

## **Transformasi Usaha Mochi Bagja di Sukabumi Melalui Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat**

**Pungki Nurlatifah<sup>1</sup>, Meli Fauziah<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Sosiologi, UIN Sunan Gunung Djati, Indonesia, [pungkinur64@gmail.com](mailto:pungkinur64@gmail.com)

<sup>2</sup>Sosiologi, UIN Sunan Gunung Djati, Indonesia, [melifauziah@uinsgd.ac.id](mailto:melifauziah@uinsgd.ac.id)

### **Abstrak**

Industri mochi di Sukabumi berkembang sebagai usaha pangan lokal yang awalnya bersifat tradisional ke modern. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji transformasi industri mochi bagja di Sukabumi, mencakup aspek produksi, pemasaran, serta kontribusinya terhadap masyarakat, dan memperluas pemahaman tentang peran UMKM dalam konteks transformasi digital. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode Deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Subjek penelitian meliputi pengelola dan dua pekerja di usaha Mochi Bagja yang berlokasi di Kec. Cikole Kel. Kebonjati Kota Sukabumi. Penelitian ini menggunakan teori strukturasi Giddens untuk memahami hubungan antara tindakan pelaku usaha dan perubahan struktur dalam proses transformasi usaha Mochi Bagja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi usaha dilakukan melalui pembaruan kemasan dan pemanfaatan platform digital. Pemberdayaan masyarakat terlihat dari pelibatan warga sekitar dalam proses produksi dan pemasaran. Tantangan yang dihadapi meliputi keterbatasan modal dan dampak pandemi. Penelitian ini berkontribusi dalam menggambarkan bagaimana usaha tradisional mampu bertahan dan berkembang melalui inovasi dan partisipasi masyarakat.

**Kata Kunci:** Mochi, Pemberdayaan, Transformasi, Usaha lokal, Sukabumi

### **Latar Belakang**

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi, masyarakat Indonesia kini hidup dalam era digital yang membawa dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan. Gaya hidup manusia mengalami perubahan signifikan, ditandai dengan ketergantungan pada perangkat elektronik dalam aktivitas sehari-hari. Teknologi telah menjadi sarana penting yang membantu memenuhi berbagai kebutuhan manusia serta mempermudah pekerjaan dan aktivitasnya. Kehadiran teknologi yang semakin merasuk ke dalam kehidupan sosial tidak hanya membawa perubahan pada pola sosial dan budaya, tetapi juga berdampak besar terhadap sektor ekonomi dan perdagangan (Laziva & Atieq, 2024).

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat. Teknologi berperan penting dalam mengurangi kesenjangan akses terhadap layanan publik antara daerah perkotaan dan pedesaan, serta mempermudah masyarakat dalam memperoleh informasi dan berkomunikasi (Astuti et al., 2024).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam struktur perekonomian suatu negara. UMKM berkontribusi besar dalam menciptakan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan meningkatkan daya saing. Sebagai bagian dari sektor informal, UMKM juga menjadi sumber penghasilan bagi masyarakat yang belum terhubung dengan pasar formal. Meski umumnya dimulai dengan modal dan sumber daya manusia yang terbatas, UMKM tetap mampu bertahan berkat fleksibilitas dan kemampuannya untuk berinovasi serta menyesuaikan diri terhadap dinamika pasar (Firdausya & Ompusunggu, 2023).

Salah satu UMKM yang menarik untuk diteliti adalah UMKM Mochi Bagja Kecamatan Cikole Kelurahan Kebonjati Sukabumi. Usaha ini merupakan contoh usaha lokal yang terus

berkembang di tengah perubahan zaman. Perjalanan dan perkembangan usaha ini mencerminkan bagaimana UMKM berusaha untuk tetap bertahan, berkembang, dan memberi dampak bagi masyarakat di sekitarnya. Melalui penelitian ini, penulis ingin mengetahui bagaimana usaha tersebut berkembang dan apa saja hal yang mendukung keberlanjutannya. Penelitian ini penting karena bisa menjadi contoh pengembangan UMKM lokal yang mampu beradaptasi dan bertahan di tengah perubahan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Mutiara, 2024) berfokus pada identifikasi jenis UMKM di kawasan pesisir Pantai Widuri serta strategi pengembangannya untuk meningkatkan ekonomi lokal, sedangkan (Fahlevie et al., 2024) menekankan pentingnya transformasi industri secara menyeluruh, termasuk pelibatan masyarakat dalam proses produksi dan pemasaran. Berbeda dari kedua penelitian tersebut, penelitian ini menyoroti transformasi usaha mochi tradisional di Kota Sukabumi, dengan fokus pada inovasi kemasan, pemanfaatan pemasaran digital, serta peran aktif masyarakat lokal dalam mendukung modernisasi usaha berbasis kearifan lokal.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dalam memahami bagaimana usaha makanan tradisional seperti mochi dapat bertahan dan berkembang di era digital. Transformasi usaha melalui modernisasi kemasan dan strategi promosi daring menjadi salah satu fokus utama. Selain itu, aspek pemberdayaan masyarakat dalam penelitian ini tidak hanya dilihat dari sisi penciptaan lapangan kerja, tetapi juga dari bagaimana masyarakat dilibatkan untuk berinovasi dan mengikuti perkembangan tren pasar. Hal ini menunjukkan bahwa keberlanjutan usaha tradisional memerlukan sinergi antara pelestarian nilai budaya dan adaptasi terhadap kemajuan teknologi.

