



Iconic Kerajinan Bahan Alam Kabupaten Semarang Hadapi Pandemi

PENULIS:
Hironimus Leong
Berta Bakti Retnawati
Bernadeta Irmawati

Iconic Kerajinan Bahan Alam Kabupaten Semarang Hadapi Pandemi

TIM PENULIS:

Hironimus Leong, S.Kom., M.Kom
Dr. Berta Berti Retnawati, MSi
Dra. Bernadeta Irmawati, MS

**ENUMERATOR WILAYAH
KABUPATEN SEMARANG:**

Cornelius Pandu Tri Waluyo

Iconic Kerajinan Bahan Alam Kabupaten Semarang Hadapi Pandemi

Tim Penulis:

Hironimus Leong, S.Kom., M.Kom
Dr. Berta Beki Retnawati, MSi
Dra. Bernadeta Irmawati, MS

Enumerator Wilayah Kabupaten Semarang:

Cornelius Pandu Tri Waluyo

Hak Cipta dilindungi undang-undang. Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun, baik secara elektronik maupun mekanis, termasuk memfotocopy, merekam atau dengan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari Penulis dan Penerbit.

©Universitas Katolik Soegijapranata 2021

010PKI1 È GÈ Î H È Î È ÅÖÖD

Desain Sampul : Hironimus Leong
Perwajahan Isi : Hironimus Leong
Ukuran buku : A5

PENERBIT:

Universitas Katolik Soegijapranata
Anggota APPTI No. 003.072.1.1.2019
Anggota IKAPI No 209/ALB/JTE/2021
Jl. Pawiyatan Luhur IV/1 Bendan Duwur Semarang 50234
Telpon (024)8441555 ext. 1409
Website : www.unika.ac.id
Email Penerbit : ebook@unika.ac.id

KATA PENGANTAR

Pandemi Covid-19 yang sudah berlangsung sepanjang tahun 2020, telah mempengaruhi berbagai sektor keuangan dan bisnis. Rekomendasi protokol kesehatan seperti menjaga jarak (social distancing), menghindari kerumunan, bahkan anjuran supaya tetap di rumah mengubah semua pola dan tatanan hidup masyarakat, tidak terkecuali dalam bidang ekonomi.

Sektor UMKM terkena dampak yang parah karena di masa pandemi, hampir semua UMKM memilih untuk menghentikan produksi atau setidaknya mengalihkan usaha ke bidang lain. Hal utama yang mempengaruhi dampak bagi UMKM sedemikian parah adalah hilangnya pasar. UMKM berhadapan dengan hilangnya pasar yang menyuplai bahan baku sekaligus hilangnya pasar untuk penjualan produk.

Buku ini berisi hasil penelitian tentang ikonik bahan baku alam di Kabupaten Semarang. Penelitian dilakukan di tahun 2020 selama masa pandemi berlangsung. Bahasan utama terkait dengan situasi nyata bagaimana UMKM menghadapi situasi ini. Ada beberapa UMKM memilih untuk bertransformasi menggunakan media sosial untuk memasarkan produk agar jangkauan pasar lebih luas, namun tidak sedikit juga UMKM yang tidak mampu beradaptasi dengan perubahan ini.

UMKM yang memanfaatkan bahan baku alam untuk diolah menjadi produksi, selalu mengandalkan keahlian, bakat dan juga kreativitas. Namun tantangan terbesar adalah bagaimana UMKM mengupayakan adaptasi terhadap pola perubahan perilaku masyarakat, salah satunya adalah transformasi digital. Dengan perilaku adaptif baru ini, diharapkan UMKM bahan baku alam dapat bertahan, bangkit kembali dan bersama-sama memajukan ekonomi Indonesia.

Pada kesempatan ini tim peneliti mengucapkan banyak terima kasih untuk hibah pendanaan riset ini dengan skim Kompetitif PDUPT (Penelitian Dasar Unggulan Perguruan Tinggi) dari Kemenristek/BRIN Tahun Anggaran 2020.

Terima kasih juga untuk Civitas Unika Soegijapranata yang telah memberi wadah bagi tim peneliti untuk melakukan penelitian yang harapannya bisa semakin meningkatkan peran universitas di tengah masyarakat dengan penelitian-penelitian kompetitif dan berbasis pada bidang-bidang unggulan Universitas yang menjadi pijakan penelitian ini.

Salam dan hormat untuk para pelaku UMKM
di Kabupaten Semarang
Tim Peneliti,

Hironimus Leong, S.Kom, M.Kom
Dr. Berta Berti Retnawati, MSi
Dra. Bernadeta Irmawati, MS

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	II
DAFTAR ISI.....	IV
DAFTAR TABEL.....	VI
DAFTAR GAMBAR.....	VII
BAB 1 INDUSTRI KREATIF PENGGERAK EKONOMI BANGSA.....	1
1.1. Pengertian Industri Kreatif.....	1
1.1.1 Mengintegrasikan Aset Dan Potensi	3
1.1.2 Mendorong Inovasi Dan Kreatifitas.....	4
1.1.3 Membentuk Bekraf (Badan Ekonomi Kreatif).....	4
1.1.4 Meregulasi Dan Mendukung Kreativitas Masyarakat.....	4
1.2. Kabupaten Semarang dan Potensi Kerajinan Bahan Alam..	5
1.3. Peta Administrasi Kabupaten Semarang.....	8
BAB 2 SOCIAL MEDIA MARKETING.....	10
2.1. Social Media dan Manfaatnya.....	10
2.2. Memulai Social Media Marketing.....	18
2.3. Tips Menggunakan Social Media Untuk Marketing.....	22
BAB 3 SUMBER DATA DAN ANALISIS DESKRIPTIF.....	24
3.1. Metode Pengambilan Data.....	24
3.2. Analisis Data.....	24
BAB 4 UMKM KERAJINAN BAHAN ALAM KABUPATEN SEMARANG.....	25
4.1. Gambaran Sampel.....	25
4.2. Deskriptif Responden.....	26
4.2.1 Cidikul.....	26
4.2.2 Cikidul.....	30
4.2.3 Ariani.....	33
4.2.4 Opotow Craft.....	35
4.2.5 Hartini.....	38
4.2.6 Istirochah.....	40
4.2.7 Wahyu Craft.....	43
4.2.8 Renita.....	46
4.2.9 Sekar Melati.....	49
4.2.10 Alia.....	51
4.2.11 Gudang Craft.....	54
4.2.12 Cikidul.....	56
4.2.13 Iboni Craft.....	59
4.2.14 Cikidul.....	61
4.2.15 Sekar Melati.....	63
4.2.16 Intisari.....	65
4.2.17 Iboni.....	67
4.2.18 Iboni.....	69

4.2.19 Boni.....	71
4.2.20 Maha Karya Craft.....	73
4.2.21 Tuntang Craft.....	75
4.2.22 Bengok Craft.....	78
4.2.23 Asta Craft.....	81
4.2.24 Aneka Craft.....	83
4.2.25 UD Arima.....	86
4.2.26 UKM Abi Citra.....	88
4.2.27 Mba Fatus.....	90
4.2.28 Abi Citra Kusuma.....	93
4.2.29 STM Craft.....	96
4.2.30 Cikidul Enceng Gondok.....	99
4.3. Gallery Produk.....	101
4.4. Catatan Akhir Kontributor.....	105
BAB 5 MENJAGA LAJU UMKM INDUSTRI KREATIF BAHAN ALAM.....	107
REFERENSI	

DAFTAR TABEL

Tabel 1: Sebaran Jumlah UMKM di kabupaten Semarang Sumber : Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian dan Perdagangan Kab. Semarang.	6
Tabel 2: Profil Responden.....	25
Tabel 3: Jumlah Karyawan dan Jenis Usaha.....	26

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: PDB dan Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif Indonesia https://databoks.katadata.co.id/ diakses pada Desember 2020.....	3
Gambar 2: Pendapatan regional Kabupaten Semarang tiga terbesar Sumber: https://semarangkab.bps.go.id/ , diakses Februari 2021.....	6
Gambar 3: Peta Administratif Kabupaten Semarang Sumber: mapgeo.id .	8
Gambar 4: Gambar 1 Platform Media Sosial Populer Sumber: https://datareportal.com/social-media-user , akses tanggal 5 Mei 2021....	11
Gambar 5: Platform Sosial Media.....	14
Gambar 6: Media Sosial Facebook Bengok Craft di Kabupaten Semarang	15
Gambar 7: Media Sosial Twitter Bengok Craft di Kabupaten Semarang..	17
Gambar 8: Website Informasi Kerajinan di Kabupaten Semarang.....	18
Gambar 9: Media Sosial Instagram UMKM Cikidul di Kabupaten Semarang.....	19
Gambar 10: Media Sosial Youtube, Channel Bengok Craft di Kabupaten Semarang.....	20

BAB 1

INDUSTRI KREATIF PENGGERAK EKONOMI BANGSA

1.1. Pengertian Industri Kreatif

Industri kreatif berkembang sejalan dengan kreatifitas dan karya inovasi di masyarakat. Semakin tumbuhnya industri kreatif di Indonesia, semakin menunjukkan bahwa ekonomi Indonesia pun mampu berinovasi dan bersaing dengan negara lainnya. Perkembangan karya inovasi yang memunculkan daya kreasi sangat berpengaruh pada perekonomian bangsa. Suatu produk yang berasal dari karya industri kreatif akan menjadi pembeda dari banyaknya produk yang sejenis yang terdapat di dunia bisnis. Pasalnya, produk yang dihasilkannya merupakan hasil dari kreatifitas yang melahirkan keunikan, serta inovasi produk, dimana bisa menjadi pelopor dalam persaingan di pasar. Mengacu pada definisi dari kemenparekraf, pengertian dari industri kreatif adalah “adalah proses penciptaan, kreativitas, dan ide dari seseorang atau sekelompok orang yang dapat menghasilkan sebuah karya, tanpa mengeksploitasi sumber daya alam, serta dapat dijadikan produk ekonomi yang menghasilkan”

Adapun jenis-jenis industri kreatif mencakup 14 jenis industri yang bisa dikategorikan sebagai kreatifitas yang dihasilkan untuk menumbuhkan perekonomian masyarakat Indonesia. Oleh sebab itu, Indonesia menjadi salah satu pilihan negara yang berpotensi untuk menumbuhkan industri tersebut, jenis-jenisnya antara lain :

- Arsitektur
- Periklanan
- Film /Fotografi /video
- Musik
- Penerbitan
- Pasar seni dan budaya
- Kerajinan
- Fashion
- Desain
- Permainan Interaktif
- Web Desain
- Seni Pertunjukan
- Penerbitan dan Percetakan
- Riset dan Pengembangan

Keempat belas jenis industri tersebut, termasuk kategori kreatif. Hal tersebut dikarenakan, tumbuhnya Industri ini karena kreatifitas dan ide yang dihasilkannya. Manfaat adanya industri kreatif adalah di antaranya adalah: tidak mungkin sepenuhnya bergantung kepada alam.

Mengingat keterbatasannya, oleh sebab itu Indonesia sedang mencontoh dari negara-negara maju yang menjadikan industri di bidang kreatif sebagai tulang punggung perekonomian negara tersebut. Manfaat berikutnya adalah dapat menumbuhkan kreativitas dan inovasi produk dari masing-masing pelaku bisnis. Khususnya negara Indonesia yang memiliki banyak tenaga kerja usia produktif. Dengan demikian, memungkinkan untuk menciptakan ide-ide baru di kalangan mereka.

