengusaha batu bata merah. Strategi ini berbanding lurus dengan produksi batu bata merah dikarenakan apabila permintaan pasar meningkat maka produksi batu bata juga mengalami peningkatan. Dengan demikian, harga jual sebelumnya Rp 300.000 per kubik akan tetapi strategi yang telah diterapkan oleh pengusaha batu bata merah mampu meningkatkan harganya menjadi Rp 350.000 per kubik. Para pelaku usaha menggunakan cara ini untuk membuat konsumen melakukan pesanan dengan mengutamakan kualitas produk batu bata dan *delivery* secara langsung.

c. Strategi Distribusi

Pendistribusian batu bata merah dari penjual kepada para pembeli menjadi fokus utama agar transaksi bisnis menjadi lancar. Kemudian memperhatikan tujuan dan produk yang akan dikirim, proses *delivery* yang sesuai dengan jadwal pengiriman akan menunjang proses pemasaran dan memastikan bahwa produk diterima oleh para pembeli sesuai jadwal yang telah ditetapkan dan pesanan diterima dalam kondisi yang baik. Sehingga

mencegah terjadi kesalahan alamat penerima sehingga dapat menyebabkan kerusakan barang yang membuat pembeli merasa kecewa.

Hasil riset menginformasikan ada strategi yang dilakukan dalam pendistribusian batu bata merah melalui penyediaan jasa pengantaran yang dilakukan secara mandiri oleh para pelaku usaha maupun menggunakan jasa pengantaran dari pihak ketiga. Hal ini mempermudah dalam pengiriman dan pesanan batu bata merah diterima tepat waktu dan tidak terjadi kerusakan pada produk tersebut. Biaya pengiriman sesuai dengan jarak tempuh, biaya pengiriman produk rata-rata sebesar Rp 350.000. Kemudahan dalam penerimaan produk mempermudah masyarakat untuk tidak ke lokasi untuk melakukan pembelian namun bisa langsung menerima barang ditempat.

d. Strategi Promosi

Pendekatan klasik yang dilakukan para pelaku usaha batu bata merah melalui informasi "*face to face*" seorang kepada yang lain. Para pelaku usaha juga melakukan penawaran menggunakan media *online*. Ketika Informasi tersebut diketahui oleh konsumen Batu bata maka akan

dikenal selanjutnya dipercaya oleh masyarakat karena kejujuran para pengusaha dalam memberikan produk yang berkualitas tinggi sesuai dengan permintaan pelanggan. Penggunaan media sosial dalam memasarkan produk yang dihasilkan dapat meningkatkan jumlah produksi. Penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, Whatsapp sehingga pembeli tidak hanya dalam satu wilayah namun juga diluar wilayah penghasil batu bata merah.

Penerimaan dalam bentuk uang maupun produk dari tangan ketiga, serta barang-barang industri dinilai menggunakan satuan uang dari harta yang digunakan periode tersebut, dikategorikan sebagai pendapatan. Setiap nominal *revenue* yang diterima seseorang dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan setiap hari. (Madji et al, 2019). Penerimaan sebuah keluarga, merupakan sejumlah rupiah yang diterima oleh semua anggota keluarga dari berbagai sumber, dalam hal ini sektor UMKM batu bata merah. Riset ini dibahas terkait strategi UMKM yang memiliki pengaruh positif terhadap penerimaan keluarga yang berakibat bagi peningkatan pendapatan keluarga pemilik

UMKM.

