

MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS KELOMPOK WANITA RUMAH TANGGA DITENGAH PANDEMI COVID-19 DI PASAR KREATIF TEJOAGUNG, METRO TIMUR

Diterima: Februari 2021

Direview: April 2021

Disetujui: Agustus 2021

*Yateno¹, Suryadi², Edi Priyanto³, Ganis Delvia⁴, Amar Asyam Aal-faras⁵, Dwi Yuliani⁶

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Metro¹

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Metro²

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Metro³

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Metro⁴

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Metro⁵

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Metro⁶

E-mail: yatno.apta@gmail.com

ABSTRAK

Salah satu aspek yang terdampak wabah virus Corona adalah kegiatan perekonomian, terutama yang amat terasa adalah pada empat sektor yang paling tertekan akibat wabah Covid-19 yaitu rumah tangga, UMKM, korporasi, dan sektor keuangan. Pertumbuhan ekonomi pun diprediksi akan mengalami kontraksi. Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang berlaku mengharuskan aktivitas warga dilakukan dari rumah atau secara daring, hal ini tentunya membuat tingkat daya beli masyarakat menurun drastis karena mayoritas kegiatan pemenuhan kebutuhan hidup dilakukan secara konvensional terutama bagi keluarga miskin dan rentan yang bekerja di sektor informal. Masyarakat khususnya Kelompok Wanita Rumah Tangga (KWRT) di PAK TEJO, harus lebih dewasa untuk menyikapi hal Covid-19 harus mampu melihat masalah ini semua solusi untuk menghadapi hal tersebut adalah meningkatkan kreativitas inovasi dan bangkit untuk berwirausaha.

Hasil inovasi produk dan potensi wisata agar cepat di kenal oleh masyarakat luas baik Lokal, Regional, Nasional, tetapi harus memahami sosial media terutama IG (*Instagram*) dan FB (*Facebook*) serta perlu adanya *website* sebagai alat dan media promosi yang tepat untuk memperkenalkan potensi yang ada. Program pengabdian kepada masyarakat di PAK TEJO, sangat menarik dan bermanfaat untuk menambah ilmu pengetahuan dan dilaksanakan secara gratis, salah satu diantaranya pelatihan tentang membuat corak warna pada kaos atau kemeja baru atau bekas menjadi protensi usaha baru, pengolahan buah pisang, mulai dari kulit dibuat "brownis" sedangkan daging pisang olahan menjadi "bola-bola pisang" yang dapat dijual di PAK TEJO.

Kata Kunci : PAK TEJO, Sosial Media "IG,FB" dan KWRT.

ABSTRACT

One of the aspects affected by the Corona virus outbreak is economic activity, especially in the four sectors most depressed due to the Covid-19 outbreak, namely households, MSMEs, corporations, and the financial sector. Economic growth is also predicted to experience a contraction. The applicable Large-Scale Social Restrictions (PSBB) require that residents' activities be carried out from home or online, this of course causes the level of people's purchasing power to drop drastically because the majority of activities to fulfill their daily needs are carried out conventionally, especially for poor families and vulnerable who work in the informal sector. The community, especially the Household Women Group (KWRT) in PAK TEJO, must be more mature to respond to the Covid-19 case, must be able to see this problem. All solutions to deal with this are to increase innovative creativity and rise to entrepreneurship.

The results of product innovation and tourism potential are quickly recognized by the wider community, both local, regional and national, but must understand social media, especially IG (Instagram) and FB (Facebook) and there is a need for a website as the right promotional tool and media to introduce potential there is. The community service program at PAK TEJO is very interesting and useful to increase knowledge and is carried out free of charge, one of which is training on making color patterns on new or used shirts or shirts to become new business protection, processing for bananas, starting from the skin made "brownies" while the processed banana meat becomes "banana balls" which PAK TEJO can sell.