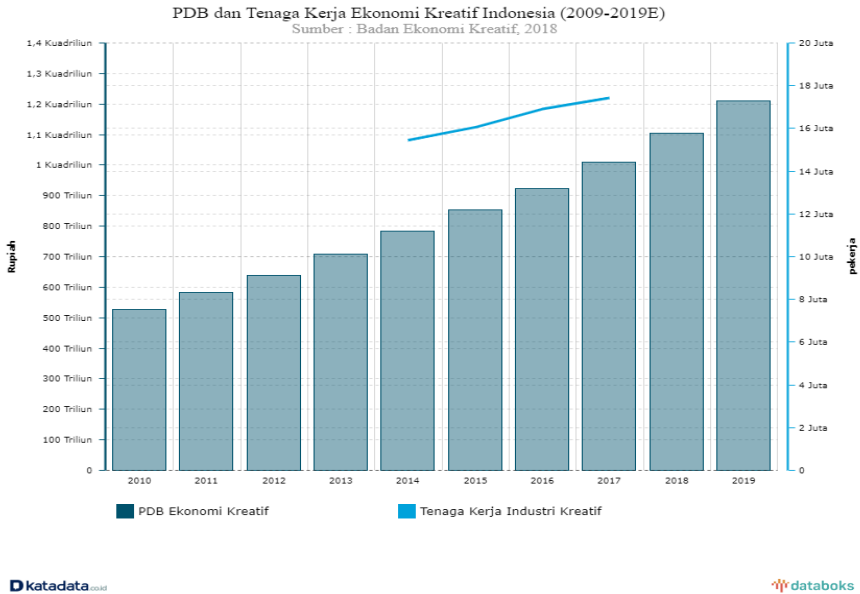
Industri di bidang kreatif bisa sebagai penopang perekonomian Indonesia. Itulah sebabnya, industri ini mulai dilirik oleh negara, sebagai penopang perekonomian di Indonesia. Industri ini diharapkan menjadi alternatif lain perkembangan industri saat ini.

Industri kreatif yang menghasilkan sebuah karya, namun memiliki nilai ekonomi yang tinggi, dengan mengasah kreatifitas dari para pelaku bisnisnya yaitu menitikberatkan pada sektor perfilman, fashion, percetakan buku, majalah, fotografi, dan yang saat ini sedang trending, yaitu menjadi seorang youtuber dan selebgram. Pembuatan batik pun berupa contoh dari Industri kreatif. Kreatifitas seorang pembatik ditentukan oleh karya yang dihasilkannya. Dengan demikian, pengrajin batik ini selain turut serta membantu mengembangkan produk batik khas Indonesia.

Di samping itu, kreativitas membatik merupakan salah satu industri yang menghasilkan kreatifitas. Dengan demikian, industri pembuatan batik menjadi salah satu industri yang cukup mendapatkan perhatian yang besar dari pemerintah.

Kontribusi Industri kreatif bagi perekonomian Indonesia menurut data BPS (2020), subsektor di bawah kategori ekonomi kreatif ternyata memiliki kontribusi devisa yang tinggi bagi produk domestik bruto (PDB). Dari 17 subsektor di ekonomi kreatif, tiga di antaranya menjadi penyumbang terbesar struktur PDB dan ekspor. Kontribusi masing-masing subsektor itu adalah 41 persen untuk kuliner, fesyen berkontribusi sebesar 17 persen dan kriya sebesar 14,9 persen.

Dilihat dari kontribusi PDB dan serapan jumlah tenaga kerja industri kreatif sangat potensial bagi kemaslahatan banyak masyarakat. Berikut data dari Badan Ekonomi Kreatif tahun 2018:



Gambar 1: PDB dan Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif Indonesia
<https://databoks.katadata.co.id/> diakses pada Desember 2020

Industri kreatif cukup dapat memperbaiki perekonomian masyarakat Indonesia. Dengan demikian, industri ini menjadi perhatian pemerintah agar senantiasa terus tumbuh dan berkembang. Jumlah usia produktif di Indonesia bisa menjadi pemantik meningkatkan industri kreatif di negara ini. Dibutuhkan kebijakan pemerintah guna meningkatkan industri kreatif yakni:

1.1.1 Mengintegrasikan Aset Dan Potensi

Kebijakan Pemerintah yang pertama kali ini mengenai industri 4.0 ini dengan cara mengintegrasikan aset dan potensi pengembangan kreativitas. Memaksimalkan pengelolaan aset dapat dijadikan sumber modal industri ini. Dengan demikian, potensi kreativitas dapat dikembangkan dengan baik. Mengintegrasikan aset dan potensi kreativitas yang dihasilkan oleh para pelaku bisnis, dapat menjadi satu kesatuan yang utuh dalam meningkatkan industri yang berbasis ide tersebut. Dengan demikian, masyarakat akan senantiasa turut berlomba untuk menghasilkan kreatifitas terbaiknya.

1.1.2 Mendorong Inovasi Dan Kreatifitas

Inovasi dan kreatifitas dalam bentuk yang lebih baik, didukung sepenuhnya oleh pemerintah dengan penyediaan permodalan, dan penyediaan fasilitas layanan untuk mendukung industri 4.0 ini. Dengan demikian, semakin memicu pertumbuhan ekonomi, untuk menghasilkan ide kreatif yang dapat bernilai. Kreatifitas dan ide yang tumbuh di masyarakat harus dikelola dengan baik. Dengan demikian, persaingan bisnis tidak menjadi sesuatu yang dapat menimbulkan perselisihan. Terutama untuk kreatifitas, dimana sebuah ide sangat mudah untuk dicuri atau diakui oleh orang lain.

1.1.3 Membentuk Bekraf (Badan Ekonomi Kreatif)

Badan Ekonomi Kreatif merupakan institusi yang dibentuk oleh presiden guna memfasilitasi dan menjadi wadah pengelolaan kreatifitas yang dapat dikelola menjadi ide. Keberadaannya mendorong kreativitas masyarakat guna terus menghasilkan ide yang dapat menjadi karya.

Adanya institusi ini dapat mewujudkan pertumbuhan ekonomi di negara Indonesia menjadi lebih baik dengan menciptakan ide-ide yang lebih segar. Dengan demikian, badan ini menjadi satu wadah untuk menyalurkan pertumbuhan ekonomi negara tersebut berdasarkan ide yang dimilikinya.

1.1.4 Meregulasi Dan Mendukung Kreativitas Masyarakat

Kreatifitas masyarakat harus senantiasa diregulasi dan didukung oleh pemerintah, agar pertumbuhan ekonomi dari industri ini tidak terjadi perselisihan antara pelaku bisnis yang satu dengan pelaku bisnis lainnya. Perlindungan terhadap hak cipta pun merupakan salah satu dukungan dari kebijakan pemerintah.

Kreativitas merupakan komoditi ekonomi yang dapat diperjual belikan. Dengan demikian, perlunya suatu regulasi dan dukungan. Mengingat komoditi ekonomi ini memiliki bentuk yang tidak berwujud. Oleh sebab itu, dibentuknya undang-undang perlindungan hak cipta dan hak intelektual guna meregulasi hal tersebut.

1.2. Kabupaten Semarang dan Potensi Kerajinan Bahan Alam

Sebagai bagian dari Provinsi Jawa Tengah, Kabupaten Semarang memiliki potensi cukup tinggi dalam industri kreatif. Hal ini didukung dengan ketersediaan bahan alam sebagai kearifan lokal serta sumber daya manusia tersedia yang diyakini mampu menjadikan kerajinan bahan alam bisa memberi kontribusi bagi perekonomian kabupaten Semarang.

Profil kabupaten Semarang diawali dengan melihat kondisi perekonomian yang dicerminkan oleh Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Semarang pada tahun 2019 atas dasar harga berlaku sebesar Rp. 49.766.570 juta dan atas dasar harga konstan sebesar Rp. 35.747.011 juta. Perkembangan nilai PDRB atas dasar harga berlaku meningkat sebesar Rp. 3.534.864 juta atau 7,65% dibandingkan tahun 2018. Sedangkan perkembangan nilai PDRB atas dasar harga konstan meningkat sebesar Rp. 1.891.332 juta atau 5,59% dibanding tahun 2018.

Struktur ekonomi Kabupaten Semarang atas dasar harga berlaku didominasi oleh sektor industri pengolahan dengan kontribusi sebesar 39,54%. Kontributor terbesar kedua adalah sektor konstruksi dengan kontribusi sebesar 13,72%. Kontributor terbesar ke tiga terhadap struktur ekonomi Kabupaten Semarang adalah sektor pertanian, kehutanan, perikanan dan Perdagangan Besar & Eceran; Reparasi Mobil & sepeda Motor dengan kontribusi sebesar 10,91%. Komposisi ini tidak menunjukkan banyak perubahan dalam 6 tahun terakhir.



Gambar 2: Pendapatan regional Kabupaten Semarang tiga terbesar

Sumber: <https://semarangkab.bps.go.id/>, diakses Februari 2021

UMKM di kabupaten Semarang memberikan informasi potensi pengembangan dari jumlah sebaran di tiap kecamatan, data tahun 2018 dari BPS adalah sebagai berikut:

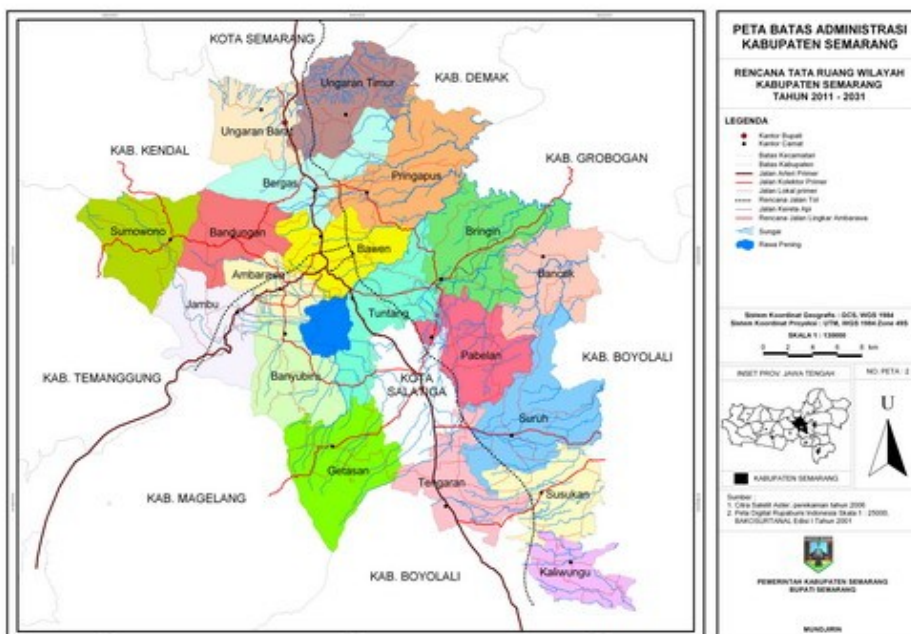
Tabel 1: Sebaran Jumlah UMKM di kabupaten Semarang
Sumber : Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Perindustrian dan Perdagangan Kab. Semarang

Kecamatan	Klasifikasi Industri		
	Rumah tangga	Kecil Menengah	Besar
010 Getasan	313	25	2
020 Tengaran	831	85	16
030 Susukan	1086	54	0
031 Kaliwungu	756	13	3
040 Suruh	635	48	1
050 Pabelan	317	42	0
060 Tuntang	437	150	2
070 Banyubiru	723	65	3
080 Jambu	751	109	3
090 Sumowono	556	31	0
100 Ambarawa	254	185	2
101 Bandungan	235	28	0
110 Bawen	225	85	28

Kecamatan	Klasifikasi Industri		
	Rumahtangga	Kecil Menengah	Besar
120 Bringin	452	47	0
121 Bancak	290	4	0
130 Pringapus	692	169	23
140 Bergas	445	160	78
151 Ungaran Barat	235	311	50
152 Ungaran Timur	325	127	
Jumlah 2018	9558	1738	211
2017	9558	1710	208

Kabupaten Semarang sendiri secara alami memiliki warisan budaya yang berpotensi bagus untuk dikembangkan. Produk yang memiliki ciri khas lokal daerah yang dikenal oleh masyarakat umum berdasarkan pada produk UMKM kreatif menjadi potensi yang cukup besar dari kabupaten Semarang ini. Kearifan budaya lokal yang tidak kalah dengan daerah lain (seperti Jepara dengan ukiran, Solo atau Pekalongan dengan industri batik). Daerah-daerah tersebut telah mengakomodir dan menunjang sisi unik produk lokalnya, sehingga masyarakat umum mengenal produk yang berfrase dengan asal daerah mereka, seperti Batik Solo, Batik Pekalongan dan Ukiran Jepara. Beberapa sumber industri kreatif di Kabupaten Semarang mencakup di antaranya adalah: enceng gondok, batik, bordir/sulam, mebel, ataupun anyaman bambu.

