



Upaya Mengembangkan Usaha Produktif Rumah Tangga di Masa Pandemi Covid 19

Novliza Eka Patrisia¹, Linda Safitra²

¹ Prodi Administrasi Publik, FISIP UnMuh Bengkulu

² Prodi Sosiologi, FISIP UnMuh Bengkulu

Email : novlizaekap@umb.ac.id

Abstrak : Artikel ini dirangkum dari hasil kegiatan pengabdian yang dilaksanakan beberapa waktu yang lalu. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana proses UKM yang ada saat ini dalam melanjutkan kegiatan usahanya ditengah keadaan covid 19 ini, UKM dalam hal ini adalah UKM yang berada di lingkungan rumah yang berlokasi di betungan kota Bengkulu. UKM Pelita merupakan salah satu jenis UKM rumah tangga yang telah menjalankan kegiatannya sejak tahun 2007. UKM ini bergerak di penyediaan hasil produksi makanan tradisional yakni sanjai dan beberapa olahan lainnya yang berasal dari singkong/ketela. Dalam kegiatannya UKM sanjai telah memiliki 8 orang tenaga kerja, yang berasal dari lingkungan setempat. Masa pandemi covid 19 ini tentu sangat berdampak secara langsung pada UKM pelita, baik secara langsung maupun tidak langsung. Hal inilah yang mendorong dilaksanakannya pengabdian ini. Untuk dapat memberikan motivasi dan pengetahuan teknologi guna mengembangkan UKM Pelita dimasa yang akan datang.

Kata Kunci: *Usaha Produktif; UKM; Rumah Tangga; Pandemi Covid 19.*

Abstract : This article is summarized from the results of devotion activities carried out some time ago. This devotional activity is carried out with the aim to know how the current SME process in continuing its business activities in the midst of the state of covid 19, SMEs in this case are SMEs located in the home environment located in the city of Bengkulu. UKM Pelita is one type of household SMEs that have been carrying out their activities since 2007. SME is engaged in the provision of traditional food production, namely sanjai and some other processed from cassava / cassava. In its activities, UKM sanjai has had 8 workers, who come from the local environment. The covid 19 pandemic period certainly has a direct impact on SME pelita, either directly or indirectly. This is what drives this devotion. To be able to provide motivation and technological knowledge to develop UKM Pelita in the future.

Keywords: *Productive Business; SMEs; Household; Covid 19 pandemic.*

ANALISIS SITUASI

Membangun usaha, tidak sekaligus menjadi besar dan langsung sukses. Mulai dari kecil, penuh tantangan serta terkadang jatuh, lalu bangun lagi dan seterusnya. Kondisi dinamis seperti itu membuat seorang *entrepreneur* selalu beripikir dan bertindak kreatif, inovatif dan produktif. Dalam banyak perspektif, kemampuan berwirausaha tidak semata-mata diperoleh dari faktor keturunan, misal karena orangtua dan lingkungan keluarga sudah sebagai pengusaha atau *entrepreneur* sukses. Tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lingkungan yang lebih banyak membentuk sikap dan kepribadian untuk menjadikan seorang sukses dalam berwirausaha.

Faktor lingkungan, antara lain adalah lingkungan kerja, keluarga, teman, sekolah, dan lainnya. Hal ini sesuai dengan teori konvergensi (Walgito.2004) yang menyatakan bahwa lingkungan sekitar mempunyai peranan penting dalam perkembangan individu. Termasuk dalam hal keberadaan faktor kemampuan berwirausaha, dimana seseorang dapat belajar dari lingkungan merintis dan membangun usaha hingga menjadi sukses. (Pusjiastuti. E. Eny. 2013).

Merintis dan membangun usaha, memang membutuhkan dorongan yang kuat secara internal dari diri sendiri. Salah satu dorongan adalah untuk memenuhi kebutuhan dasar rumah tangga, sehingga harus ada penghasilan yang diperoleh agar dapat bertahan hidup. Dari desakan kebutuhan ini lahir pemikiran dan usaha-usaha yang kreatif dan inovatif untuk mewujudkan produktivitas hasil usaha. Ada banyak diantaranya peserta pelatihan yang kondisi riil berwirausaha, karena didorong oleh faktor untuk memenuhi kebutuhan hidup. Oleh sebab itu, perlu diberikan bekal pengetahuan dan keterampilan untuk merintis dan membangun usaha dengan pendekatan 5W + 1H, sebagai suatu bentuk tutorial atau pedoman dalam mengimplentasikan merintis dan membangun usaha yang kreatif, inovatif dan produktif. UKM merupakan salah satu sektor ekonomi yang berkembang di Indonesia. Sektor ini banyak dijalankan oleh pengusaha karena mudah dikelola dan tidak membutuhkan biaya yang terlalu besar dalam proses pendiriannya. Salah satu UKM yang banyak dijumpai di Kota Bengkulu adalah UKM yang memproduksi serta menjual berbagai macam makanan dan kerupuk berbahan baku ubi dan singkong. Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini diadakan di UKM Pelita Yang berlokasi di jalan darma, betungan Kecamatan Kampung Melayu Kota Bengkulu.