Keywords: PAK TEJO, Social Media "IG, FB" and KWRT

PENDAHULUAN

Dampak dari pandemi Covid-19 saat ini sangat amat terasa, di banyak negara begitu pula keadaan di Indonesia, hampir seluruh daerah mengalami perubahan yang cukup signifikan yang diakibatkan oleh wabah Pandemi Covid-19 ini.. Salah satu diantaranya aspek yang berdampak adalah sektor perekonomian, terutama yang sangat terasa adalah di empat sektor antara lain rumah tangga, UMKM, korporasi, dan sektor keuangan. Pertumbuhan ekonomi pun diprediksi akan mengalami kontraksi yang cukup kuat.

Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang berlaku mengharuskan aktivitas warga dilakukan dari rumah atau secara daring, hal ini tentunya membuat tingkat daya beli masyarakat menurun drastis karena mayoritas kegiatan pemenuhan kebutuhan hidup dilakukan secara konvensional terutama bagi keluarga miskin dan rentan yang bekerja di sektor informal. Akan tetapi, jika pada saatnya PSBB dilonggarkan oleh pemerintah hal ini dapat dilihat sebagai suatu peluang bagi masyarakat khususnya anak muda untuk berwirausaha.

Alangkah dewasanya apabila sebuah bangsa dan masyarakatnya mampu melihat masalah ini semua dengan bijak, bisa menjawab tantangan, serta tangguh menghadapi semua ancaman. Salah satu cara yang dirasa cukup ampuh adalah menumbuhkan dan menguatkan jiwa wirausaha (*entrepreneurship*) terutama dikalangan milenial. Diharapkan dengan menguatnya pemikiran serta tindakan kewirausahaan yang semakin masif, masyarakat dapat hidup mandiri dan bertahan sekalipun ditengah situasi sulit seperti saat ini. Entrepreneurship memiliki dampak positif bagi suatu perekonomian dan masyarakat, salah satu dampak terpenting dari entrepreneurship adalah penyediaan lapangan pekerjaan.

Krisis saat ini bukan merupakan alasan masyarakat untuk berhenti beraktivitas tetapi harus tetap semangat untuk bangkit kembali untuk membangun bisnis. Masa krisis saat justru harus merasa tertantang bangkit untuk berinovasi serta berkeaktivitas yang lebih baik lagi, memanfaatkan teknologi moderan yaitu teknologi digital yang kita miliki harus dapat dimaksimalkan, hal ini merupakan peluang emas di depan mata. Peluang yang dimaksud di sini ialah peluang yang muncul saat dan setelah krisis, hal ini dapat dimanfaatkan sebagai ide awal untuk membuka usaha yang orientasinya pada keuntungan dan dapat memberikan solusi alternatif kepada masyarakat setelah krisis.

Ditengah Masa pandemi Covid-19 rata-rata mengasumsikan tidak bisa berbuat banyak dan banyak sekali pelaku bisnis yang tidak mampu bertahan, sehingga tidak sedikit yang

mengalami failit. Wabah Covid-19 di Indonesia membuat situasi ekonomi menjadi memburuk hampir seluruh sendi kehidupan masyarakat mendapat tekanan ekonomi yang sangat besar, hal ini memberikan pengaruh pada pelaku yang berwirausaha. Di tengah pandemi ini perilaku kreatif sangat diperlukan, terutama bagi para pelaku wirausaha. Kreativitas memegang peranan penting dalam situasi seperti saat ini. Situasi yang sulit di tengah pandemi ini membuat sebagian pelaku wirausaha menjadi pesimis dalam menjalankan usahanya, akan tetapi ada juga wirausaha yang tetap semangat dalam membangun usahanya supaya lebih maju dengan perilaku kreatif yang dimiliki.