1.3. Peta Administrasi Kabupaten Semarang



Gambar 3: Peta Administratif Kabupaten Semarang
Sumber: mapgeo.id

Secara administratif letak geografis Kabupaten Semarang berbatasan langsung dengan 8 Kabupaten/Kota, selain itu di tengah-tengah wilayah Kabupaten Semarang terdapat Kota Salatiga dan Danau Rawa Pening.

Batas Wilayah :

- Sebelah Utara : Kota Semarang
- Sebelah Timur : Kabupaten Grobogan, Kabupaten Demak dan Kabupaten Boyolali
- Sebelah Selatan : Kabupaten Boyolali
- Sebelah Barat: Kabupaten Kendal, Kabupaten Temanggung dan Kabupaten Magelang

Luas wilayah Kabupaten Semarang seluruhnya kurang lebih 950,21 km², yang terbagi dalam 19 kecamatan dan 235 desa/kelurahan. Wilayah terluas adalah Kecamatan Pringapus 78,35 km² (8,25 %) dan terkecil adalah Kecamatan Ambarawa 28,22 km² (2,97 %).

Pada tahun 2019 berdasarkan data proyeksi penduduk sebanyak 1.053.786 orang, jumlah ini meningkat 13.157 orang atau 1,26% dibanding tahun 2018. dengan luas wilayah 950,21 km² dan sebaran penduduk 1.061 jiwa/km² (<https://semarangkab.bps.go.id>)

Wilayahnya sebagian besar merupakan daratan tinggi dengan ketinggian rata-rata 544,21 meter diatas permukaan air laut. Kecamatan dengan ketinggian tertinggi yaitu Kecamatan Getasan, Sumowono dan Bandungan, sedangkan Kecamatan Bancak mempunyai rata rata ketinggian terendah.

BAB 2

SOCIAL MEDIA MARKETING

2.1. Social Media dan Manfaatnya

Media sosial mengacu pada berbagai platform yang tersedia di Internet, yang memberi kita kesempatan untuk membuat profil dan berbagi informasi serta mempromosikan konten. Platform media sosial ini semuanya dirancang untuk membantu pengguna dan organisasi (termasuk di dalamnya UMKM) dalam membangun kehadiran sosial dan menginformasikan kepada orang lain tentang produk dan layanan yang kita miliki.

Popularitas media sosial sebagai alat pemasaran, sedang menjadi tren dalam satu dekade terakhir. Banyak pengguna media sosial menyadari potensi sebenarnya untuk digunakan dalam berbagai bidang usaha dan bisnis untuk mencapai keuntungan yang lebih besar. Pengguna perlu memahami bahwa dengan media sosial, maka jangkauan pemasaran menjadi lebih luas sehingga akan berdampak pada meningkatnya basis pelanggan bila dibandingkan cara-cara pemasaran secara konvensional biasa.

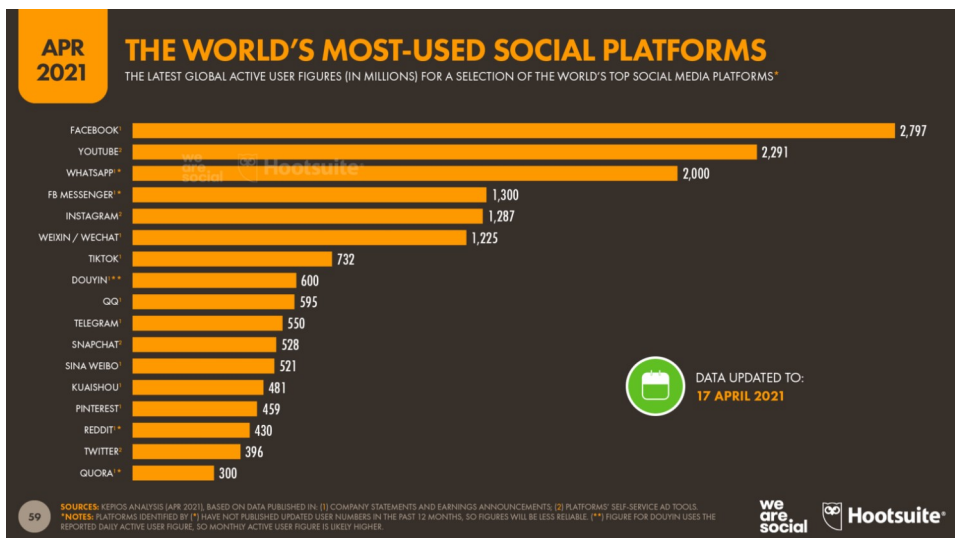
Media sosial kini menjadi bagian dari strategi pemasaran setiap orang yang menekuni dunia usaha. Langsung dari usaha kecil sampai ke usaha-usaha besar yang semakin bernilai, semua menggunakan kekuatan media sosial untuk mendapatkan manfaat dan perhatian dari pengguna lain. Usaha untuk meningkatkan penjualan produk melalui pemasaran sosial media tentunya harus didukung lebuh lanjut oleh tersedianya transaksi via internet.

Banyak pengguna media sosial khususnya di bisnis kecil dan menengah seperti UMKM lebih banyak menghindar dari pemasaran media sosial. Alasan klasik umumnya adalah bahwa pemasaran media sosial adalah area yang sangat luas dan sangat sulit dijangkau. Pertanyaan dari para pengguna awal dari media sosial adalah dari mana harus memulai, area mana saja yang jadi target, audiens seperti apa yang harus dicari. Belum lagi, pertimbangan harus mencari cara kerja platform media sosial mana yang paling tepat dan paling cocok.

Seperti halnya dengan strategi pemasaran online apa pun yang ada, pemasaran melalui media sosial semuanya harus dimulai dengan kemampuan memanfaatkan teknologi informasi. Umumnya selain platform media sosial, situs web maupun blog bisa melengkapi publikasi media untuk pemasaran. Melalui media social, maka informasi konten dan web atau blog dapat dibagikan dan disebarluaskan.

Selain media sosial, kita juga dapat memanfaatkan kemampuan pencarian di internet (*search engine*) seperti Google atau Bing. Search engine ini sangat membantu pengguna lain untuk menemukan usaha dan bisnis kita. Prosesnya juga cukup mudah, kita hanya perlu mendaftar di situs-situs tersebut terkait dengan informasi apa saja terkait bisnis yang kita ingin publikasikan. Dengan demikian dapat membantu kita memperkuat kehadiran secara online di media sosial.

Ada banyak media sosial yang sangat populer digunakan di seluruh dunia. Facebook, Instagram dan Twitter paling banyak. Sampai dengan bulan April 2021, terdapat 17 media sosial yang sangat populer digunakan di seluruh dunia. Peringkat pertama dimiliki oleh Facebook dengan pengguna 2,7 milyar pengguna aktif. Khusus di Indonesia; Youtube, Whatsapp, Facebook Messenger, Instagram, Telegram maupun Twitter juga masuk dalam nominasi media social yang paling banyak digunakan.



Gambar 4: Gambar 1 Platform Media Sosial Populer
 Sumber: <https://datareportal.com/social-media-user>, akses tanggal 5 Mei 2021

1. Facebook memiliki 2,797 miliar pengguna aktif bulanan.
2. Potensi jangkauan khusus untuk iklan di media sosial YouTube adalah 2,291 miliar.
3. WhatsApp memiliki sekitar 2 miliar pengguna aktif bulanan.
4. Facebook Messenger memiliki sekitar 1,3 miliar pengguna aktif bulanan.
5. Jangkauan iklan potensial Instagram adalah 1,287 miliar.
6. WeChat memiliki 1,225 miliar pengguna aktif bulanan.
7. TikTok memiliki 732 juta pengguna aktif bulanan.
8. Douyin memiliki 600 juta pengguna aktif harian.
9. QQ memiliki 595 juta pengguna aktif bulanan.
10. Telegram memiliki 550 juta pengguna aktif bulanan.
11. Potensi jangkauan iklan di media Snapchat adalah 528 juta.
12. Sina Weibo memiliki 521 juta pengguna aktif bulanan.
13. Kuaishou memiliki 481 juta pengguna aktif bulanan.
14. Pinterest memiliki 459 juta pengguna aktif bulanan.
15. Reddit memiliki sekitar 430 juta pengguna aktif bulanan.
16. Jangkauan iklan potensial Twitter sekitar 396 juta.
17. Quora memiliki sekitar 300 juta pengguna aktif bulanan

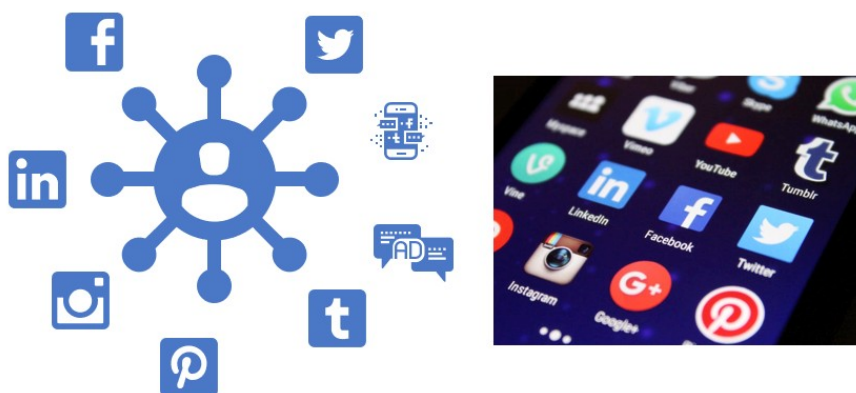
Platform media sosial yang populer tersebut memberikan kesempatan bagi kita untuk beriklan tentang berbagai jenis bisnis dan usaha yang sifatnya berbayar atau bahkan menawarkan kita beriklan secara gratis. Hal ini tentunya memberi pilihan buat kita dalam membuat halaman publikasi yang didedikasikan semata-mata untuk kegiatan bisnis dan dapat melibatkan pelanggan potensial untuk bisnis yang kita bangun melalui platform-platform tersebut. Iklan di media social khususnya Facebook dapat berfungsi sesuai dengan model PPC (*pay per click*) yang memungkinkan kita dapat menargetkan iklan tertentu dengan audiens tertentu. Kita juga dapat membagikan konten dan berkomunikasi dengan audiens secara pribadi.

Twitter adalah media sosial tentang *Micro-blogging*. Platform ini sangat populer untuk kegiatan bisnis, selebriti, dan juga pengusaha. Pengguna Twitter dapat memposting pembaruan dan ini dikenal sebagai *tweet*. *Tweet* tidak boleh lebih dari 140 karakter dan kondisi ini memberi Twitter nuansa sistem SMS di handphone. Kita dapat menggunakan fitur *tweet* yang sangat padat untuk kegiatan promosi yang memberi kita ke akses iklan yang berbayar sehingga kita juga dapat menjangkau audiens yang jauh lebih luas dengan memanfaatkan media sosial ini.

Youtube adalah salah satu media promosi terbesar dalam bentuk visual yang menampilkan video. Banyak pengguna media sosial Youtube yang memanfaatkan kemampuan visual ini untuk mempromosikan konten bisnis. Pengguna yang cukup banyak, juga disertai dengan berbagai fitur untuk berkomunikasi di setiap video yang kita pasang di media sosial ini, menjadikan Youtube sebagai salah satu pilihan yang sangat menarik untuk digunakan dalam bidang bisnis dan promosi.