Penelitian ini penting karena bisa menjadi contoh nyata bagaimana UMKM lokal, khususnya yang awalnya bersifat tradisional, mampu berkembang dan beradaptasi menjadi usaha yang lebih modern. Proses perubahan ini menunjukkan bahwa dengan inovasi dan strategi yang tepat, pelaku usaha bisa tetap bertahan dan bersaing di tengah berbagai tantangan dan perubahan zaman. Penelitian ini juga dapat menjadi inspirasi bagi UMKM lain untuk terus berkembang mengikuti kebutuhan pasar.

Berdasarkan kondisi tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini difokuskan pada sejauh mana transformasi industri mochi di Sukabumi berlangsung dari model usaha tradisional ke arah yang lebih modern, juga untuk mengkaji dampak dari transformasi usaha mochi bagja. Selain itu, penelitian ini akan menggali berbagai hambatan yang dihadapi dalam proses transformasi tersebut, serta menganalisis kontribusi industri mochi terhadap pemberdayaan masyarakat dan peningkatan kesejahteraan ekonomi lokal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji proses transformasi industri mochi di Sukabumi dari usaha tradisional ke modern, menganalisis dampaknya terhadap perkembangan usaha mochi Bagja, mengidentifikasi hambatan dalam proses transformasi, serta menelaah kontribusinya terhadap pemberdayaan masyarakat dan peningkatan kesejahteraan ekonomi lokal.

## **Tinjauan Pustaka**

### **Penelitian Terdahulu**

Kajian terkait Transformasi industri telah dilakukan oleh para peneliti diantaranya penelitian oleh (Mutiara, 2024) bertujuan untuk mengidentifikasi jenis UMKM di pesisir Pantai Widuri, menganalisis permasalahan yang dihadapi pelaku usaha, serta merumuskan strategi pengembangan UMKM guna meningkatkan ekonomi lokal masyarakat pesisir. Objek penelitian ini adalah pelaku UMKM di kawasan wisata Pantai Widuri, seperti usaha olahan hasil laut dan

---

jasa wisata. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi, dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini mengacu pada teori pemberdayaan masyarakat Jim Ife, yang menekankan peran aktif masyarakat sebagai subjek pembangunan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi inovatif berbasis potensi lokal dapat meningkatkan pendapatan dan daya saing UMKM, meskipun masih dihadapkan pada tantangan seperti akses modal, promosi, dan dampak pandemi.

Penelitian (Novianti, 2025) dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan teknologi digital yang mendorong UMKM untuk bertransformasi agar tetap kompetitif. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan kausal-komparatif. Teori yang digunakan mencakup konsep transformasi digital dan ekonomi digital. Hasilnya menunjukkan bahwa teknologi digital berpengaruh terhadap transformasi bisnis UMKM, meski masih ada kendala seperti keterbatasan SDM dan akses teknologi.

Penelitian oleh (Zaifuddin, 2022) berjudul Pemberdayaan Masyarakat Melalui Online Marketing membahas pemberdayaan ekonomi desa berbasis digital. Berangkat dari perubahan pasar akibat inovasi teknologi, penelitian ini memakai teori Asset Based Community Development (ABCD) dengan metode kualitatif deskriptif. Data dikumpulkan lewat observasi, wawancara, dan dokumentasi, lalu dianalisis dengan triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sahabat Community meningkatkan ekonomi masyarakat melalui tahapan sosialisasi, pengenalan alat, operasional toko online, segmentasi pasar, serta manajemen berbasis dropship. Pemberdayaan ini mengubah paradigma warga dari buruh menjadi pelaku usaha mandiri, dengan dukungan program sosial. Objek penelitian adalah Sahabat Community di Desa Juruan Laok, Sumenep.

Penelitian (Maya Sari et al., 2020) ini bertujuan untuk mengetahui program, pelaksanaan, dan hasil pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui home industry kerajinan tulang sapi di Kampung Pasirtukul. Objek penelitian adalah masyarakat pengrajin di Kampung Pasirtukul. Penelitian menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teori yang digunakan adalah teori pemberdayaan masyarakat menurut Mardikanto dan Depdiknas. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan pengrajin serta terbentuknya jaringan pemasaran.

Penelitian (Hermita et al., 2022) ini bertujuan untuk mengembangkan industri rumah tangga Buntea di Kelurahan Air Dingin melalui pemberdayaan masyarakat. Objek penelitian adalah ibu rumah tangga pelaku usaha minuman Buntea. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Teori yang digunakan meliputi desain produk, kemasan, dan pemasaran digital. Hasilnya menunjukkan peningkatan kualitas kemasan, strategi pemasaran, dan keberlanjutan usaha masyarakat.

### **Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam mendukung pembangunan ekonomi di Indonesia. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Pasal 1 Ayat 1, usaha mikro didefinisikan sebagai kegiatan produktif yang dijalankan oleh individu atau badan usaha yang memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Sementara itu, usaha kecil adalah usaha produktif yang dijalankan secara mandiri oleh perorangan dan tidak merupakan bagian atau cabang dari usaha berskala menengah maupun besar. Adapun usaha menengah merujuk pada kegiatan usaha yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang tidak secara langsung ataupun tidak langsung tergolong dalam kategori usaha kecil atau besar berdasarkan aset maupun hasil usahanya (Arisandi et al., 2018).