Masa Pandemi Covid-19 yang melanda syarakat dan bangsa ini bukanlah merupakan sebuah penghalang dalam berwirausaha, tetapi situasi seperti ini bukanlah hal yang membuat para pelaku bisnis menjadi pesimis untuk berusaha tetap bangkit dan harus menutup usaha atau bisnisnya. Dalam situasi yang seperti ini pelaku wirausaha seharusnya mampu menciptakan ide-ide baru, sehingga akan mempengaruhi proses dalam dunia usahanya. Sebagai pelaku wirausaha, seharusnya mampu untuk melihat peluang usaha di tengah pandemi covid-19 ini, apalagi situasi ini bisa membawa perubahan yang positif dalam bisnis masa depan, terutama dalam perilaku konsumen maupun konsumsi.

Pelaku bisnis harus mulai berpikir kreatif karena bisa saja ekonomi kreatif dan digital akan dikembangkan, dan pada saat seperti ini lah kesempatan bagi pelaku wirausaha untuk berpikir kreatif, dan mulai mengidentifikasi faktor-faktor yang akan mempengaruhi semangat dan pertumbuhan usaha masyarakat ke depannya, sehingga bisa menghasilkan sebuah ide kreatif yang menunjang sukses nya warga masyarakat khususnya Kelompok Wanita Rumah Tangga (KWRT) dalam menjalankan usaha.

Warga masyarakat Kelurahan Tejoagung, Metro Timur, Kota metro khususnya KWRT RT 06/RW.02, pada masa Pandemi Covid-19 yang melanda semua daerah, justru RT 06/RW.02 tidak mau berpangku tangan terus menerus, warga masyarakat tersebut bersama-sama mencetuskan ide kreatif untuk membentuk dan membangun pasar kuliner edukasi, bertujuan supaya warga dapat bangkit dari keterpurukkan dampak Covid-19, terutama dalam sektor ekonomi.

Ide warga untuk membangun pasar kuliner edukasi semangat sekali untuk dapat mewujudkan dan dapat terealisasi untuk pelaksanaan grand opening pada tanggal 31 januari 2021 yang dinamakan Pasar Kreatif Tejoagun (PAK TEJO). Pasar kreatif Tejoagung (PAK TEJO), dilaksanakan setiap hari minggu jam 06.00 sd. 11.00 wib oleh para pelapak “PAK

TEJO”, masih sangat membutuhkan pelatihan terutama kuliner, industri kreatif lainnya serta sosial media, untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan pelanggan.

Aspek yang berdampak dari Pandemi Covid-19 ini yang paling kuat dan signifikan adalah sektor perekonomian, solusi untuk mengurai masalah tersebut dengan cara menumbuhkan dan menguatkan jiwa kreatif, inovasi dan berwirausaha (*entrepreneurship*) masyarakat. *Entrepreneurship* yang menghasilkan jiwa wirausaha yang tangguh dan tidak selalu berdampak pada nilai ekonomis tetapi dapat pula membuahkan berbagai nilai ideal dalam tataran sosial, politik, budaya dan aspek terkait lainnya (Maskan, 2018).

Setiap insan telah tertanam jiwa wirausaha yang berarti memiliki kreativitas dan mempunyai tujuan tertentu, serta berusaha untuk mencapai keberhasilan dalam hidupnya (Suryana, 2011). Kreatifitas merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif dan kreatif, berdaya, bercrepta, berkarya, bersahaja, dan berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan atas kegiatan usahanya. Salah satu aspek yang terdampak dari pandemi Covid-19 adalah sektor perekonomian. Salah satu cara penanggulangan dari masalah tersebut adalah dengan menumbuhkan dan menguatkan jiwa wirausaha (*entrepreneurship*) dikalangan masyarakat.

Industri Kreatif merupakan industri yang dapat pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut Departemen Perdagangan RI (2009, h.5). Selanjutnya Simatupang (2008, h.69) menjelaskan bahwa industri kreatif harus mengedepankan talenta, ketrampilan, dan kreativitas yang merupakan elemen dasar setiap individu. Unsur utama industri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual.