Pinterest bukan hanya sekedar situs web di mana orang bisa menyematkan foto. Media sosial ini jauh lebih dari itu. Platform ini sangat unik itu tidak seperti situs media sosial lainnya, Pinterest ini memanfaatkan banyak media secara visual yang sangat erat hubungannya dengan industri fashion seperti desainer, perhiasan, fotografer, dan apa pun yang erat kaitannya dengan media visual. Pinterest juga menawarkan akun bisnis yang dilengkapi dengan fitur tambahan yang akan memungkinkan Anda menganalisis pin yang kita miliki. Kita dan juga membantu dalam mempromosikan pin tertentu. Profil bisnis juga dapat dengan mudah disinkronkan dengan akun kita di situs media sosial lain lain seperti Facebook atau bahkan Twitter.

Instagram adalah situs media sosial populer lainnya yang ditujukan untuk media sosial; media sosial ini bisa dalam bentuk foto atau bahkan video. Instagram menyediakan tempat bagi kita untuk mempromosikan bisnis fashion, makanan, desain, dan perjalanan dan lain sebagainya. Jika kita memiliki web sendiri, maka kita dapat mengaitkan Instagram ke web kita untuk membantu memperkuat promosi.



Gambar 5: Platform Sosial Media

Media sosial menyimpan banyak potensi yang dapat membantu kita dalam meningkatkan basis pelanggan. Kita dapat dengan mudah menjangkau pelanggan yang ada di seluruh dunia tanpa batas. Beberapa manfaat yang bisa kita peroleh dari media sosial marketing, antara lain:

- **Daya Jangkau**

Manfaat pertama dan yang terpenting adalah daya jangkau yang disediakan platform media sosial kepada penggunanya. Kita dapat menjangkau lebih banyak orang hanya dengan membuat kehadiran kita terasa di media sosial. Saat kita menambahkan satu orang di platform media sosial yang kita gunakan, kita secara otomatis menambahkan 10 orang lainnya. Ini yang membedakan kita beriklan dengan cara tradisional. Kita tidak mungkin menjangkau ratusan orang dengan cara tradisional. Dengan media sosial, kita dapat dengan mudah mencapai jutaan orang hanya dengan cara klik beberapa tombol dan mengunggah gambar produk dan layanan yang ingin kita publikasikan.

- **Pengakuan**

Pengakuan akan produk kita dapat bertumbuh dalam lompatan yang tidak terbatas. Usaha yang kita bangun dari rumah, bisa menjangkau seluruh dunia. Kita dapat dengan mudah menjangkau dan membuat merek dari produk yang kita jual, dapat dikenali oleh jutaan orang hanya dengan membuat akun di platform media sosial. Tentunya ini dapat menggantikan publikasi usaha kita di papan reklame di seluruh dunia, atau bisa jadi kita mengganti poster yang di tempel dimana-mana. Merek usaha kita pasti dapat diakui oleh jutaan orang di seluruh dunia hanya dengan membangun kehadiran kita di media sosial.



Gambar 6: Media Sosial Facebook Bengok Craft di Kabupaten Semarang

- **Biaya yang murah**

Biaya pemasaran dapat sangat berkurang ketika kita mengambil pemasaran secara *online*. Ketika kita memasarkan produk dengan cara tradisional, maka anggaran untuk publikasi menjadi sangat besar. Mulai dari membayar iklan hingga membayar berbagai kampanye promosi, ada banyak biaya yang akan terus terakumulasi. Namun, dengan media sosial, semua biaya itu dapat dikurangi seminimal mungkin. Kita dapat mempromosikan produk dan layanan dengan anggaran yang sangat kecil bahkan tanpa mengeluarkan anggaran sama sekali. Kita dapat menghemat anggaran hanya dengan mengadopsi media sosial untuk kebutuhan pemasaran produk kita.

- **Interaksi yang luas**

Melalui platform media sosial, kita dapat berinteraksi dengan banyak orang termasuk pelanggan dan mitra bisnis potensial. Kita dapat membawa semua orang yang ada dalam jejaring sosial yang sama untuk berinteraksi satu sama lain. Kita dengan mudah menjawab semua pertanyaan apa pun tentang usaha yang kita bangun, produk dan layanan jasa yang kita tawarkan secara interaktif. Kita dapat membangun koneksi yang baik dengan basis pelanggan kita yang ada di media sosial.

- **Konversi yang luas**

Melalui media sosial, kita dapat dengan mudah mengkonversikan seseorang menjadi pelanggan. Misalnya ada 700 orang yang kunjungi halaman media sosial kita setiap hari. Dari jumlah itu, ada 200 orang yang menjadi pelanggan tetap dan sisanya adalah orang baru. Jika setengah dari pelanggan baru, atau sekitar 250 orang dikonversikan menjadi pelanggan tetap, maka kita sekarang akan memiliki 450 pelanggan. Jumlah itu akan bertambah dari waktu ke waktu sehingga konversi pelanggan kita menjadi semakin lebih luas.

- **Loyalitas**

Kita dapat membangun loyalitas pelanggan dengan online melalui media sosial. Anda dapat berhubungan dengan pelanggan terbaik dan membuat mereka menjadi pelanggan berulang yang selalu mengunjungi dan membeli produk-produk dari usaha kita. Media sosial membantu membangun basis pelanggan yang kuat dan juga memperkuat relasi kita dengan pelanggan tersebut. Ini akan berdampak bagi kita untuk membangun bisnis yang konsisten.

- **Search Engine Optimization (SEO)**

Kita dapat menggunakan SEO saat menyiapkan akun online. SEO akan mengoptimasi mesin pencari di jagat internet, yang akan membantu kita mendapatkan perhatian lebih dari pengunjung. Kita dapat menggunakannya sebagai hasil pencarian pertama secara online. Hal itu menunjukkan bahwa halaman kita lebih sering dikunjungi oleh pelanggan, dan itu berarti akan lebih banyak pelanggan yang berkunjung untuk bisnis atau usaha yang kita bangun.

- **Pengalaman pelanggan yang lebih baik**

Pemasaran melalui media sosial adalah saluran komunikasi yang benar-benar tidak jauh berbeda dari saluran komunikasi tradisional. Setiap interaksi yang terbangun di media sosial dapat memberikan kesempatan bagi kita untuk mempromosikan merek dan usaha dagang. Kita dapat fokus pada pengalaman layanan pelanggan yang baik dan juga memfasilitasi kita untuk memperkaya hubungan pelanggan yang sudah kita miliki. Jika muncul situasi adanya keluhan tentang produk tertentu maka kita harus dapat mengambil tindakan segera untuk memperbaiki masalah serta mengajukan permohonan maaf kepada mereka di forum publik yang sama. Tidak semua pengalaman kita adalah negatif. Ada juga pelanggan yang mengungkapkan kepuasan dan kebahagiaan mereka dengan hasil produk yang kita jual, maka kita dapat mengungkapkan rasa terima kasih kepada mereka dan sekaligus dapat memberi mereka daftar produk tambahan yang kita rekomendasikan. Dengan demikian, kita dapat menggunakan media sosial untuk meningkatkan komunikasi pribadi dengan pelanggan sehingga memberi mereka pengalaman yang sangat personal.



Gambar 7: Media Sosial Twitter Bengok Craft di Kabupaten Semarang

- **Meningkatkan Wawasan akan Pelanggan**

Melalui media sosial, kita mendapatkan kesempatan memahami bagaimana perilaku pelanggan. Kita dapat memantau berbagai komentar yang di-posting pelanggan; ini akan memberi kita wawasan tentang kepribadian pelanggan dan apa yang mereka pikirkan tentang pelanggan tentang bisnis yang kita miliki.

Hal lain yang dapat kita lakukan adalah memilih konten mana saja yang mampu menghasilkan minat paling besar bagi pelanggan kita sehingga kita dapat mem-posting konten terkait lebih lanjut.

Kita dapat memahami saluran media yang benar-benar dapat kita manfaatkan untuk meningkatkan pendapatan jika kita tahu apa yang sebenarnya diinginkan pelanggan.



Gambar 8: Website Informasi Kerajinan di Kabupaten Semarang

2.2. Memulai Social Media Marketing

Bagi UMKM yang baru merintis Marketing melalui media sosial atau mulai tertarik untuk memanfaatkan peluang ini, ada beberapa catatan awal untuk memulai marketing melalui sosial media.

- **Riset Sederhana**

Hal pertama yang harus dilakukan adalah melakukan riset sederhana. Kita harus mencari informasi tentang topik pemasaran media sosial untuk mendapatkan masukan yang banyak tentang manfaat dan teknik-nya. Kita dapat memulai dengan membuat akun online kemudian mulai mencoba menelusuri hal-hal baik yang ada di dalamnya.

Kita juga bisa berkunjung ke berbagai situs maupun akun lain yang sudah terlebih dahulu sukses dalam menjalankan marketing-nya. Hal ini tentu akan membuka wawasan baru buat kita yang baru memulainya.



Gambar 9: Media Sosial Instagram UMKM Cikidul di Kabupaten Semarang

- **Mempelajari Fitur dari Platform Media Sosial**

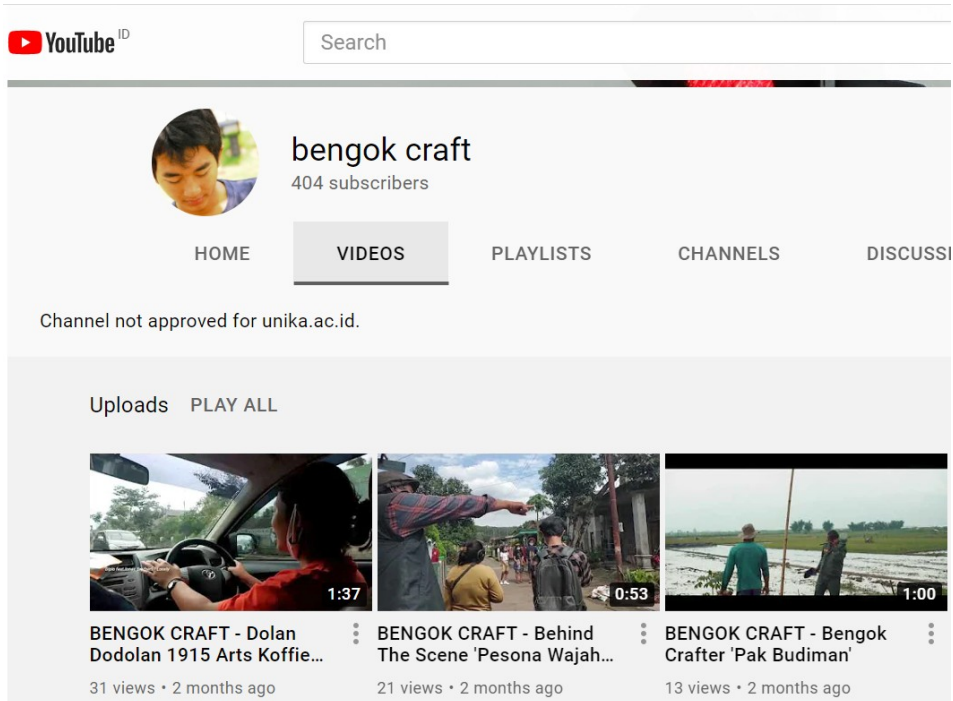
Langkah selanjutnya adalah memahami berbagai fitur dari masing-masing platform media sosial. Masing-masing platform memiliki fitur berbeda untuk ditawarkan. Kita perlu memahami untuk memilihnya. Proses ini sangat mudah karena semua platform media sosial menawarkan proses registrasi gratis. Setelah registrasi, kita bisa belajar apa saja fitur yang ditawarkan. Dengan sedikit eksplorasi, kita akan melihat secara rinci detail-detail yang dimiliki setiap platform media sosial.