Perubahan dalam industri ini tidak hanya sebatas pada produk, melainkan mencakup pendekatan menyeluruh terhadap manajemen usaha dan pelibatan masyarakat sekitar.

---

Keterlibatan warga lokal dalam proses produksi hingga pemasaran memberikan dampak positif berupa peningkatan keterampilan, penciptaan lapangan kerja, serta penguatan hubungan sosial ekonomi di lingkungan sekitar (Fahlevie et al., 2024).

Perkembangan dunia bisnis yang semakin kompetitif menuntut para pelaku UMKM untuk terus beradaptasi. Salah satu langkah strategis yang dapat dilakukan adalah dengan memanfaatkan digitalisasi sebagai sarana pemasaran produk guna meningkatkan kapasitas usaha (Rosita, 2020) dalam (Fitri & Halik, 2023). Transformasi digital terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan, di mana semakin optimal penerapan digitalisasi dalam UMKM, maka semakin besar pula dampaknya terhadap pertumbuhan pendapatan usaha tersebut (Asadi & Sularsih, 2022) dalam (Fitri & Halik, 2023).

### **Peran Teknologi**

Teknologi punya peran penting dalam perubahan dunia usaha, terutama untuk membantu menciptakan produk yang lebih inovatif dan menarik perhatian pasar. Kemasan yang bagus bisa membuat merek lebih dikenal dan menambah nilai jual di mata pembeli. (Ayu et al., 2022). Teknologi digital telah merevolusi berbagai aspek dan karakteristik dalam dunia kewirausahaan, menciptakan model bisnis yang semakin bergeser ke arah digital (Indrajaya et al., 2022). Terlebih lagi, hadirnya media sosial dalam ranah ekonomi membuka peluang yang luas bagi masyarakat untuk merintis dan mengembangkan bentuk-bentuk kewirausahaan digital yang lebih inovatif dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

Menurut (Wilestari et al., 2023), yang menyatakan bahwa pelaku usaha harus mampu memastikan bahwa sumber daya manusia di dalamnya memiliki kemampuan untuk mengelola pesanan serta transaksi pelanggan secara daring. Astuti et al., (2024) menyatakan bahwa teknologi berperan penting dalam meningkatkan efisiensi dan produktivitas, dua aspek utama dari transformasi operasional bisnis. Namun, peran strategis teknologi ini akan efektif hanya jika disertai kesiapan sumber daya manusia yang memadai.

### **Teori Strukturasi Anthony Giddens**

Dalam pandangan teori strukturasi Anthony Giddens, tantangan yang dihadapi Usaha Mochi Bagja saat pandemi bisa dilihat sebagai bentuk hubungan timbal balik (Achmad, 2020) antara pelaku usaha (sebagai agen) dan sistem sosial yang lebih besar (struktur). Giddens menyatakan bahwa manusia memang hidup dalam batasan-batasan sosial seperti aturan, norma, dan kondisi ekonomi, tetapi mereka juga punya kemampuan untuk beradaptasi dan bahkan mengubah struktur tersebut lewat tindakan-tindakan mereka.

Saat distribusi produk terhambat karena pandemi, struktur social dalam hal ini kebijakan pembatasan wilayah dan penurunan daya beli telah membatasi ruang gerak usaha. Namun, usaha seperti Mochi Bagja tidak hanya pasrah, melainkan mencoba berinovasi dan bertahan melalui cara-cara baru, seperti menjual secara daring atau memperluas jaringan lokal. Inilah yang disebut Giddens sebagai proses strukturasi, yaitu ketika pelaku usaha tidak hanya dikendalikan oleh sistem, tapi juga punya peran dalam membentuk dan menyesuaikan diri dengan situasi tersebut. Dengan kata lain, mereka tidak hanya menjadi korban keadaan, tetapi juga menjadi pelaku perubahan.

Transformasi usaha Mochi di Sukabumi, khususnya dalam hal kemasan dan pemasaran, bisa dijelaskan menggunakan teori strukturasi Anthony Giddens (Achmad, 2020). Menurut Giddens, struktur dan tindakan (agensi) saling memengaruhi. Artinya, pelaku usaha seperti Fajar tidak hanya terikat oleh aturan atau kebiasaan yang ada, tapi juga punya kemampuan untuk mengubah dan membentuk struktur baru melalui keputusan dan tindakan yang mereka ambil.

Perubahan kemasan dari plastik mika ke dus yang lebih menarik menunjukkan bahwa Fajar sebagai agen aktif, berusaha menciptakan nilai lebih dan menyesuaikan diri dengan

---

tuntutan pasar. Ia tidak hanya mengikuti arus, tapi juga mengambil langkah yang berdampak langsung pada citra dan daya saing produknya. Begitu juga dengan strategi pemasaran. Awalnya mochi hanya dijual lewat toko oleh-oleh dan agen lokal, namun kini sudah merambah ke platform digital seperti GoFood dan ShopeeFood. Langkah ini menunjukkan bahwa usaha mochi tidak pasif terhadap perubahan teknologi dan kebiasaan konsumen, tapi justru memanfaatkan peluang dari perubahan tersebut untuk memperluas jangkauan pasarnya.