UKM Pelita sudah lama menjalankan kegiatan operasionalnya sejak tahun 2007. UKM ini sudah memiliki outlet sendiri, namun belum memperhatikan desain produk dan kemasan. UKM ini masih menjual produk berupa sanjai dan karak kaliang dengan cara-cara konvensional yang belum mempunyai ciri atau brand image produk yang bagus bagi konsumennya.

Terlebih dimasa pandemi covid 19 saat ini, UKM Pelita pun tak lepas dari imbas keadaan yang ada. Dari soal penyediaan bahan baku hingga proses pemasaran produk yang mengalami penurunan sangat tajam. Bisa dikatakan hingga 99% penurunan yang dialami oleh UKM Pelita ini.

METODE DAN TEKNIS KEGIATAN

Pelatihan ini, jika dalam kondisi normal dilakukan secara tatap muka, namun karena masih dalam masa transisi pandemi Covid-19, maka kegiatan pelatihan dilakukan secara daring (*online*) dengan media *zoom meeting*. Peserta berasal dari kepala RT 06 Betungan, pemilik usaha serta 8 orang pekerja di UKM Pelita. Dimana pada saat pelaksanaan kegiatan, mereka hadir di kelurahan masing-masing dengan tetap mematuhi peraturan atau protokol kesehatan dan pencegahan Covid-19. Khusus jadwal kegiatan penulis menyajikan makalah dilaksanakan pada tanggal 11-12 Mei 2020, dengan materi ***Upaya Mengembangkan Usaha Produktif Rumah Tangga Dimasa Pandemi Covid 19*** dengan Pendekatan 5W + 1H, yang materinya dijabarkan dalam artikel ini.

Ceramah dan diskusi dilakukan sebelum kegiatan dimulai, sehingga ada koordinasi antara tim pengabdian dengan mitra, kemudian tim pengabdian melakukan penyuluhan berupa pembekalan tentang pentingnya kemasan dan desain produk, serta strategi pemasaran sesuai dengan produk dan kondisi mitra. Pada kegiatan ceramah dan diskusi ini, tim pengabdian juga memberikan penjelasan mengenai bentuk-bentuk model kemasan produk yang bisa digunakan dalam proses packaging.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kewirausahaan (*entrepreneurship*) didesain untuk dapat mengidentifikasi, merintis, membangun dan mengembangkan usaha bisnis yang kreatif dan inovatif. Bila diimplementasikan benar-benar akan dapat menghasilkan barang, jasa dan pekerjaan yang produktif. Dalam beberapa kajian, entrepreneurship lazim diartikan sebagai suatu proses mengkreasikan sesuatu dengan menambahkan nilai yang didukung komitmen

pada tim dan usaha, memperkirakan kemungkinan finansial, fisik, dan resiko sosial dan menerima hasil berupa finansial, kepuasan dan kebebasan pribadi (Pusjiastuti. E. Eny. 2013).

Kreativitas dan inovasi kewirausahaan bukan hanya terfokus pada sektor perdagangan semata, melainkan dalam segala sektor bidang usaha yang dapat memberikan penghasilan secara produktif atas usaha yang dirintis dan dikembangkan tersebut. Oleh sebab itu, seorang wirausahawan harus mempunyai karakter yang dapat mendukung jiwa kewirausahaan yang mantap dan handal. Karakter-karakter kewirausahaan yang mantap dan handal tersebut, antara lain : mandiri; jujur; profesional; disiplin; inisiatif; kreatif; inovatif; orientasi masa depan; ulet; optimis dan bertanggung jawab.

Meski sudah memahami banyak teori dan memiliki karakter sebagai wirausaha yang handal, namun pada saat akan memulai membangun usaha sering kali mengalami berbagai kesulitan. Bahkan ada yang tidak jadi atau membatalkan rencana membangun usaha, sehingga dapat dikatakan “kalah sebelum berperang” gagal sebelum memulai. Oleh sebab itu, agar dapat dengan mudah membangun suatu usaha, berikut ini akan disajikan kiat-kiat secara praktis, sederhana dan mudah diterapkan jika seseorang mau membangun usaha, hingga dapat terlaksana dan sukses.