- **Memilih platform**

Langkah berikut adalah memilih platform terbaik yang dapat kita gunakan untuk marketing. Saran terbaik adalah memilih dan memiliki semua media sosial. Alasan sederhananya adalah dengan semakin banyak media sosial yang kita miliki, maka kita dapat terhubung ke banyak audiens. Ada empat jenis utama platform media sosial yang paling banyak digunakan di hingga saat ini untuk keperluan marketing yaitu Facebook, Twitter, YouTube dan Instagram. Platform ini membantu kita dengan cara dan fiturnya masing-masing.

- **Persiapkan Media Sosial**

Setelah memilih platform yang tepat, tentunya langkah berikut yang harus kita lakukan adalah mempersiapkan media sosial kita sehingga dapat kita gunakan dengan maksimal. Siapkan terlebih dahulu profil dari usaha kita tentunya, lengkapi dengan gambar yang representatif, gambar produk, menuliskan deskripsi dari setiap produk yang kita ingin promosikan. Khusus bagian profil, sertakan dengan nomor kontak yang bisa dihubungi sehingga membantu audiens terhubung jika tertarik dengan produk kita. Pada langkah ini, perhatikan semua detail sehingga kita siap untuk media sosial marketing.



Gambar 10: Media Sosial Youtube, Channel Bengok Craft di Kabupaten Semarang

- **Target Audiens**

Setelah profil media sosial sudah jelas, maka langkah berikut adalah kita perlu memahami siapa saja target dari audiens kita. Kita perlu terhubung dengan audiens yang memang berhubungan dengan usaha yang kita jalankan. Jika kita bergerak di bidang usaha kuliner, maka target dari audiens kita adalah kelompok orang yang memiliki hobi di bidang tersebut. Atau misalnya usaha kita adalah UMKM di bidang kerajinan bahan alam yang sangat dekat dengan target kelompok kolektor atau juga terhubung dengan pariwisata, maka tentunya memudahkan kita untuk melayani mereka secara individual. Intinya, pilihlah target audiens yang sesuai dengan usaha yang sedang kita kembangkan.

- **Kembangkan Ide Untuk Promosi**

Platform media sosial membutuhkan kreativitas untuk marketing. Kita membutuhkan ide-ide besar untuk promosi untuk menjangkau banyak orang dan membuat mereka menyukai produk dan layanan yang kita berikan. Kita perlu memikirkan hal-hal unik yang yang tidak kita temukan dari pesaing kita. Tampilkan ide promosi yang tetap sederhana namun menarik. Tujuannya adalah mempengaruhi imajinasi pelanggan baik dari sisi visual maupun sampai pada deskripsi detail.

- **Riset Pasar**

Kita perlu melakukan riset tentang pasar. Dengan menjual produk dan layanan kepada pelanggan melalui media sosial, kita perlu mendapatkan umpan balik. Kita perlu mendapatkan informasi, apa yang dirasakan oleh audiens, apakah mereka menyukai kegiatan promosi yang kita lakukan melalui media sosial? Kita bisa mengajukan pertanyaan kepada audiens tentang produk dan layanan yang kita berikan. Dari umpan balik tersebut, maka kita dapat melakukan perubahan dalam strategi pemasaran untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

2.3. Tips Menggunakan Social Media Untuk Marketing

- **Menjangkau sebanyak mungkin pelanggan**

Jangkauilah sebanyak mungkin pelanggan, karena dengan memiliki banyak audiens maka lanskap pemasaran kita di media sosial akan semakin luas. Kita tidak hanya sekedar memiliki sebanyak mungkin pelanggan, tapi kita harus membangun interaksi. Ini memang tidak mudah, tapi perlu ada interaksi sederhana dengan pelanggan. Mungkin tidak hanya sekedar mengucapkan selamat ulang tahun kepada pelanggan, tapi juga bisa lebih dari itu. Kita bisa memberikan apresiasi jika pelanggan kita mendapatkan prestasi tertentu misalnya.

Dengan menjangkau sebanyak mungkin pelanggan dan membangun interaksi dengan mereka, maka daya jangkauan media sosial marketing akan semakin luas.

- **Mengorganisasikan Acara**

Penting bagi kita untuk mengatur strategi promosi. Kadang bagi UMKM, selalu ada acara reguler baik yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun diselenggarakan oleh paguyuban. Acara-acara seperti ini bertujuan untuk meningkatkan jangkauan strategi media sosial. Kita dapat memberikan undangan kepada pelanggan untuk menghadiri acara-acara tersebut. Kadang tidak selalu acara dilaksanakan secara fisik, namun juga bisa dilaksanakan secara virtual. Kita bisa memanfaatkan ini untuk mengundang juga anggota dan teman lain dari pelanggan kita. Dari sisi pemasaran, kita bisa menginformasikan tentang produk baru yang kita miliki atau juga menyampaikan skema belanja dan diskon menarik. Pada saat kunjungan acara, kita bisa meminta umpan balik tentang pendapat mereka tentang acara yang sedang berlangsung. Bahkan usulan untuk menghadiri lagi acara seperti itu.

- **Membuat Penawaran Khusus**

Kita dapat membuat penawaran khusus hanya melalui media sosial saja khusus kepada pelanggan kita. Misalnya dalam rangka ulang tahun UMKM, kita memberikan penawaran khusus kepada pelanggan setia sebagai bentuk ucapan terima kasih. Kita dapat memberikan diskon hanya melalui media sosial atau bahkan pada event-event tertentu bisa kita berikan hadiah. Pastikan bahwa itu penawaran khusus yang kita berikan dalam ukuran atau jumlah yang besar untuk memberikan motivasi bagi pelanggan tetap loyal.

3.1. Metode Pengambilan Data

Sebagai salah satu sentra kerajinan bahan alam di Jawa Tengah, Kabupaten Semarang dipilih sebagai satu sampel wilayah. Pengumpulan informasi di lapangan dengan pengambilan sampel secara convenience dari 30 responden yang bersedia diwawancarai dan bisa ditemui di lapangan. Para responden adalah UMKM yang bergerak di bidang usaha kerajinan dengan bahan alam yang tersebar di beberapa kelurahan di Kabupaten Semarang. Data yang dikumpulkan adalah berbagai situasi eksisting sebelum dan selama pandemi serta harapan yang akan dilakukan di masa kenormalan baru nanti. Pengumpulan informasi juga dilakukan Focus Group Discussion (FGD) antara para stakeholder yakni para pelaku usaha dan pemerintah dalam hal ini adalah pimpinan dinas Koperasi dan UMKM di Provinsi Jawa Tengah. FGD dilakukan untuk semakin memperdalam informasi yang lebih komprehensif dari berbagai pihak.

3.2. Analisis Data

Analisis dilakukan dengan metode analisis deskriptif kualitatif dari hasil wawancara secara mendalam pada pelaku usaha yang bergerak pada kerajinan bahan alam di Kabupaten Semarang. Analisis deskriptif dibahas satu per satu pada tiap responden untuk melihat dinamika yang terjadi secara riil di lapangan. Analisis satu per satu dilakukan dikarenakan kondisi dan situasi dinamis yang terjadi tiap responden dengan segala keunikan dan informasi yang sudah diperoleh. Dengan demikian akan menghasilkan gambaran yang lebih detail dari setiap responden dan ditampilkan dalam bab IV yang membahas kondisi eksisting setiap responden di masa pandemi ini.

BAB 4

UMKM KERAJINAN BAHAN ALAM KABUPATEN SEMARANG

4.1. Gambaran Sampel

Profil UMKM bahan baku alam wilayah kabupaten Semarang, tersaji pada Tabel 2 yang diperoleh dari kunjungan lapangan dan wawancara. Sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan. Rata-rata adalah ibu rumah tangga yang menekuni usaha sampingan membuat kerajinan bahan baku alam. Dari 30 responden, sebagian besar sudah memiliki nama UMKM, rata-rata membentuk paguyuban atau cluster bersama dan saling mengisi dan melengkapi satu sama lain. Jika diamati data tentang umur usaha, sebagian UMKM sudah beroperasi lebih dari 10 tahun dan ada juga UMKM yang baru merintis usaha, bahkan baru memulai usahanya.

Tabel 2: Profil Responden

JENIS KELAMIN	JUMLAH
Laki-laki	10
Perempuan	20
MEMILIKI NAMA UMKM	JUMLAH
Memiliki	21
Belum Memiliki	9
UMUR_USAHA	JUMLAH
> 10 TAHUN	7
1 SD 5 TAHUN	16
6 SD 10 TAHUN	6
< 1 TAHUN	1

Tabel 3 mendeskripsikan jumlah karyawan dan jenis usaha. UMKM di wilayah Kabupaten Semarang, semua didominasi oleh UMKM bahan baku alam Eceng Gondog. Hal ini tentunya dipengaruhi dengan ketersediaan bahan baku yang sangat melimpah yang disediakan oleh alam di wilayah ini. Pekerja di setiap UMKM rata-rata dalam kisaran 1-5 orang.

Tabel 3: Jumlah Karyawan dan Jenis Usaha

JUMLAH KARYAWAN	JUMLAH
> 10 ORANG	2
1-5 ORANG	25
6-10 ORANG	3

4.2. Deskriptif Responden

4.2.1 Cidikul

Nama : Rofidah
 Umur : 38 Tahun
 Alamat : Jalan Tuntang, Kecamatan Tuntang, Desa Cikal
 Nama Usaha : Cidikul
 Umur Usaha : 3 Tahun

Kondisi Usaha Sebelum Pandemi

“Menjadi Agen Pelopor bagi yang Lain di Tengah Pandemi”

‘Menjadikan desa ini terkenal dengan Enceng Gondoknya’, Inilah seruan visi yang beliau ucapkan sewaktu penulis wawancarai. Beliau ini adalah tokoh pengrajin di Desa Cikal yang mana ingin mengolah sampah atau enceng gondok menjadi suatu produk yang mempunyai nilai jual lebih tinggi. Beliau adalah Bu Rofidah. Bu Rofidah yang akrab dipanggil dengan nama Rofidah ini mengawali usahanya dengan melihat suatu penampakan alam yang begitu memprihatinkan di mana Enceng Gondok di Rawapening yang semakin meningkat namun hanya dibabat dan dibuang begitu saja.

Padahal enceng gondok tersebut adalah kekayaan alam yang Tuhan berikan yang patut mendapat nilai lebih sehingga beliau belajar dari gurunya yaitu Pak Slamet Banyubiru. Melalui Pak Slamet, Bu Rofidah belajar mengolah dari mulai menganyam enceng menjadi anyaman lembaran. Dari lembaran tersebut baru, Bu Rofidah mampu membentuk sesuai dengan keinginannya bias berupa tas, keranjang atau box, pot atau vase bunga.

Dari sinilah mulai dorongan ingin mengajak ibu-ibu untuk mempunyai ketrampilan dalam mengerajin Enceng Gondok. Desa Cikal kaya akan enceng gondok. Maka timbul dorongan bagaimana caranya Desa Cikal ibu-ibu nya harus mempunyai keterampilan. Beliau juga merasa dengan menjadi seorang pengerajin dari enceng gondok, ibu mendapat tambahan pemasukan.

Ibu Rofidah sudah merintis usaha ini dengan alat sederhana ala Rofidah yaitu penggiling enceng gondok dengan menggunakan alat pembuat roti molen selama kurang lebih 3 tahun. Selama 3 tahun tersebut, Ibu Rofidah juga tidak hanya mengembangkan usaha enceng gondok saja, namun beliau mampu mengajak dan mengajari beberapa ibu-ibu di mana tempat beliau tinggal. Saat ini, Bu Rofidah mampu bekerjasama membuat sebuah produk seperti Tas, Pot bunga, Vase dan Box. Usaha beliau mampu mencuri perhatian hingga beliau berani untuk memasarkan produknya di berbagai toko-toko oleh-oleh dan tempat-tempat wisata di Kota Semarang. Beliau juga sering membantu memproduksi produk-produk pesanan yang masuk di klaster Renita.