### **Metode**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Menurut (Jamaludin, 2022), penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai suatu gejala, peristiwa, atau kejadian yang sedang berlangsung. Artinya, penelitian ini difokuskan pada situasi yang terjadi secara nyata pada saat proses penelitian berlangsung. Peneliti hanya mendeskripsikan peristiwa yang menjadi objek kajian tanpa melakukan intervensi atau perlakuan khusus terhadapnya. Industri mochi di Sukabumi dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan salah satu bentuk usaha lokal berbasis pangan tradisional yang tengah mengalami proses transformasi menuju model usaha modern serta melibatkan masyarakat sekitar dalam proses pemberdayaannya. Penelitian ini menyoroti aspek sosial dan ekonomi masyarakat, dengan fokus pada pemberdayaan ekonomi melalui keterlibatan dalam kegiatan produksi, pengemasan, hingga pemasaran mochi.

Subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat Desa di Sukabumi yang terlibat dalam industri mochi, baik sebagai pengelola usaha, pekerja pabrik. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara purposive sampling, yaitu memilih informan yang dianggap memiliki pemahaman dan pengalaman langsung terkait dengan proses transformasi industri mochi. Narasumber yang diwawancarai terdiri dari: (1) pemilik atau pengelola usaha mochi yang mengetahui sejarah dan perkembangan usaha, (2) beberapa pekerja pabrik mochi yang mengalami langsung dampak transformasi usaha.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi non partisipan, dan dokumentasi kegiatan produksi mochi. Wawancara dilakukan secara terstruktur dengan Pak Khairul Fajar selaku pengelola industri mochi, Destisa selaku pekerja pabrik bagian pembuatan moci, Ibu Yanti selaku pekerja bagaian pengemasan produk.

Analisis data pada penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman (Rambe & Afri, 2020), yaitu melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menguji keabsahan data, digunakan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan dan mengonfirmasi informasi dari berbagai informan seperti pengelola usaha, pekerja, dan masyarakat sekitar.

### **Hasil Kegiatan**

Selama pelaksanaan praktik di Industri “Mochi Bagja” yang berlokasi di Kec. Cikole Kel. Kebonjati Kota Sukabumi, saya melakukan observasi non-partisipan untuk menggali lebih dalam proses transformasi industri mochi dari bentuk tradisional ke arah yang lebih modern. Observasi ini mencakup berbagai aspek penting, mulai dari proses produksi, pengemasan, pemasaran, hingga dampaknya terhadap pemberdayaan masyarakat lokal.

Dari hasil wawancara dengan pengelola usaha, Bapak Fajar diketahui bahwa Mochi Bagja telah berdiri sejak tahun 2011 dan mengalami sejumlah perubahan signifikan. Beliau menjelaskan bahwa pada awalnya mochi dikemas dalam mika plastik biasa, namun seiring berjalannya waktu, kemasan tersebut diganti menjadi dus berdesain menarik, yang berdampak besar terhadap daya tarik dan citra produk: *“Waktu pertama merintis kue Mochi Bagja pakai*

---

kemasan mika, setelah bertahun-tahun diganti pakai dus. Dampaknya sangat berpengaruh pada pembuatan kue mochi.” (Hasil Wawancara, 18 April 2025).

Dari sisi pemasaran, awalnya produk hanya dipasarkan ke toko oleh-oleh dan agen kue basah. Namun sejak tahun 2020, Mochi Bagja mulai merambah ke pemasaran secara online melalui platform GoFood dan ShopeeFood. Strategi pemasaran ini dikombinasikan dengan upaya menjaga cita rasa mochi dan tampilan kemasan agar tetap menarik dan kompetitif: *“Strateginya adalah menjaga kemasan yang sangat menarik dan rasa yang sangat enak.”* (Hasil Wawancara, 18 April 2025). Selain itu, Fajar menyebutkan bahwa pelibatan masyarakat dalam usaha ini cukup besar, di mana sebagian pekerja berasal dari lingkungan sekitar pabrik. Beliau menyampaikan bahwa keberadaan usaha ini sangat membantu masyarakat sekitar, khususnya yang belum memiliki pekerjaan: *“Iya, sangat membantu bagi masyarakat yang pengangguran.”* (Hasil Wawancara, 18 April 2025).

Hal ini senada dengan Destisa selaku pekerja bahwa keberadaan usaha ini sangat bermanfaat bagi masyarakat sekitar: *“Sangat bermanfaat sekali bagi masyarakat sekitar karena bisa membantu perekonomian mereka yang membutuhkan, dan untuk remaja yang sulit mendapatkan pekerjaan di luar sana.”* (Hasil Wawancara, 18 April 2025).

Ibu Yanti juga menambahkan bahwa keberadaan pabrik mochi memberikan dampak sosial berupa penciptaan lapangan kerja: *“Pabrik mochi ini bisa mengurangi sedikit populasi pengangguran di negara ini karena di sini juga memperkerjakan beberapa orang yang sedang tidak/mencari kerja.”* (Hasil Wawancara, 18 April 2025).