2. Konsep Keuangan Keluarga Pelaku Usaha Batu Bata Merah

Keuangan keluarga yang baik harusnya didukung dengan keterbukaan dan pencatatan sumber penerimaan dari satu atau lebih dari pekerjaan yang ditekuni, serta pengalokasian dana yang proporsional. Beberapa pilar utama yang mendukung pengelolaan sumber penerimaan dan pengeluaran menuju keuangan rumah tangga yang sehat yang terdiri dari:

a. Metode Transparansi

Kesepakatan mengenai tujuan dari keuangan keluarga oleh suami dan istri, sehingga penerimaan dan pengeluaran dapat dimanfaatkan untuk jangka pendek hingga jangka panjang. Kemudian, mengurangi pengeluaran yang bersifat konsumtif. Hasil diskusi yang dilakukan bersama para pelaku usaha batu merah bahwa penerapan metode ini telah dilaksanakan oleh beberapa kepala keluarga namun belum konsisten dilakukan setiap periode namun untuk selanjutnya akan diterapkan secara terus menerus yang akhirnya memperoleh.

b. Metode Alokasi Anggaran

Gunakan metode perencanaan yang mudah dikontrol, dengan penerapan

jumlah yang sesuai kebutuhan. Besaran yang paling ideal 60 % untuk belanja kebutuhan pokok, 20 % untuk belanja hiburan dan 20% untuk investasi ataupun tabungan. Hasil wawancara dengan pelaku usaha bahwa selama ini penerimaan dari hasil usaha tidak pernah diinvestasikan namun semuanya dialokasikan untuk kebutuhan pokok. Untuk alokasi anggaran pada pendapatan periode selanjutnya para informan akan melakukan alokasi anggaran untuk tabungan dan investasi.

c. Mendukung dan Mengembangkan Pendapatan

Peningkatan pendapatan untuk mendukung kesejahteraan keluarga yang sumbernya tidak hanya dari pendapatan utama namun dari usaha sampingan dan investasi produktif. Hasil diskusi bersama para pelaku usaha, periode sebelumnya setiap revenue yang dihasilkan fokusnya hanya untuk menutupi kebutuhan pokok namun selanjutnya akan disisihkan untuk pembelian aset produktif seperti emas.

d. Manajemen Risiko dan Dana Darurat

Penyisihan dana darurat menjadi penopang saat kondisi ekonomi keluarga kurang mendukung. Pelaku

UMKM batu bata merah saat ini belum melakukan mengetahui pengenalan manajemen risiko bisnis sehingga tidak menyediakan dana darurat dalam pengelolaan keuangan keluarga. Untuk selanjutnya, para pelaku usaha telah berkomitmen untuk menyisihkan 2% dari revenue yang diperoleh untuk dana darurat, tidak hanya untuk menutupi kebutuhan pokok namun untuk risiko usaha yang mungkin akan terjadi dimasa yang mendatang.

3. Perhitungan Pendapatan Keluarga

Perhitungan pendapatan UMKM batu bata merah diperoleh dengan rumus sebagai berikut:

- Pendapatan Bersih =
Total Penjualan – Biaya Produksi
- Perhitungan Omset batu bata merah=
Jumlah batu merah terjual x Harga Satuan
- Perhitungan biaya produksi yang terdiri dari Biaya bahan baku, bahan bakar, dan upah tenaga kerja

Berdasarkan hasil wawancara dengan para pelaku usaha, estimasi kasar Perhitungan pendapatan UMKM Batu Bata Merah di Desa Oemenu (skala batu bata per bulan) pada tabel berikut:

Tabel 1. Estimasi Pendapatan Bulanan UMKM Batu Bata Merah di Desa Oemenu

Penjualan	: 6.000 bata x Rp 2.500	= Rp 15.000.000
Biaya Produksi		
Tanah liat	: Rp 5.000.000	
Kayu bakar	: Rp 1.500.000	
Air Tangki	: Rp 2.500.000	
Tenaga Kerja	: Rp 4.000.000	
Total Biaya Produksi		= Rp 13.000.000
Pendapatan Bersih		= Rp 2.000.000

Hasil *revenue* yang diperoleh dibelanjakan untuk kebutuhan pokok seperti makan, pendidikan anak dan biaya kesehatan. Selama menjalankan usaha tidak konsisten untuk menyisihkan hasil usaha untuk ditabung ataupun diinvestasikan. Namun dengan dilakukannya strategi peningkatan harga jual maka untuk periode-periode selanjutnya akan dilakukan penyisihan untuk belanja investasi ataupun ditabung pada lembaga keuangan bank maupun non bank.