Untuk melakukan pemasaran produk, jasa maupun sektor pariwisata peran sosial media sangat diperlukan untuk mendongkrak kinerja organisasi maupun kinerja unit bisbis. Efektivitas pemanfaatan tergantung pada pemanfaatan media yang modern dan canggih ini dipergunakan dengan baik dan benar sesuai undang-undang yang berlaku di Nasional maupun internasional. Kecanggihan situs jejaring sosial memungkinkan setiap individu saling bertukar informasi kepada siapa saja melalui fasilitas yang sudah disediakan. Sebagai salah satu bagian dari media massa, situs media sosial seperti *instagram* (IG) dan *facebook* (FB) dapat digunakan sebagai sarana untuk melakukan kegiatan promosi.

Budget dikeluarkan oleh pelaku bisnis yang minim, masih dapat melakukan promosi produk yang akan dijual, dengan menggunakan fasilitas *instagram* (IG) dan *facebook* (FB)

digunakan sebagai sarana promosi produk yang efisien dan rendah biaya. Dengan berwirausaha menggunakan media sosial sebagai media promosi tentunya akan membuat produk tersebut lebih dikenal luas oleh konsumen sehingga pendapatan yang diterima juga akan meningkat (Siswanto, 2013). Gaya hidup masa kini dengan adanya teknologi informasi saat ini semakin canggih akan mempermudah seseorang atau organisasi untuk menjalin dan mempererat koneksi dalam menjalin bisnis.

Media sosial sebagai media promosi menjadi sarana yang tepat dan praktis serta ekonomis, hanya memerlukan insan yang betul-betul tangguh dalam menjalankan wirausaha. Dalam penjabaran tersebut diperlukan motivasi dan contoh yang nyata pada calon pelaku usaha agar termotivasi untuk memulai usaha baru dan membuka lapangan kerja baru (Shalahuddin, 2018).

Sasaran utama dalam pemberian motivasi terkait kreatifitas dan inovasi usaha kepada Kelompok Wanita Rumah Tangga (KWRT) di “PAK TEJO” yang bertepatan RT.06/RW. 02 Kelurahan Tejo Agung, warga masyarakat tersebut mempunyai potensi yang sangat besar untuk memulai usaha baru dan mengembangkannya di masa depan sehingga mempunyai multiplier effect yang besar dalam penciptaan lapangan kerja baru.

Secara luas akan memberikan dampak berganda baik secara langsung dan tidak langsung kemudian akan dapat mendorong adanya kegiatan pembangunan yang akan diakibatkan oleh kegiatan pada bidang tertentu, baik yang bersifat positif maupun negatif untuk menggerakkan kegiatan dibidang-bidang lainnya (Lestari, 2015). Diharapkan dengan menguatnya pemikiran serta tindakan wirausahawan yang semakin masif, masyarakat dapat hidup mandiri dan bertahan sekalipun ditengah situasi sulit seperti saat ini.

Dengan melihat situasi dan kondisi di lingkungan, “PAK TEJO” merupakan salah satu wilayah yang berpotensi karena memiliki beragam peluang usaha misalnya, potensi dalam usaha kuliner serta jasa-jasa lainnya. Tim penggerak “PAK TEJO” memiliki SDM yang cukup komplit, walaupun beragam, dengan keberagaman budaya, SDM dan karakter, dapat diyakini “PAK TEJO” akan berkembang pesat jika diperkuat iklim organisasi, komitmen organisasi dan iklim komunikasi yang baik serta kondusif

Banyak potensi ide kreatif untuk menjalankan usaha namun belum tergal dengan optimal. Oleh karena itu, perlunya penumbuhan jiwa kewirausahaan dan pentingnya pemahaman tentang pentingnya media sosial sebagai media promosi yang mampu memberikan manfaat bagi masyarakat di (Indoworo, 2015). Manfaat tersebut dapat

berwujud manfaat finansial maupun non finansial. Manfaat finansial dari kewirausahaan dapat berupa kemandirian ekonomi yang diperoleh dalam menjalankan usaha, sedangkan manfaat non finansial berupa penumbuhan mental yang tangguh dan pantang menyerah dalam menghadapi permasalahan hidup. (Achmad, 2015)