Berawal dari sebuah impian, kini menjadi sebuah kenyataan. Beliau yang bermimpi ingin membuat sebuah produk dari 'sampah' menjadi produk yang mempunyai nilai guna yang tinggi, kini impian itu pun dapat terwujudkan. Penghasilan yang didapat oleh beliau per minggu dari 140.000-300.000 dengan jumlah produksi hingga mencapai 4-7 pcs per minggunya. Beliau biasanya dibantu oleh 10 orang ibu-ibu rumah tangga yang notabene mereka bekerja di dalam rumah masing-masing. Puji Tuhan bahan baku sudah tersedia di belakang halaman rumah dan di sekitar lingkungan. Walaupun usaha Bu Rofidah sudah berjalan dan sudah memperlihatkan hasil produksinya, beliau masih tetap mempunyai suatu permasalahan ataupun kesulitan dalam proses produksi

Kondisi Usaha Saat Pandemi

Masa pandemi tentu memberikan suatu dampak yang cukup signifikan bagi usaha bu Rofidah ini. Bahkan Bu Rofidah pernah tidak memproduksi lagi lantaran yang kemarin sudah terlanjur dibuat dan dipajang di toko dan di tempat-tempat wisata. Karena pandemi ini, banyak tempat-tempat wisata tutup dan toko-toko pun tutup. Hal ini menyebabkan kerugian pada diri Bu Rofidah. Namun di masa pandemi ini, bu Rofidah tidak menyerah begitu saja, beliau mencoba untuk melihat bagaimana peluang pasar yang bisa dijual seperti berjualan kue kering sewaktu puasa hingga lebaran. Beliau lakukan demikian agar beliau mampu bertahan mencukupi kebutuhan sehari-hari. Walaupun suami beliau juga bekerja akan tetapi, waktu itu, suami beliau pun mengalami PHK sehingga memang situasi perekonomian keluarga sedang terpuruk. Apalagi keluarga beliau tidak mendapatkan bantuan dari pemerintah hingga datang peluang prakerja.

Awalnya prakerja ini menjadi sebuah peluang untuk Bu Rofidah semakin memperbaiki perekonomian keluarganya. Akan tetapi, ketika beliau sudah lolos seleksi ternyata proses pencairan dananya pun tersendat. Beliau mencoba mencari cara menanyakan kenapa hal itu bisa terjadi? Beliau berusaha mulai dari memperbaiki setiap persyaratan yang ada dari mulai membuat sebuah pelatihan sampai mengevaluasinya. Ternyata titik kesalahannya terjadi pada review saja, Bu Rofidah kurang memberikan review sehingga tidak memenuhi syarat. Beliau banyak belajar dari setiap pengalaman terutama di masa pandemi ini. Kesabaran dan ketekunan selalu beliau terapkan agar beliau mampu bertahan dalam kehidupan ini. Suka duka menjadi seorang pengerajin nampaknya semakin memantapkan beliau bahwa memang betul hidup harus dijalani dan dihadapi.

Rencana Usaha Kenormalan Baru

Ibu Rofidah di masa pandemi ini, mempunyai tekad kuat untuk mengembangkan usahanya ke depan. Beliau masih mempunyai sebuah mimpi untuk mempunyai toko di tempat ini dan mengisikan produk-produk hasil dari olahan orang-orang di daerah ini. Maka dari itu, beliau memulai usahanya di masa era new normal ini dengan menyeter dulu produk-produk yang sudah jadi ke toko-toko wisata yang sudah mulai buka. Bu Rofidah mengatakan bahwa justru di era new normal ini, Bu Rofidah mendapatkan pesanan untuk membuat sampel permintaan di berbagai toko. Beliau menyampaikan mulai bulan Mei dan Juni beliau sudah mendapatkan berbagai macam permintaan walaupun belum sepenuhnya normal namun ini menjadi sebuah titik terang untuk bangkit dari keterpurukan. Bu Rofidah memasukkan sampel berupa Vas bunga, Box dan kaleng biskuit yang diolah dikombinasikan dengan enceng gondok. Usaha Bu Rofidah masih menitik beratkan pada pengolahan limbah sampah menjadi produk yang mempunyai nilai guna yang tinggi. Hal ini pun juga disesuaikan dengan harapan bagi pemerintah yang mana Bu Rofidah berharap pemerintah mampu memberikan subsidi alat produksi agar usaha Bu Rofidah bisa berjalan dengan lancar dan tidak mengalami kesulitan dalam proses produksinya.

4.2.2 Cikidul

Nama : Kartini
Umur : 42 Tahun
Alamat : Jalan Tuntang, Kecamatan Tuntang, Desa Cikal
No HP : 085641388428
Nama Usaha : Cikidul
Umur Usaha : 2 Tahun

Kondisi Usaha Sebelum Pandemi

'Berubah Berjuang dan Berbuah'

'Yang penting usaha dulu lah mas, daripada ngganggur di rumah', begitulah ujar Bu Kartini. Semangat inilah yang selalu beliau ungkapkan bahwa beliau tidak mau terlalu membebani suaminya karena suaminya hanyalah seorang petani enceng gondok. Bu Kartini awalnya adalah seorang petani enceng gondok. Akan tetapi semenjak ada pengajaran yang diberikan Bu Rofidah, Bu Kartini menjadi tertarik dan tergerak untuk ikut belajar menjadi seorang pengerajin. Perubahan inilah yang menggerakkan Bu Kartini untuk terus membuat kerajinan berbahan dari enceng gondok. Apalagi Bu Kartini tidak mengalami kesulitan dalam mengupayakan bahan baku karena bahan baku sudah diupayakan oleh suami Bu Kartini sendiri.

Bu Kartini dalam 2 tahun menggeluti menjadi seorang pengerajin enceng gondok sudah mampu membuat Tas, Tempat Buah dan Tisu. Bu Kartini biasa memasarkan produknya baru lokal seperti Saloka dan terkadang mendapat pesanan dari Bengok Craft, Bu Rofidah dan juga Pak Haji Slamet. Bu Kartini menyadari bahwa beliau belum ahli dalam bidang pemasaran terkait produknya. Kendala inilah yang menghambat pemasukan dalam usaha Bu Kartini. Bu Kartini selalu menjual barang produksinya dengan harga murah dan ketika sudah berada di tangan kedua seperti Bengok Craft, produk ini bisa terjual lebih mahal. Walaupun demikian, Bu Kartini tetap berpasrah dan berserah yang terpenting produknya bisa laku terjual. Penghasilan yang beliau dapatkan selama seminggu ini mencapai 200.000 / per minggu. Dan biasa beliau memproduksi 5-6 pcs tas dan 10 pcs Pot dengan jumlah tenaga kerja seorang diri namun terkadang suami ikut membantu.

Selama sebelum pandemi, produk Bu Kartini produknya laku jual dan terus lancar berproduksi. Bahkan dari Bengok Craft meminta pesanan ke beliau agar beliau terus berproduksi. Selain kendala terkait pemasaran, Bu Kartini juga mempunyai kendala di bagian alat produksi. Bu Kartini masih belum mampu membeli alat produksi.

Hal ini sangat disayangkan karena pantas saja produksi Bu Kartini ini belum bisa optimal karena sarana dan prasarana yang kurang memadai. Walaupun demikian, beliau tetap berusaha untuk terus berjuang agar terus berproduksi demi menambah pemasukan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Kondisi Usaha Saat Pandemi

Masa pandemi tiba, Bu Kartini pada dasarnya mengalami kerugian karena banyak barang-barangnya sudah dititipkan di tempat wisata seperti Saloka dan Bukit Cinta itu semuanya *reject*. Sedih rasanya kalau melihat bahwa barang-barang yang sudah diproduksi dengan indah dan rapi namun harus dibuang karena sudah berjamur dan kotor lantaran tidak pernah dibersihkan. Tapi saya bersyukur bahwa Bu Kartini mampu bertahan di masa pandemi, beliau masih tetap bertahan memproduksi produknya. Bu Kartini bercerita tidak berminat untuk berpindah dari usaha memproduksi kerajinan karena beliau berpikir berpindahpun pasti juga jatuhnya sama saja. Maka dari itu, beliau tetap bertahan untuk memproduksi. Bu Kartini hanya berharap semoga masa-masa ini bisa segera berakhir dan beliau bisa menyetok di tempat-tempat yang menjadi langganannya. Baru berjalan 1 bulan pandemi berlangsung, beliau langsung ditawari oleh Bengok Craft bahwa semua produk-produk yang sudah dihasilkan akan dibeli beliau, jadi tidak perlu khawatir lagi bila produknya tidak laku jual. Dalam situasi pandemi ini, beliau tidak mendapatkan bantuan dari pemerintah. Maka dari itu, berbekal dari kesederhanaan dan perjuangan Bu Kartini berusaha terus berproduksi agar bisa mendapatkan pemasukan.

Tantangan yang Bu Kartini dapatkan adalah fleksibel terhadap situasi dan kondisi artinya Bu Kartini belum mempunyai ketegasan dan konsisten dalam berproduksi dan pemasaran yang belum optimal sehingga produk yang dihasilkan kurang dijual dengan harga yang semestinya.

Rencana Usaha Kenormalan Baru

Bu Kartini di era new normal ini mempunyai suatu usaha ke depan. Berhubung tempat wisata sudah mulai dibuka, maka dari itu beliau berniat untuk masuk dan menyetor produk-produk ke situ. Apalagi dengan adanya tempat wisata yang baru yaitu dusun semilir. Bu Kartini juga mempunyai teman yang mana bekerja di tempat tersebut. Peluang tersebut ingin Bu Kartini lakukan agar bisa dibantu produknya bisa masuk ke wisata tersebut. Upaya untuk terus berproduksi dan berusaha memasukkan ke toko-toko dan tempat wisata merupakan usaha sederhana Bu Kartini untuk bangkit dari masa pandemi. Meskipun Bu Kartini tidak mempunyai suatu target yang real namun impian Bu Kartini terus berproduksi dan memasukkan produk-produknya ke toko-toko serta tempat wisata bisa menjadi batu pijakan Bu Kartini untuk berjuang agar membuahkan hasil yang optimal.

Harapan yang diberikan kepada pemerintah yaitu bantuan terkait alat-alat produksi yang selama ini terbatas dan harus pinjam ke tempat Bu Rofidah. Alat produksi inilah yang nantinya menjadi sarana untuk berproduksi secara optimal dan maksimal.

4.2.3 Ariani

Nama : Kadarini Sunurainni
Umur : 50 Tahun
Alamat : Jalan Tuntang Semarang - Solo
No HP : 085727676129
Nama Usaha : Ariani
Umur Usaha : 23 Tahun

Kondisi Usaha Sebelum Pandemi

'Bertahan dalam Kesulitan yang Merintang'

'Setiap masalah pasti ada solusinya', begitulah ujar Bu Riani. Bu Riani adalah ibu beranak 3 yang mana menekuni usaha kerajinan alam tidak hanya enceng gondok melainkan rotan, dan bahan-bahan alam lainnya sesuai dengan permintaan. Bu Riani mempunyai 30 orang karyawan yang notabene mempunyai ketrampilan membuat produk-produk yang mampu menjawab sesuai permintaan konsumen. Biasanya produk yang dibuat oleh Bu Riani adalah Keranjang, Keranjang Baju Kotor, Toplek, Tas dan Karpet. Bu Riani tinggal di Jl. Raya Tuntang Semarang Solo, hampir 23 th. Usaha Bu Riani terhitung masuk kategori menengah ke atas. Usaha Bu Riani area pemasarannya sampai go ekspor. Produksi Bu Riani selama sebulan mencapai hingga 500 pcs dan mendapatkan penghasilan rata-rata dari usahanya mencapai 3.000.000-5.000.000 per bulan. Dalam kesehariannya Bu Riani membeli bahan baku dari petani dengan harga 5000 per kg.