Hasil riset yang dilakukan ditemukan bahwa, promosi yang dilakukan oleh usaha Batu Bata Merah telah melakukan promosi namun hanya sebatas pada promosi *face to face* namun telah menerapkan promosi melalui media sosial. Perlu adanya pemerapan yang lebih maksimal melalui *facebook*, *instagram* dan *whatsapp*, sehingga terjadi perubahan pendapatan keluarga pemilik UMKM Batu Bata Merah.

Berdasarkan hasil pembahasan diatas akhirnya berperan secara signifikan dalam menemukan bahwa pendekatan dalam meningkatkan keuangan keluarga. Metode meningkatkan keuangan sesuai dengan yang dapat diterapkan meliputi pemilihan pernyataan Sahrawi (2023) bahwa beberapa bahan baku produk dengan tetap menjaga metode yang dapat digunakan dalam upaya kualitas dari bahan baku yang digunakan untuk peningkatan penerimaan keluarga serta proses produksi, melalui penentuan pelaku UMKM antara lain : Pendekatan harga sesuai dengan harga yang berlaku Produk, Penentuan Harga Jual, langkah dipasar berdasarkan permintaan pasar, pengiriman barang dan penawaran langsung proses pengantaran produk dapat dilakukan kepada konsumen, beberapa hasil yang di secara langsung oleh pelaku usaha secara peroleh dari riset ini bahwa beberapa mandiri maupun menggunakan jasa pihak pendekatan mampu menambah penerimaan ke tiga. Langkah pemasaran menggunakan dari pelaku sektor Batu Bata di Desa media internet paling maksimal sehingga Oemenu. Konsep pendapatan keluarga memberikan informasi kepada pembeli menggunakan beberapa indikator antara diluar lokasi sehingga meningkatkan lain : metode transparansi, alokasi penjualan. Implikasi dari pendekatan anggaran, pengembangan pendapatan, dan tersebut mampu memperluas jangkauan estimasi dana darurat untuk risiko yang pemasaran produk yang dapat dikenal oleh akan datang. Para pelaku usaha akan masyarakat yang berlokasi diluar tempat menerima pendapatan yang maksimal usaha, meningkatkan daya saing, dan apabila mampu meminimalisasi berkontribusi langsung pada peningkatan pengeluaran melalui perencanaan keuangan keuangan keluarga.

dengan baik dan penguasaan manajemen risiko yang mendukung usaha.

KESIMPULAN

Merujuk dari hasil dan pembahasan riset diatas, simpulan yang dapat diinformasikan dalam riset ini adalah bahwa Sektor UMKM di Desa Oemenu dapat menerapkan metode ekspansi UMKM Batu bata Merah melalui pendekatan-pendekatan langsung yang

REFERENSI

- Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan. *WELFARE: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64–72.
- Ilmu, J., Sosial, K., Munansah, E., & Kasim, S. S. (2024). *Menengah Batu Bata Merah Dalam Kabupaten Konawe Selatan*. 5(2), 1–9.

- Lestari, K., Andoyo, A., Budi, W. S., & Kunci, K. (2025). Analisis Pengembangan dan Strategi Pemasaran UMKM Batu Bata di Desa Podosari untuk Meningkatkan Daya Saing dan Kesejahteraan Ekonomi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 01(05), 336–341.
- Lie, B. (2023). Peningkatan Literasi Keuangan Pada Umkm Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Pembukuan. *Jurnal Wicara Desa*, 1(4), 556–564.
- Satriaji Vinatra. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 01–08. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i3.832>
- Setyo, B. (2016). Analisis Penguatan Literasi Keuangan Melalui Pendampingan Akuntansi UMKM. *Land Journal*, 4, 1–23.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Mihani and Hutauruk, T.R. (2020) ‘Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dapur Etam Sejahtera Samarinda Dalam Meningkatkan Penjualan’, *Jurnal Riset*
- Inossa, 2(2), pp. 111–122.