Konsep Kewirausahaan

Ada banyak kiat, teknik atau cara dalam membangun dan mengembangkan suatu usaha yang kreatif, inovatif dan produktif, salah satunya adalah dengan menggunakan pendekatan 5W1H. Memang masih ada dan banyak pendekatan lain, namun menurut pandangan penulis pendekatan 5W 1H ini sangat praktis, sederhana, mudah dipahami dan tidak sulit untuk diimplementasikan oleh semua lapisan masyarakat, dari berbagai latar belakang pendidikan maupun kepribadian. Karena pendekatan ini tidak harus belajar teori yang rumit-rumit, melainkan berorientasi secara praktis dan langsung pada sasaran focus usaha yang mau dibangun atau dikembangkan.

Konsep membangun usaha dengan pendekatan 5W 1H, merupakan penjabaran dari suatu singkatan yang berasal dari bahasa Inggris : what = apa; who = siapa; where = dimana; why = mengapa, dan how = bagaimana. Pertanyaan-pertanyaan ini jika dijawab sendiri dengan cermat, tentu akan dapat memberikan inspirasi dan membuka pikiran secara kreatif, inovatif. Baiklah secara detail dapat diikuti pada penjabaran berikut ini :

- a. *What* artinya apa. Merupakan suatu pertanyaan yang menanyakan tentang apa ide kreatif, apa nama usaha yang akan dibangun. Ingat, nama usaha ini sangat berkaitan

dengan produk yang akan dihasilkan dari usaha yang akan dibangun.

- b. *Who* artinya siapa. Pertanyaan ini menanyakan secara spesifik siapa pelaku usaha, siapa mitra dan siapa konsumennya. Terkait siapa pelaku usaha adalah pertama biasanya diri sendiri dan jika dibutuhkan pada awal pembentukan boleh mempekerjakan orang lain sesuai kebutuhan.

- c. *Where*; artinya dimana. Menyangkut pertanyaan dimana lokasi usaha : kantor admin, tempat produksi dan gundang, lokasi pemasaran strategis toko (*outlet*), pemasaran menggunakan *web* secara *online* di *marketplace*. Bila diperlukan, boleh saja kantor admin digabung dengan tempat produksi dan sekaligus tempat pemasaran. Di zaman serba digital saat ini dan tentunya pada masa-masa yang akan datang sangat dibutuhkan tempat pemasaran secara *online* berupa *startup*, *marketplace* yaitu suatu tempat pemasaran yang sangat potensial dan efektif. Bisa menggunakan *brand* perusahaan *startup* yang sudah ada, misalnya tokopedia, lazada, belibeli, oxi dan lain sebagainya atau media sosial seperti *facebook* , blog sendiri, *instagram*, *whatsapp* dan lain sebagainya.
- d. *When*; artinya kapan. Pertanyaan ini menyangkut dimensi waktu akan memulai operasional usaha. Seorang *entrepreneur* kreatif, inovatif dan produktif, pasti tidak akan menunda waktu untuk memulai suatu usaha. Kesempatan tidak akan pernah datang dua kali, jika ditunda akan menjadi bias dan bahkan bisa menjadi batal. Oleh sebab itu, ketika ada ide usaha yang sudah mengerucut atau fokus dan diyakini sudah bisa dilaksanakan, maka lakukanlah dan bukalah usaha tersebut.
- e. *Why* artinya; mengapa. Pertanyaan ini, erat kaitannya dengan latar belakang dan tujuan yang akan dicapai. Menyangkut latar belakang mengapa harus membuka usaha? Seseorang memutuskan untuk melakukan suatu usaha karena di dalamnya ada dua niat, *pertama* memiliki niat penuh (100%) untuk berusaha dan mendapatkan penghasilan dari usaha yang dibuka tersebut. Artinya bahwa yang bersangkutan semata-mata hanya mengharapkan dan mengharapkan mendapatkan penghasilan 100% dari membuka usaha, karena itu merupakan suatu kebutuhan utama (*primer*) sebagai *entrepreneurship* murni.
- f. *How* artinya bagaiman. Pertanyaan ini sebenarnya menyangkut tata cara, teknik, kiat dan strategi dalam membuka suatu usaha bisnis dan mengoperasikan usaha yang dibangun tersebut agar dapat berjalan, tumbuh, berkembang dan sukses. Secara sederhana ada 3 (tiga) langkah kiat atau cara yang diperlukan dalam membangun usaha bisnis yang sukses adalah sebagai berikut : (1) identifikasi kebutuhan pasar (konsumen), (2) analisis mana kebutuhan prioritas, dan (3) segera lakukan, jangan ditunda-tunda.