Namun, dalam proses transformasi ini, pelaku usaha juga menghadapi sejumlah hambatan. Pembatasan distribusi selama pandemi memberikan dampak ekonomi yang signifikan, yang mempengaruhi kelancaran operasional usaha secara keseluruhan. Sebagai bentuk adaptasi terhadap situasi tersebut, pengelola mulai memanfaatkan platform penjualan online sejak tahun 2020. Seperti disampaikan oleh Fajar selaku pengelola usaha: *“Iya ada, pas waktu COVID dampaknya sangat besar terhadap ekonomi. Kalau kita ngirim ke luar kan harus dibatasi, jadi dampaknya sangat besar.”* (Hasil Wawancara, 18 April 2025).

Pernyataan tersebut menyatakan bahwa pembatasan distribusi selama pandemi memberikan dampak ekonomi yang signifikan, yang mempengaruhi kelancaran operasional usaha secara keseluruhan. Sebagai bentuk adaptasi terhadap situasi tersebut, pengelola mulai memanfaatkan platform penjualan online sejak tahun 2020. *“Mochi Bagja mulai diperjualbelikan secara online itu sejak tahun 2020, lewat platform seperti GoFood dan ShopeeFood.”* (Hasil Wawancara, 18 April 2025).

**Tabel 1**  
**Temuan Observasi Transformasi Industri Mochi**

No	Aspek yang Diamati	Temuan Utama
1.	Produksi	Masih menggunakan teknik tradisional (manual)
2.	Kemasan	Sudah menggunakan kemasan yang modern (dus ber desain logo Mochi Bagja)
3.	Pemasaran	Lewat media social & e-commerce
4.	Tenaga Kerja	Melibatkan Masyarakat sekitar
5.	Tantangan	Terhambat saat pandemic Covid, dan mulailah dari sini pemasaran online

*Sumber: Hasil Observasi Non Partisipan, 2025*

## **Pembahasan**

Mochi Bagja merupakan salah satu usaha makanan tradisional khas Sukabumi yang berdiri sejak tahun 2011, Mochi Bagja ini terletak di Kecamatan Cikole Kel Kebonjati Kota Sukabumi. Usaha ini dikelola oleh Pak Andri dan Pak Fajar dan telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan dari awal mula berdiri hingga saat ini. Pada masa awal perintisan, Mochi Bagja menggunakan kemasan sederhana berupa mika plastik, namun seiring berjalannya waktu, kemasannya telah ditingkatkan menjadi dus yang lebih menarik dan modern. Inovasi kemasan ini memberikan dampak besar terhadap citra dan pemasaran produk. Selain itu, pemasaran yang awalnya bersifat lokal, kini telah berkembang ke berbagai kota seperti Jakarta, Bandung, dan Cianjur.

### **Transformasi Industri Mochi Bagja di Sukabumi**

Transformasi industri Mochi Bagja di Sukabumi dapat dilihat dari dua aspek utama, yaitu dari segi kemasan dan strategi pemasaran. Seperti disampaikan oleh pengelola Mochi Bagja, Fajar, *“Waktu pertama merintis, kemasan Mochi Bagja masih pakai mika. Tapi setelah bertahun-tahun, kami ganti pakai dus.”* (Hasil Wawancara, 18 April 2025). Dampaknya sangat berpengaruh, karena kemasan yang lebih menarik bisa meningkatkan minat pembeli dan membuat produk terlihat lebih profesional. Perubahan kemasan dari mika plastik ke dus kecil yang lebih menarik ini bukan hanya sekadar perbaikan visual, tetapi juga mencerminkan peningkatan nilai estetika dan profesionalitas produk yang turut mendukung strategi pemasaran.

Transformasi ini selaras dengan pendapat dalam penelitian (Ayu et al., 2022), yang menyatakan bahwa teknologi berperan penting dalam perubahan bisnis, salah satunya dalam mendukung inovasi produk dan daya tarik pemasaran. Kemasan yang menarik dapat memperkuat citra merek dan memberi nilai tambah di mata konsumen.

Salah satu bentuk transformasi yang tampak nyata pada industri Mochi Bagja adalah dari sisi kemasan produk. Usaha ini telah beralih dari penggunaan kemasan sederhana seperti plastik mika polos tanpa merek menjadi kemasan modern yang lebih menarik dan sesuai dengan tren pasar. Dokumentasi berikut menunjukkan perubahan kemasan yang digunakan oleh pelaku usaha:

**Gambar 1**  
**Packaging Modern Mochi**



*Sumber : Dokumentasi pribadi (2025)*

Gambar 1 menunjukkan kemasan modern mochi yang digunakan oleh pengelola, berupa kotak dan plastik berdesain menarik. Kemasan ini lebih profesional dibanding sebelumnya dan mendukung pemasaran yang lebih luas, termasuk penjualan online dan di toko oleh-oleh.