Walaupun bila dilihat dari sekilas, Bu Riani adalah seorang pengusaha yang mapan dan tidak ada suatu hal yang menyulitkan hidupnya. Namun, di balik semuanya itu, Bu Riani mempunyai suatu permasalahan yaitu hutang bank hingga dipermasalahkan sampai tanah milik beliau akan dilelang bank. Ketika beliau bercerita hal itu, beliau hanya bisa meneteskan air mata karena Bu Riani merasa dipermainkan oleh pihak bank. Bukan Bu Riani tidak ingin membayarkan utangnya namun utang yang seharusnya hanya 200 juta namun bisa bertambah menjadi 500 juta. Betapa tak berdayanya beliau menghadapi masalah yang merintang. Beliau sudah meminta bantuan kepada pemerintah daerah, mengajukan banding kepada pihak bank tersebut.

Ternyata di tengah rasa nyaman dan senyum Bu Riani, beliau mempunyai masalah dalam hal keuangannya. Namun, masalah tersebut tidak membuatnya putus asa karena beliau merasa bahwa beliau sudah dipermainkan oleh pihak bank maka Bu Riani berusaha untuk tetap tenang dan terus fokus pada produksi.

Tantangan yang Bu Riani dapatkan sebelum pandemi adalah hutang dari bank ini dan persaingan keluarga dalam hal kerajinan. Jadi adik Bu Riani merupakan reseller produk-produk yang serupa dari produk berbahan dari enceng, rotan, kayu dan kaca. Bu Riani pernah bersaing dengan adik untuk meraih konsumen atau pembeli. Walaupun kadang Bu Riani pernah mendapatkan perlakuan tidak sehat dari adiknya, Bu Ariani tetap sabar menerimanya.

Kondisi Usaha Saat Pandemi

Masa pandemi tiba, usaha Bu Riani tidak mengalami kendala. Beliau merasa bahwa tidak mengalami kendala lantaran beliau sudah mampu menyalasi langkah-langkah yang harus beliau lakukan. Bu Riani selama pandemi berupaya menampung enceng dari petani-petani enceng yang belum bisa menjualkan encengnya kepada pengepul. Jadi bisa dikatakan awal-awal pandemi, Bu Riani menjadi pengepul enceng sembari terus memproduksi. Kadang beliau juga berbagi kepada pengerajin di mana memberikan order namun ketika produk sudah jadi barang tersebut dipacking dan diatas namakan Bu Riani. Bu Riani berupaya membantu para pengerajin dan para petani agar di masa pandemi seperti ini harga enceng yang diperoleh petani mendapatkan harga yang biasa. Bahkan sampai usaha Bu Riani ini mendapat respon negatif dari pengumpul karena dianggap memakan jatah orang lain. Terlepas dari omongan yang ada, Bu Riani ingin menolong para petani yang selalu diinjak-injak harga dirinya dan tidak pernah dihargai segala jerih payahnya. Bagi saya secara pribadi usaha beliau sungguh mulia apalagi di tengah pandemi seperti ini.

Produk yang dihasilkan oleh Bu Riani adalah Keranjang, Karpas dan Tas. Walaupun Bu Riani mempunyai tujuan mulia, namun usaha beliau tidak melirik oleh pemerintah untuk memberikan apresiasi ataupun fasilitas agar usahanya semakin berkembang. Di masa pandemi seperti ini, kesulitan yang dihadapi adalah belum ada dukungan dari pemerintah dan terlilit dengan hutang dengan bank.

Rencana Usaha Kenormalan Baru

Bu Riani di era new normal ini mempunyai suatu usaha ke depan yaitu mengurus hutang-hutang yang harus lunas. Bu Riani dalam upaya-upaya ke depan akan selalu mengikuti permintaan yang pasar inginkan. Bu Riani tidak mempunyai target-target yang tinggi yang terpenting urusan dengan bank bisa selesai dan menemukan titik terang agar Bu Riani tidak berurusan dengan pihak bank.

Harapan yang diberikan kepada pemerintah yaitu Bu Riani mempunyai harapan kepada pemerintah, 'saya berharap, pemerintah bisa mendidik kota-kota kecil termasuk daerah ini memberikan motivasi dukungan agar perekonomian daerah bisa meningkat'. Sehingga dengan usaha ini, orang-orang sini tidak mengembangkan produk luar daerah namun justru produk-produk daerah semakin keangkat derajadnya.

4.2.4 Opotow Craft

Nama : Solichatun Umami
 Umur : 43 Tahun
 Alamat : Jalan Demakan RT 04 RW 12 \
 Kelurahan BanyuBiru
 No HP : 087832320403
 Nama Usaha : Opotow Craft
 Umur Usaha : 5 Tahun

Kondisi Usaha Sebelum Pandemi

'Pengerajin yang Berkualitas Menghasilkan Produk yang Berkualitas pula'

'Produk yang berkualitas dihasilkan dari Pengerajin yang berkualitas', begitulah ujar Bu Umi. Bu Umi adalah seorang pengerajin yang berasal dari Banyubiru yang notabene awalnya adalah seorang binaan dari Pak Slamet yang kini beralih haluan membuat sebuah usaha sendiri. Bu Umi memberi nama usahanya dengan nama Opotow Craft. Hal ini beliau dapatkan ketika beliau sedang berdiskusi dengan teman-teman Bu Umi yang menanyakan Opotow produk yang kamu jual. Berawal dari pertanyaan yang dilontarkan oleh temannya dalam obrolan ingin menanyakan produk yang sudah dibuat Bu Umi, makanya akhirnya Bu Umi memberi nama usahanya Opotow Craft.

Yang menjadi sebuah pertanyaan menarik adalah ketika Bu Umi memutuskan untuk memisahkan diri dengan Pak Slamet. Bermula dari masalah uang, yang mana ketika Bu Umi membuat produk dan produk tersebut disetor ke Pak Slamet ternyata ketika barang tersebut sudah tidak lagi berada di Pak Slamet, namun ketika ditagih uangnya Pak Slamet tidak peka akan hal itu. Pengalaman tersebut tidak berlangsung sekali, dua kali ataupun tiga kali, bu Umi masih sabar namun untuk ke sekian kalinya, akhirnya beliau memutuskan untuk menjualkan produknya secara pribadi dan tidak ikut Pak Slamet lagi. Dari sini saya bisa belajar bahwa yang namanya uang memang pada dasarnya sangat riskan. Uang bisa membuat teman menjadi musuh.

Pada usaha Bu Umi, beliau memproduksi produk seperti cover pot, tempat parcel, gantungan kunci, keranjang laundry dan plesmed. Area pemasaran yang Bu Umi masih seputar lokal Banyubiru atau Semarang. Jumlah produksi Bu Umi per minggu mencapai 50 box, 25 pot dan 25 plasmed dan beliau hanya mengerjakan produksi ini seorang diri saja. Bu Umi biasanya bahan bakunya membeli dari pengepul yang notabene selalu punya stok setiap saat. Kesulitan beliau sebelum pandemi adalah terkait pemasaran produk yang masih kurang baru mencakup local dan seputar pertemanan saja. Tantangan yang beliau hadapi jelas persaingan bahwa saat ini sudah banyak orang menghasilkan kerajinan alam, namun Bu Umi ingin mengandalkan sisi kesempurnaan produk.

Kondisi Usaha Saat Pandemi

Masa pandemi tiba, usaha Bu Umi sungguh-sungguh mengalami kemunduran. Bahkan Bu Umi tidak berproduksi selama 3 bulan. Hal ini Bu Umi isi dengan kegiatan membuat Kue Unthuk Cacing dan Jenang. Apalagi menjelang lebaran, beliau mendapatkan pesanan untuk membuat Unthuk Cacing dan Jenang. Usaha selingan ini beliau upayakan sebagai usaha inovatif untuk mengisi kekosongan dalam berproduksi kerajinan.

Selama pandemi ini, Bu Umi tidak mendapatkan bantuan dari pemerintah. Bahkan ketika mendaftar prakerja, beliau justru tidak lolos. Beliau hanya mendapatkan sembako dari RT. Dengan situasi seperti ini, kesulitan yang beliau hadapi adalah biaya dan modal untuk memproduksi karena produk-produk yang beliau sudah buat kemarin, nampaknya belum laku jual sehingga belum ada pemasukan. Ditambah lagi bahwa situasi ini terbentur pandemi covid yang menutup berbagai sektor industri dan wisata di daerah Kabupaten Semarang. Namun, saya salut kepada beliau bahwa beliau tidak pernah berputus asa dan tetap semangat dalam menjalani kehidupan

Rencana Usaha Kenormalan Baru

Bu Umi merupakan pelaku usaha yang mempunyai semangat dan daya juang yang tinggi karena beliau ketika ditanya apa upaya ke depan dalam mengupayakan suatu perubahan baru dari situasi new normal. Meskipun upaya yang beliau sampaikan bukan sesuatu muluk-muluk akan tetapi hal ini mencerminkan bahwa beliau ingin bersungguh-sungguh memperhatikan kualitas dibanding dengan kuantitas produk yang dihasilkan. Walaupun Bu Umi belum mempunyai target di masa depan akan tetapi upaya untuk meningkatkan kualitas beliau terapkan melalui pembelajaran dan selalu melihat produk pembanding agar semakin tahu batasnya.

Harapan Bu Umi terhadap pemerintah adalah 'kami pelaku usaha minta diperhatikan dalam hal pemasaran dan permodalan agar mampu memproduksi dengan baik. Karena di Kabupaten Semarang, pelaku usaha yang diperhatikan lebih baru pelaku usaha yang bergerak di bidang pangan. Sedangkan Craft kurang mendapatkan porsi yang sesungguhnya.

4.2.5 Hartini

Nama : Hartini
Umur : 40 Tahun
Alamat : Jalan Raya Tuntang Desa Cikal
No HP : 085523832235
Nama Usaha : Belum ada
Umur Usaha : 3 bulan

Kondisi Usaha Sebelum Pandemi

'Motivasi yang Tumbuh dari dalam Hati'

'Mba, apa motivasinya menjadi seorang pengerajin', begitulah ujar saya kepada Bu Hartini selaku pengerajin baru yang sedang berjuang menggeluti usahanya. Sambil menganyam beliau mengatakan, 'Aku to mas, berawal dari coba-coba rasanya ingin belajar menjadi seorang pengerajin bagaimana? Nampaknya asik juga apalagi bahan baku sudah ada tinggal diolah. 'Berarti mba sudah merasa asik di dunia kerajinan nih mba?', timpal saya kepada Bu Hartini. "*Be Happy mas*", *Be Happy???* Menurut saya perkataan ini mempunyai nilai dan makna yang tinggi. Di tengah situasi yang tidak menguntungkan apalagi beliau yang notabene korban PHK dari pabrik garmen ini sungguh mengalami nasib yang 'sial'. Namun situasi ini bukan membuat beliau menjadi terpuruk tapi termotivasi untuk bangkit dari pengalaman buruk dan menuju titik terang di mana Bu Hartini harus mendapatkan pekerjaan ataupun pendapatan tambahan lainnya. Kondisi ini, menuntut agar beliau bisa belajar dengan cepat. Nyatanya dalam 3 bulan, beliau langsung mampu memproduksi pot/vase bunga, tempat buah dan box. Selama per bulan beliau berhasil memproduksi 5-9 Vase, 5 tempat buah dan 5 box. Hal ini lantaran beliau membuatnya secara seorang diri sehingga belum bisa optimal dalam memproduksi.