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya, pentingnya diselenggarakan pengabdian kepada masyarakat untuk menumbuhkan jiwa kreativitas dan memberikan pemahaman pentingnya media sosial sebagai media promosi produk yang ada di “PAK TEJO” sehingga memiliki daya saing tinggi dan ketertarikan konsumen untuk berkunjung bersama-sama keluarga, saudara, teman ataupun rekan-rekan kerja. Dengan diadakan pengabdian kepada masyarakat melalui pendampingan kewirausahaan ini diharapkan mampu mengali potensi usaha baru dan memberikan efek positif pada pengembangan mental kemandirian (KWRT) di PAK TEJO.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan program pengabdian kepada masyarakat di Pasar Kreatif Tejoagung “PAK TEJO” ini menjelaskan beberapa solusi program untuk menyelesaikan beberapa permasalahan yang telah diangedakan adalah sebagai berikut:

Persiapan dan Pembekalan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini akan melibatkan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen. Adapun proses perekrutan mahasiswa melalui tahap sosialisasi dan seleksi terlebih dahulu dan akan dilakukan oleh pihak Fakultas dan Tim pengabdian. Jumlah mahasiswa yang akan dilibatkan dalam program pengabdian kepada masyarakat sebanyak 4 mahasiswa.

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini secara umum dibagi menjadi tiga program utama. Berikut ini rincian program utama pengabdian kepada masyarakat yang akan dilakukan sebagai berikut:

1. Pelatihan Pembuatan akun-akun IG (*Instagram*) dan FB (*Facebook*)
2. Pelatihan kepada KWRT tentang Industri Kreatif.
3. Pelatihan kepada KWRT tentang pembuatan resep baru pemanfaatan kulit pisang menjadi Brownis dan daging pisang menjadi bola bola pisang.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Dari kegiatan pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat yang kami lakukan tentang pentingnya pembuatan akun media sosial dalam promosi dan pemasaran produk, tutorial pemanfaatan baju bekas atau baru menjadi bernilai jual serta tutorial pemanfaatan kulit dan daging pisang menjadi resep baru kuliner Kelompok Wanita Rumah Tangga (KWRT) di Pasar Kreatif Tejo Agung (PAK TEJO), banyak hal yang telah tercapai, antara lain:

Tabel 1. Program Pelatihan (*Workshop*)

No	Deskripsi	Keterangan	Jumlah Peserta
1.	Pelatihan Media Sosial	Pembuatan akun FB dan IG	32 orang
2.	Pelatihan Kuliner	Pemanfaatan Kulit Pisang menjadi Brownis	30 orang
3	Pelatihan ide Industri Kreatif	Kreasi Kerajinan Tie Dye dan Produk	30 orang

Pelatihan Pembuatan Akun *Instagram* dan *Facebook*

Sebagian besar KWRT di PAK TEJO sudah memiliki akun IG (*Instagram*) dan FB (*Facebook*), tetapi masih banyak yang belum faham secara detail manfaat akun-akun tersebut, setelah mendapatkan pelatihan dari Tim pengabdian kepada masyarakat, secara langsung dan dilakukan pendampingan per personal maka peserta KWRT semakin mengerti fungsi dan manfaat dari akun-akun tersebut.



Gambar 4.1 : Foto Pelatihan Penyampaian Materi tentang Pentingnya Media Sosial Praktik membuat Akun Media Sosial kepada KWRT

Pelatihan kepada KWRT Kerajinan *Tie Dye* dan Produk.