Selain itu, usaha mochi yang sebelumnya hanya dipasarkan secara konvensional melalui toko oleh-oleh dan agen kue basah, Hasil wawancara Pak Fajar mengatakan *“Mochi Bagja awalnya dipasarkan ke toko oleh-oleh dan agen kue basah. Tapi sejak tahun 2020, kami mulai*

---

*jualan online lewat GoFood dan ShopeeFood.*" (Hasil Wawancara, 18 April 2025). Langkah ini menunjukkan adanya adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital dan perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan layanan daring. Hal ini sejalan dengan kajian (Ardiansyah, 2023), yang mengungkapkan bahwa digitalisasi mendorong perubahan model bisnis, memungkinkan pelaku usaha menjangkau pasar yang lebih luas dan berinteraksi langsung dengan konsumen melalui platform online.

Sebagai upaya pengembangan, pihak usaha juga secara khusus menugaskan karyawan tertentu untuk fokus menangani penjualan online. Karyawan ini memiliki peran dalam mengelola akun bisnis, merespons pesanan, dan memastikan setiap transaksi berjalan lancar. Dengan kata lain, strategi digitalisasi ini tidak hanya bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar, tetapi juga menambah jenis pekerjaan baru di dalam usaha tersebut.

Ketersediaan sumber daya manusia yang memahami cara mengelola platform digital menjadi sangat penting dalam proses ini. Hal ini sejalan dengan pendapat Fisher (2012) yang menyatakan bahwa pelaku usaha harus mampu memastikan bahwa sumber daya manusia di dalamnya memiliki kemampuan untuk mengelola pesanan serta transaksi pelanggan secara daring (Wilestari et al., 2023). Dalam konteks ini, Mochi Bagja telah mengimplementasikan strategi tersebut secara nyata.

Dengan mengadopsi inovasi kemasan dan pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, pelaku usaha mochi di Sukabumi tidak hanya menunjukkan kemampuan beradaptasi di era transformasi digital, tetapi juga memperkuat daya saing produk lokal dalam pasar yang semakin kompetitif.

### **Dampak Transformasi Usaha Mochi Bagja**

Usaha Mochi Bagja tidak hanya berfokus pada transformasi produk dan strategi pemasaran, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat di sekitar lokasi usaha. Salah satu kontribusi nyata yang dirasakan adalah terciptanya lapangan pekerjaan bagi warga sekitar, termasuk bagi mereka yang sebelumnya mengalami kesulitan dalam mendapatkan pekerjaan. Menurut Fajar, *"Keberadaan pabrik mochi ini sangat membantu bagi masyarakat yang pengangguran, terutama di lingkungan sekitar pabrik Mochi Bagja."* (Hasil Wawancara, 18 April 2025). Hal ini diperkuat oleh kesaksian pekerja seperti Destisa dan Ibu Yanti, yang menyatakan *"Sangat bermanfaat sekali bagi masyarakat sekitar karena bisa membantu perekonomian mereka yang membutuhkan, untuk masyarakat yang sulit mendapatkan pekerjaan di luar sana."* (Hasil Wawancara, 18 April 2025). Ibu Yanti juga menambahkan bahwa keberadaan pabrik mochi memberikan dampak sosial berupa penciptaan lapangan kerja: *"Pabrik mochi ini bisa mengurangi sedikit populasi pengangguran di negara ini karena di sini juga memperkerjakan beberapa orang yang sedang tidak/mencari kerja."* (Hasil Wawancara, 18 April 2025).

Selain mendapatkan penghasilan, para pekerja juga belajar mengenai proses produksi makanan, pengemasan, hingga pemasaran modern, termasuk pengelolaan penjualan secara daring. Pemberdayaan ini tidak hanya meningkatkan kesejahteraan individu, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Dokumentasi berikut memperlihatkan keterlibatan langsung masyarakat dalam proses produksi mochi:

**Gambar 2**  
**Kegiatan Pemberdayaan Masyarakat**



*Sumber : Dokumentasi Pribadi (2025)*

Gambar 2 menunjukkan kegiatan pemberdayaan masyarakat, di mana sejumlah perempuan terlihat terlibat dalam proses produksi mochi, seperti pengemasan dan persiapan bahan. Kegiatan ini mencerminkan peran aktif usaha dalam menciptakan lapangan kerja lokal.

Selain itu, dengan berkembangnya pemasaran digital, usaha ini juga menciptakan jenis pekerjaan baru yang sebelumnya belum banyak dikenal, seperti pengelolaan penjualan online. Beberapa karyawan secara khusus diberi tanggung jawab untuk mengurus akun bisnis, menangani pesanan, serta memastikan proses transaksi berjalan lancar. Seperti yang diungkapkan Destisa selaku pekerja *“ada karyawan yang di khususkan untuk mengembangkan usaha kami melalui penjualan online.”* (Hasil Wawancara, 18 April 2025). Hal ini menunjukkan bahwa usaha Mochi Bagja tidak hanya memberikan manfaat ekonomi secara langsung, tetapi juga berperan dalam membekali masyarakat dengan keterampilan baru yang relevan dengan perkembangan teknologi. Hal ini sejalan dengan pendapat (Wilestari et al., 2023), yang menyatakan bahwa pelaku usaha harus mampu memastikan bahwa sumber daya manusia di dalamnya memiliki kemampuan untuk mengelola pesanan serta transaksi pelanggan secara daring. Dalam konteks ini, Mochi Bagja telah mengimplementasikan strategi tersebut secara nyata.