PEMBAHASAN

Kreatif, secara etimologi berasal dari kata bahasa Inggris, yaitu *to create* yang mempunyai arti membuat atau menciptakan. Dengan demikian, kreatif dapat dimaknai

menciptakan suatu ide atau konsep dalam memecahkan suatu permasalahan. (Putra. 2019). Dalam dunia kewirausahaan, tindakan kreatif dimaknai sebagai kemampuan menciptakan ide produk dan jasa yang dibutuhkan oleh banyak orang (konsumen). Seorang wirausaha dalam kegiatan usahanya harus selalu berfikir kreatif, inovatif dan produktif untuk keberlanjutan usaha secara terus-menerus dan berkelanjutan. Misalkan kreativitas dalam mencari peluang-peluang pasar, membuat nilai tambah dari suatu produk yang sudah ada dan mencari modal usaha yang dapat mendukung keberlanjutan usaha bisnis yang dimiliki. Dapat dicontohkan bahwa seorang pelaku usaha atau *entrepreneur* dalam menjalankan bisnis tidak lepas dari ketersediaan modal usaha. Namun modal ini tidak selamanya identik dengan uang ataupun barang (tangible). Akan tetapi sebuah ide sudah termasuk dalam kriteria memiliki modal yang luar biasa karena ide merupakan modal utama yang akan membentuk dan mendukung keberadaan modal lainnya. (Rintan. 2017).

Inovatif, seorang *entrepreneur* yang handal harus mengikuti perkembangan zaman dan mampu memberikan nilai tambah pada produk, jasa dan usaha bisnis yang ditekuninya. Memang sifat atau karakter wirausahawan bukan hanya sekedar menjalankan usaha berdagang dan hanya menjadi pedagang saja. Sebab kalau hanya pedagang, maka ukurannya hanya kepada untung rugi dari penjualan. Tetapi seorang wirausahawan, akan berbeda dengan hanya menjadi pedagang saja, dengan usaha bisnis berdagang yang ia lakukan harus mampu memberikan nilai tambah yang inovatif. Misalkan *service* yang prima kepada konsumen, sehingga konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan, termasuk tindakan atau perlakuan memposisikan konsumen sebagai raja. Kemudian ada kegiatan promosi yang lebih cantik dan menarik, sehingga siapapun yang melihat akan terkesan dalam ingatan dan berminat untuk mengetahui yang pada akhirnya membeli.

Produktif, secara sederhana dapat dikatakan sebagai kemampuan menghasilkan produk barang atau jasa tertentu secara terus menerus dan makin bagus, apabila diproduksi secara berkelanjutan dan berkesinambungan. Memproduksi dari hulu ke hilir yang bervariasi sesuai dengan minat dan kebutuhan konsumen. Apabila hanya satu atau dua kali saja menghasilkan atau memproduksi, lalu berhenti tidak memproduksi lagi, belum dapat dikatakan produktif. Produktif juga menyangkut temuan kebaruan suatu produk, misalkan produk barang-barang atau peralatan yang sudah berkali-kali diproduksi harus diperbarui, baik menyangkut model maupun desainnya, agar lebih menarik tampil beda dengan wajah kekinian. Namun juga harus tetap memperhatikan kualitas produksi agar tidak berkurang, malah kalau mungkin harus lebih bagus dari kualitas produksi sebelumnya.

Bentuk produktifitas termasuk juga dalam hal memberikan pelayanan jasa. Sebagai *entrepreneur* perlu memiliki kemampuan manajerial jasa, yaitu sebagai suatu kemampuan organisasi untuk menawarkan jasa dengan kualitas dan kuantitas sesuai dengan harapan dari konsumen. Dimensi kuantitas dan kualitas jasa merupakan dimensi yang tidak dapat dipisahkan dari proses pelayanan yang prima (Pramono. 2015). Dalam memberikan pelayanan jasa dapat dikatakan produktif, apabila mengalami peningkatan yang dapat diukur, misalnya jumlah konsumen jika makin hari semakin bertambah banyak konsumen datang untuk membeli atau menggunakan jasa yang ditawarkan. Konsumen akan senang hati untuk membeli kembali atau menggunakannya lagi, dan bahkan secara sukarela melakukan promosi dengan teman-teman dan tetangganya dengan tanpa diminta. Inilah salah satu indikator keberhasilan produktivitas pada bidang pelayanan jasa.