Program pengabdian kepada masyarakat melalui pendamping Mahasiswa ini dilaksanakan Kelurahan Tejo Agung, khususnya kepada KWRT di PAK TEJO, RT 06, RW 02. Memberikan pelatihan kepada KWRT di PAK TEJO, peserta diberikan wawasan untuk

berinovasi menciptakan peluang bisnis, dalam pelatihan ini pemateri memberikan tutorial praktek langsung membuat produk kaos atau kemeja yang mempunyai nilai jual yang baik dengan cara memberikan sedikit pewarna dan corak pada kaos atau kemeja, proses pembuatannya yang sangatlah mudah dan tidak membutuhkan waktu yang lama sehingga menghasilkan produk yang menarik dan menjadi produk khas PAK TEJO serta dapat bersaing dipasar Regional bahkan Nasional.



Gambar 4.2: Pelatihan kepada KWRT Kerajinan *Tie Dye* dan Produk.

Pelatihan Pemanfaat Kulit Pisang menjadi Resep Kuliner terkini

Program ini dilaksanakan untuk memberikan pelatihan KWRT di PAK TEJO, sasaran utama adalah KWRT pelapak “PAK TEJO” supaya menambah wawasan dan dapat

menciptakan ide-ide kreatif untuk menciptakan peluang bisnis yang menarik dan menjadi produk khas di PAK TEJO. Selain itu program pelatihan kepada KWRT ini mempunyai tujuan untuk memberikan atau sharing pengetahuan dan pengalaman agar peserta menambah wawasan yang luas, dapat menambah inovasi serta ketrampilan yang dibutuhkan.



Gambar 4.3 : Pelatihan dan Praktek Pemanfaatan Kulit Pisang

SIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Pasar Kreatif Tejo Agung (PAK TEJO) khususnya kepada Kelompok Wanita Rumah Tangga (KWRT), memberikan manfaat yang kepada peserta (KWRT), karena secara makro dan detail dapat memberikan pemahaman kepada peserta pelatihan program pengabdian kepada masyarakat diantaranya, pelatihan media sosial terutama IG (*Instagram*) dan FB (*Facebook*), Pelatihan kuliner pengolahan buah pisang, kulit pisang diolah menjadi brownis dan daging pisang diolah menjadi bola-bola pisang serta pelatihan industri kreatif memberikan pelatihan membuat corak warna pada kaos atau kemeja baru atau bekas menjadi protensi usaha baru,

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim program pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada tanggal 5 Februari dan tanggal 9 Februari 2021 di Pasar Keratif Tejoagung (PAK TEJO), RT 06/RW.02 Kelurahan Tejo Agung, kami atas nama tim pengabdian kepada masyarakat, patut mengucapkan syukur alhamdulillah dan terima kasih kepada:

1. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
2. Bapak Ketua Program Studi Manajemen
3. Bapak/tim penggerak Pasar Keratif Tejoagung (PAK TEJO) dan kepada Kelompok Wanita Rumah Tangga (KWRT).

Atas bantuan dan kerjasama yang baik selama dua hari melaksanakan pengabdian, sehingga program pengabdian kepada masyarakat dapat terlaksana dengan baik dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Nur. (2015). "Kewirausahaan: Suatu Alternatif Lain Menuju Kesuksesan." Surakarta: BPK FEB UMS.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. (2009). Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2010-2014. Jakarta: Departemen Perdagangan.
- Indoworo, Hawik Ervina. (2015). "Menumbuhkan Jiwa Wirausaha Melalui Peran Sosial Media". Semarang. Universitas PGRI Semarang
- Iwan Shalahuddin, dkk.(2018). "Prinsip-Prinsip Dasar Kewirausahaan". Yogyakarta: Deepublish.
- Lestari, Ayu. (2015). "Analisis Multiplier Effect Ekonomi Perkebunan Kelapa Sawit di Kabupaten Mesuji". Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, Lampung
- Mohammad Maskan. (2018). Kewirausahaan. Malang: Polinema Press: 2018, h.2
- Simatupang, M.T. (2008). Industri Kreatif untuk Kesejahteraan Bangsa. ITB Bandung: Inkubator Industri dan Bisnis.