### **Tantangan dalam Pengembangan Usaha**

Usaha Mochi Bagja juga menghadapi kendala dari sisi ekonomi. Salah satu momen terberat terjadi pada masa pandemi COVID-19, di mana terjadi pembatasan distribusi produk ke luar daerah. Hal ini berdampak langsung terhadap kestabilan pendapatan usaha. Seperti disampaikan oleh Fajar selaku pengelola usaha:

*“Iya ada, pas waktu COVID dampaknya sangat besar terhadap ekonomi. Kalau kita ngirim ke luar kan harus dibatasi, jadi dampaknya sangat besar.”* (Hasil Wawancara, 18 April 2025).

Pernyataan tersebut menyatakan bahwa pembatasan distribusi selama pandemi memberikan dampak ekonomi yang signifikan, yang mempengaruhi kelancaran operasional usaha secara keseluruhan. Sebagai bentuk adaptasi terhadap situasi tersebut, pengelola mulai memanfaatkan platform penjualan online sejak tahun 2020. *“Mochi Bagja mulai diperjualbelikan secara online itu sejak tahun 2020, lewat platform seperti GoFood dan ShopeeFood.”* (Hasil Wawancara, 18 April 2025). Strategi ini menjadi langkah penting untuk menjaga keberlangsungan usaha dengan menjangkau konsumen secara digital, mengingat akses distribusi fisik saat itu sangat terbatas. Dalam perspektif teori strukturasi sosial, hal ini menjadi tantangan struktural yang memaksa pelaku usaha untuk berinovasi dan beradaptasi agar usaha mereka dapat terus bertahan. Tantangan lainnya berkaitan dengan kebutuhan untuk terus menjaga kualitas rasa dan konsistensi kemasan agar tetap menarik dan mampu bersaing dengan produk serupa di pasar yang lebih luas.

---

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran nyata tentang bagaimana industri mochi tidak hanya berkontribusi pada pelestarian makanan tradisional, tetapi juga dalam pemberdayaan masyarakat secara ekonomi dan sosial. Melalui usaha seperti Mochi Bagja, tercipta peluang kerja baru yang membantu mengurangi pengangguran, khususnya di kalangan masyarakat sekitar dan remaja. Selain itu, usaha ini turut mendorong lahirnya inovasi lokal yang berkelanjutan dengan tetap mempertahankan identitas budaya.

Oleh karena itu, pentingnya penelitian ini terletak pada upaya pada analisis mengenai transformasi usaha lokal tradisional yang mampu menyesuaikan diri dengan era digital. Melalui Mochi Bagja, dapat terlihat bahwa keberhasilan sebuah usaha tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan dalam mengadopsi strategi pemasaran modern dan melibatkan masyarakat secara aktif.

Berdasarkan analisis mendalam, temuan utama dalam penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi usaha mochi di Sukabumi bukan hanya terjadi dalam bentuk fisik produk, tetapi juga dalam strategi pemasaran. Kunci keberhasilan terletak pada kombinasi antara inovasi kemasan, pemanfaatan teknologi digital, serta pemberdayaan sumber daya manusia lokal. Hal ini membuktikan bahwa usaha tradisional tetap memiliki potensi untuk bersaing dan tumbuh di tengah arus modernisasi.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, strategi pengembangan usaha yang diterapkan oleh Mochi Bagja mencakup beberapa aspek penting, yaitu inovasi kemasan, perluasan saluran pemasaran melalui platform digital, serta adaptasi terhadap kondisi ekonomi, seperti saat masa pandemi. Usaha ini bertransformasi dari bentuk tradisional menuju model usaha yang lebih modern tanpa meninggalkan identitas lokalnya. Inovasi kemasan dari mika ke dus yang lebih menarik berhasil meningkatkan citra produk, sedangkan pemasaran digital melalui layanan seperti GoFood dan ShopeeFood membantu memperluas jangkauan pasar serta menjaga kelangsungan usaha di tengah keterbatasan distribusi fisik.

Selain dari sisi strategi pengembangan, usaha Mochi Bagja juga memberikan dampak positif terhadap masyarakat sekitar. Salah satu kontribusi utamanya adalah dalam penciptaan lapangan kerja, khususnya bagi warga di sekitar lokasi usaha yang mengalami kesulitan mencari pekerjaan. Melalui pelibatan langsung dalam proses produksi dan pemasaran, masyarakat tidak hanya memperoleh penghasilan, tetapi juga keterampilan baru, terutama dalam pengelolaan pemasaran digital. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan usaha tidak hanya berdampak pada pertumbuhan bisnis semata, tetapi juga turut mendukung pemberdayaan ekonomi dan sosial masyarakat secara berkelanjutan.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi lebih dalam tentang dampak jangka panjang dari pemberdayaan masyarakat dalam industri makanan tradisional, serta bagaimana peran pemerintah daerah atau lembaga swadaya masyarakat dapat mendukung pengembangan usaha kecil berbasis lokal. Selain itu, penelitian dapat diperluas ke jenis usaha tradisional lain untuk melihat pola transformasi yang serupa dan potensi kolaborasi antar pelaku usaha lokal.