Membangun usaha bisnis kreatif, inovatif dan produktif merupakan salah satu ciri yang menonjol atau karakter dari seorang wirausaha yang handal. Dengan demikian, maka usaha bisnis yang dibangun akan dapat tumbuh kembang secara terus-menerus menuju kesuksesan. Apabila ada kesulitan dalam memulai usaha bisnis, maka gunakan pendekatan 5W 1H suatu cara membangun usaha bisnis yang sederhana namun sangat mudah diterapkan. Pada prinsipnya pendekatan ini adalah sebagai pedoman praktis dalam membuka usaha kewirausahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Kreativitas membangun usaha pada sektor kewirausahaan merupakan salah satu upaya konkrit dalam merealisasikan suatu ide atau gagasan yang ada. Oleh sebab itu, buatlah ide menjadi mimpi yang besar dan produktif agar apa yang diimpikan akan terealisasi sebagaimana impian itu. Sebab impian sebagai bentuk perwujudan dari keinginan yang diharapkan akan terwujud.

Dalam rangka untuk mewujudkan impian itu, pemerintah Kota Bengkulu membantu memfasilitasi kegiatan Pelatihan Kewirausahaan Terpadu (PKT) bagi seluruh UKM di Kota Bengkulu. Strategi pelaksanaan dilakukan secara bergilir dan berkesinambungan dari tingkat kecamatan hingga kelurahan. Program PKT pada tahun-tahun sebelumnya dilaksanakan secara tatap muka konvensional namun karena kondisi pandemi Covid-19, maka pada tahun 2020 ini dilakukan secara daring atau *online*.

Untuk mendukung program PKT tersebut, maka kepada peserta diberikan beberapa

bekal pengetahuan praktis kewirausahaan. Salah satunya adalah dasar-dasar kewirausahaan, yang di transformasi kepada peserta dalam bentuk pengetahuan membangun usaha kreatif, inovatif dan produktif kewirausahaan dengan model pendekatan 5W 1H. Usaha yang dibangun secara kreatif, inovatif dan produktif dengan pendekatan 5W1H, merupakan salah satu strategi kewirausahaan yang handal. Karena pada prinsipnya pendekatan ini merupakan pedoman praktis dan sangat mudah dipelajari dalam membuka usaha kewirausahaan. Sehingga usaha bisnis yang dibangun akan dapat tumbuh dan kembang secara terus-menerus menuju kesuksesan yang diharapkan.

SARAN

Mencermati keberadaan pendekatan 5W 1H yang sangat praktis dan mudah untuk diterapkan dalam membangun suatu usaha yang kreatif, inovatif dan produktif, maka diharapkan pemerintah dan atau pemerintah daerah dapat memfasilitasi pembelajaran kewirausahaan bagi masyarakat melalui pelatihan- pelatihan kewirausahaan terpadu, dan memperkuat kurikulum pembelajaran kewirausahaan di sekolah- sekolah formal sejak dini Khusus di Perguruan Tinggi yang sudah ada mata kuliah kewirausahaan dan telah berlangsung. Diharapkan agar para dosen benar-benar memberikan dorongan yang kuat kepada mahasiswa untuk memulai membuka usaha, meskipun masih dalam kondisi studi.

DAFTAR PUSTAKA

- Manurung, Adler H. 2008. Modal Untuk Bisnis UKM. Cetakan ke 2; Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Pramono. (2015). *Produktivitas di Sektor Jasa*. antonpramono.blogspot.com. Retrieved from <http://antonpramono.blogspot.com/2015/03 /produktivitas-di-sektor-jasa.html>.
- Pusjiastuti. E. Eny. (2013) Pengaruh Kepribadian dan Lingkungan Terhadap Intensi Berwirausaha pada Usia Dewasa Awal. Buletin Ekonomi Vol. 11, No. 1, April 2013 hal 1-86.
- Putra (2019). *Kreatif & Inovatif: Pengertian, Ciri Ciri dan Contoh Kreativitas – Inovasi*. salamamedian.com. Retrieved from <https://salamadian.com/pengertian-kreatif- dan-inovatif/>.
- Rintan. Saragih. (2017). Membangun Usaha Kratif, Inovatif dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Kewirausahaan*, Vol. 3 No. 2, Desember 2017. Medan : Fakultas Ekonomi, Uninversitas Methodist Indonesia.
- Suparyanto, RW. (2016). Kewirausahaan, Konsep dan Realita Pada Usaha Kecil. Bandung: Alfabeta.

Walgito, Bimo. (2004). *Teori Konvergensi*, Yogyakarta : Penerbit Fakultas Psikologi UGM.