### **Ucapan Terimakasih**

Dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis menyampaikan apresiasi kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih khusus disampaikan kepada narasumber yang telah meluangkan waktu dan berbagi informasi, serta dosen pembimbing yang memberikan arahan dan masukan berharga. Penulis

---

juga berterima kasih kepada keluarga dan teman-teman yang senantiasa memberikan semangat selama proses penelitian ini berlangsung. Semua berkat rahmat dan izin Allah, penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

### Referensi

- Achmad, Z. A. (2020). Anatomy of Structuration Theory and Ideology of the. *Jurnal Translitera*, 9(2), 45–62. <https://ejournal.unisbablitar.ac.id/index.php/translitera/article/view/989>
- Ardiansyah, M. W. (2023). Peran Teknologi dalam Transformasi Ekonomi dan Bisnis di Era Digital. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1).
- Arisandi, I., Warka, I. G. P., & Gazalba, Z. (2018). Analisis Kebutuhan Tenaga Kerja dan Peralatan Pada Proyek Peningkatan Jalan: Studi Pada Pelaksanaan Proyek Peningkatan Jalan Pancor-Rempung. *Ganec Swara*, 12(2), 1–7.
- Astuti, S. B., Wahyudie, P., Anggraeni, L. K., Anieqo Tanadda, O., Azahra, L. A., Dewi, M. R., Anugrahaning, M., & Putri, K. (2024). Transformasi Digital dan Sumberdaya Manusia dalam Konsep Intelligent City di Kawasan Pesisir Wilayah Perkotaan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 13(2), 221–233. <https://doi.org/10.23887/jish.v13i2.75132>
- Ayu, A., Lestari, D., Merthayasa, A., Cendekia, U., & Indonesia, M. (2022). *Peran Teknologi Dalam Perubahan Bisnis Di Era Globalisasi*. 7(11).
- Fahlevie, R., Rapiudinsyah, A., Raffy, M., Alsha, A., Putra, P. D., Veronika, M., & Alie, J. (2024). *Strategi Pemberdayaan Branding dan Digital Marketing Bagi UMKM Menuju Ekonomi Digital Di Desa Petanang Kecamatan Lembak Provinsi Sumatera Selatan*. 5(4), 7846–7853.
- Firdausya, L. Z., & Ompusunggu, D. P. (2023). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Di Era Digital Abad 21. *Tali Jagad Journal*, 1(1), 16–20.
- Fitri, F., & Halik, R. A. F. (2023). Peran Digital Marketing dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Bisnis yang Berkelanjutan pada Usaha Mikro dan Kecil Agribisnis di Polewali Mandar. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 12(3), 556–563. <https://doi.org/10.23887/jish.v12i3.67832>
- Hermita, N., Putra, Z. H., Alpusari, M., Alim, J. A., Joleha, J., Dahnilsyah, D., Isjoni, M. Y. R., Gaurifa, D. F. P., Ningsih, S., Anggraini, F., Diva, N. N., Tussa'diah, H., Wahab, A., Agustian, F. H., Iskandar, D. N., Syarah, A., & Agustin, P. (2022). Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengembangan Industri Rumah Tangga Buntea di Kelurahan Air Dingin. *Journal of Community Engagement Research for Sustainability*, 2(5), 245–252. <https://doi.org/10.31258/cers.2.5.245-252>
- Indrajaya, T., Primasyah, D., Yulianti, S., Rosmiati, E., & Sova, M. (2022). Peran E - Bisnis Dalam Pengembangan Umkm. *Jurnal Economina*, 1(2), 239–247. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i2.73>
- Jamaludin, A. N. (2022). *Metode Penelitian Sosial*. Pustaka Aksara.
- Laziva, N., & Atieq, M. Q. (2024). Studi Literatur Digitalisasi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Era Masyarakat 5.0: Strategi dan Faktor. *Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 7, 1050–1079. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/MBIC/index>
- Maya Sari, P., Anwar, S., & Sabeth Rahmawaty, I. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Home Industry. *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 5, 105–124.
- Mutiara, T. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Pesisir Pantai untuk Meningkatkan Ekonomi Lokal Masyarakat di Kabupaten Pemalang, Jawa Tengah. *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 19(2), 213–233. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15578/jsekp.v19i2.15011>
- Novianti, A. (2025). *Transformasi Digital Mengubah Lanskap Bisnis UMKM di Era Teknologi Indonesia yang lebih kuat dan berkelanjutan . Di era Revolusi Industri Keempat ,*
-

perkembangan. 3.

- Rambe, A. Y. F., & Afri, L. D. (2020). Analisis Kemampuan Pemecahan Masalah Matematis Siswa Dalam Menyelesaikan Soal Materi Barisan Dan Deret. *AXIOM: Jurnal Pendidikan Dan Matematika*, 9(2), 175. <https://doi.org/10.30821/axiom.v9i2.8069>
- Wilestari, M., Mujiani, S., Sugiharto, B. H., Sutrisno, S., & Risdwiyanto, A. (2023). Digitalisasi dan Transformasi Bisnis: Perspektif Praktisi Muda UMKM tentang Perubahan Ekonomi. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 12(2), 259–268. <https://doi.org/10.23887/jish.v12i2.61216>
- Zaifuddin, Z. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Online Marketing: Penguatan Ekonomi Masyarakat Desa Berbasis Digital. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 10(1), 31. <https://doi.org/10.37064/jpm.v10i1.10044>