Masa Pandemi

Masa pandemi tiba, Bu Hartini pun mulai membangun usahanya menjadi seorang pengerajin kerajinan alam dari enceng gondok. Masa pandemi menjadi masa di mana beliau mendapatkan bertubi-tubi percobaan dan permasalahan. Mulai dari tekanan karena PHK, suami juga mengalami masa dirumahkan dari perusahaan. Lalu bagaimana beliau harus menanggung perekonomian keluarga apalagi masih ada 2 anaknya masih butuh makan, butuh bersosial. Tiba-tiba Bu Rofidah pun muncul dengan menawarkan suatu produk yang bisa dipelajari dan mempunyai nilai yang lebih tinggi. Melihat situasi yang demikian, akhirnya Bu Hartini mempunyai pemikiran untuk mengikuti ajakan yang ditawarkan oleh bu Rofidah. Sedikit demi sedikit, Bu Hartini belajar bagaimana caranya menganyam enceng sebelum diolah. Lama-lama dengan kemampuan yang dimiliki Bu Hartini, beliau dengan cepat menyesuaikan dan memahami cara-cara membuat produk dari enceng gondok. Prinsip yang beliau miliki adalah '*barang ketok masa ora bisa?*'. Menimba dan mendengar semangat beliau, saya pun terpacu untuk berpantang menyerah karena semua punya jalan. Di pandemi ini justru akhirnya ada beberapa reseller yang memesan produk Bu Hartini walaupun baru berasal dari Bu Rofidah. Dengan ini, beliau tergerak untuk terus bersemangat memproduksi produk dari enceng gondok ini.

Rencana Usaha Kenormalan Baru

Pengalaman menjadi seorang buruh pabrik memberikan semangat Bu Hartini untuk mempunyai skill dalam bekerja. Terkait target dan tekanan terkadang tidak menjadi masalah bagi beliau karena beliau sudah terbiasa dalam menyikapi hal tersebut. Rencana ke depan beliau ingin belajar lebih banyak lagi terkait model-model yang bisa dibuat kerajinan alam enceng gondok ini. Upaya inovasinya beliau ingin mempromosikan ke situs online agar produk-produk yang dibuat mampu tersebar dan diketahui semakin banyak orang. Walaupun beliau belum mempunyai target-target kapan usaha online itu akan berjalan, namun beliau menargetkan ketika beliau sudah membuat produk-produk yang banyak dan mempunyai stok produk yang mencukup sembari mencari pesanan melalui online.

Harapan yang ditaruh kepada pemerintah adalah mohon dibantu terkait alat produksi karena Bu Hartini terus terang masih membutuhkan alat press yang membantu memproduksi produk enceng. Selain itu, Bu Hartini berharap agar pemerintah mau membantu mempromosikan produk-produk didaerah ini.

4.2.6 Istirochah

Nama : Istirochah
Umur : 26 Tahun
Alamat : Jalan Raya Tuntang
No HP : 085867723035
Nama Usaha : Belum ada
Umur Usaha : 2 tahun

Kondisi Usaha Sebelum Pandemi

'Berjuang menjadi Seorang Pengerajin demi Sang Buah Hati'

Bu Istirochah akrab dipanggil dengan nama Bu Isti ini termasuk pelaku usaha kerajinan alam yang luar biasa. Karena di tengah kesibukannya mengurusin anak dan himbauan dari suami dan orangtuanya. Beliau tetap teguh bahwa *saya tak tetap ngrajin saja. Kan lumayan, bisa buat tambah-tambah dan tambah ilmu*. Usaha ini beliau awali setelah mendapatkan pengajaran yang diberikan oleh Bu Rofidah. Sebenarnya Bu Istri hanya melihat saja dan beliau mempraktikkannya sendiri.

Dengan keahliannya, beliau pun menganyam dengan sedemikian rupa sehingga mampu membuat berbagai macam produk seperti vase bunga, tas, plasmeter dan box besar. Sebenarnya beliau ingin memulai usaha ini semenjak beliau sebelum menikah namun karena beliau tidak percaya diri dengan kemampuannya.

Semenjak bertemu dengan Bu Rofidah dan dipercaya Bu Rofidah untuk membuat produk-produk pesanan. Area pemasaran yang Bu Isti sasar yaitu Semarang, Purwokerto dan Yogyakarta. Selama per bulan, Bu Isti memproduksi sebanyak 4 box dan 17 Vase yang terbuat dari enceng gondok. Dengan jumlah produksi tersebut, Bu Isti memperoleh penghasilan mencapai 200.000 per bulan dengan tenaga kerja sebanyak 2 orang.

Selama ini, ketersediaan bahan baku yang beliau peroleh dibeli dari petani enceng dengan harga 5000 per kg. Hambatan yang beliau alami sebelum pandemi sehingga belum bisa mengoptimalkan produksi adalah anak. Beliau masih mempunyai tanggung jawab untuk memperhatikan anak semata wayang yang masih berumur 5 tahun.

Masa Pandemi

Masa pandemi tiba, Bu Isti mengalami kendala yaitu tidak mendapatkan orderan sehingga beliau tersendat dan tidak memproduksi. Selama Bu Isti tidak memproduksi, beliau tidak beralih haluan berganti usaha dari pengerajin enceng gondok. Walaupun tidak ada orderan namun beliau tetap setia memproduksi sedikit-sedikit yaitu membuat lembaran. Akan tetapi, porsi selebihnya beliau berikan kepada anaknya. Bu Isti tidak berinovasi lantaran takut apabila berinovasi nanti malah produknya tidak terjual nanti malah sayang bila hanya kotor. Selama pandemi beliau benar-benar mengalami kesedihan selain tidak ada orderan, beliau sedih karena tidak mendapatkan bantuan dari pemerintah, termasuk sembako covid lantaran Bu Isti bukan asli warga desa Cikal. Walaupun demikian, beliau tidak merasa berkecil hati dan tetapi beliau malah tetap bersemangat serta yakin suatu saat pasti pandemi ini lekas usai.

Kesulitan yang dihadapi oleh Bu Isti adalah order dan kesibukan dengan anak. Order memang menjadi suatu kesulitan dan tantangan Bu Isti dalam masa pandemi. Tidak mungkin Bu Isti memproduksi namun tidak terjual, maka akan sia-sia belaka. Apalagi ditambah dengan kebutuhan rumah yang semakin meningkat dimana anaknya sudah masuk sekolah dan membutuhkan biaya sekolah termasuk beli handphone dan kuota untuk operasional sekolah.

Rencana Usaha Kenormalan Baru

Bu Isti mempunyai pemikiran untuk mengusahakan pelanggannya agar mau order lagi dengan Bu Isti. Bu Isti perlu berpikir bahwa Bu Isti perlu mengupayakan dengan chat personal dengan para pelanggan dan membujuk mereka dengan tawaran produk. Usaha ini memang sudah biasa namun Bu Isti percaya bahwa rejeki harus diusahakan dan diupayakan agar mampu menghasilkan buah yang baik. Target Bu Isti adalah ingin menjaga dan membina relasi dengan para pelanggan agar tetap loyal memesan produk Bu Isti. Di era new normal, alhamdulillah pesanan sudah mulai berdatangan, namun terkadang mengatur waktu untuk membagi antara anak dan kerajinan harus tertata rapi agar tidak ada yang dirugikan.

Harapan yang ditaruh kepada pemerintah adalah mohon dibantu terkait alat produksi karena Bu Isti masih pinjam-pinjam alat produksi seperti alat press dan juga dibantu terkait promosi kepada semakin banyak orang. Bu Isti merasa pemerintah mempunyai peran penting dan juga power untuk menggerakkan warganya untuk memperhatikan para pengerajin yaitu dengan membelinya dan ikut melestarikan serta merawatnya agar karya daerah tetap bersinar. Pemerintah juga memberikan dana yang berupa pelatihan agar kami para pengerajin bisa semakin terampil dalam membuat produk-produk dan dibantu memberikan penilaian serta masukan agar bisa semakin berkembang lagi.

4.2.7 Wahyu Craft

Nama : Botok Astuti
Umur : 31 Tahun
Alamat : Jalan Banyubiru
No HP : 085325520498
Nama Usaha : Wahyu Craft
Umur Usaha : 2,5 tahun

Kondisi Usaha Sebelum Pandemi

'Proses yang Membuahkan Hasil'

Bu Botok Astuti atau akrab dipanggil dengan Bu Tuti ini merupakan Ibu rumah tangga yang mempunyai anak 1. Bu Tuti juga merupakan mitra binaan dari Klaster Renita yang dipegang oleh Pak Slamet. Sudah 2.5 th, Bu Tuti sudah menekuni sebagai seorang pengerajin. Semula beliau mempunyai usaha di bidang jual beli gagang cengkeh. Akan tetapi bukan untung malah Bu Astuti mengalami kerugian, bahkan kerugiannya hingga berjuta-juta. Namun semuanya Bu Tuti tanggung sendiri, karena Bu Tuti percaya bahwa semua pasti ada jalan. Alhamdulillah pelan-pelan Bu Tuti mendapatkan bisnis jamur yang sampai saat ini juga Bu Tuti kerjakan guna menambah pemasukan membayar hutang-hutang. Bu Tuti dalam kehidupan banyak sekali mengalami pengalaman-pengalaman yang harus beliau ikhlaskan dari mulai bisnis gagang cengkeh dan beralih ke memelihara bebek terus jual beli ikan sampai akhirnya balik lagi menjadi seorang pengerajin. Ternyata menjadi seorang pengerajin juga mengalami kesulitan juga di mana terkadang terjadi salah paham antara beliau dengan Pak Slamet, karena Pak Slamet itu mempunyai banyak channel dan koneksi sehingga beliau mampu menjual produk ke langganannya. Hal ini terjadi ketika Bu Tuti mulai menitipkan produk di rumah Pak Slamet dan di saat barang sudah laku, Pak Slamet tidak langsung memberikan bagian dari Bu Tuti. Namun terkadang beliau menunggu dan menunda-nunda hingga lama sekali.

Sekali proses menjadi orang yang sabar, inilah yang bisa saya petik dari Bu Astuti bahwa beliau adalah orang yang sabar dalam menjalani kehidupan. *Orang yang sabar pasti panjang rejekinya mas*, begitu seru beliau kepada saya ketika diwawancarai. Selama 2,5th beliau berhasil memproduksi seperti sandal, tas, pot dan tempat sampah serta box. Area pemasaran yang beliau sasar yaitu Bandung. Bu Tuti per bulan biasa memproduksi hingga 50 pcs dan penghasilan rata-rata beliau mencapai 2 juta per bulan. Biasanya dalam pengerjaan produksi, jumlah tenaga kerja yang digunakan sebanyak 2 orang. Beliau biasanya membeli bahan baku dari petani enceng langganan dengan harga 4500 per kg.

Masa Pandemi

Masa pandemi tiba, Bu Tuti mengalami kesulitan pada bagian orderan yang biasanya datang dari Bandung namun benar-benar ketika pandemi ini, semua berhenti. Apalagi andai ada orderan, beliau mengalami kesulitan dalam hal distribusi masuk ke Bandung. Selama pandemi ini, beliau tetap membuat kerajinan alam dengan membuat pot dan sandal saja, lalu dipajang di tempat Pak Slamet. Selama pandemi ini, Bu Tuti beralih ke usaha jual beli gagang teh. Namun karena rugi beliau bukan mendapatkan keuntungan malah mendapatkan kerugian dalam bisnis ini. Kerugian ini justru membuat beliau terbelit hutang-hutang. Maka dari itu, beliau sedikit demi sedikit mulai bangkit menekuni usaha yang membawa berkah walaupun keuntungan yang didapat sedikit. Usaha beliau yaitu jual beli Jamur Tiram. Bu Tuti juga menjadi reseller ayam potong. Selain itu, Bu Astuti juga memberikan support untuk suaminya yang menjadi seorang nelayan. Yang didapat selama menjadi seorang nelayan adalah ikan mujaher.

Selama pandemi, Bu Tuti ini mendapatkan bantuan dari PKH yang notabene memberikan bantuan berupa uang 75.000 keperluan terkait sekolah dan juga keluarga Bu Tuti mendapatkan paket sembako dari pemerintah. Bu Tuti pada akhirnya memilih untuk tetap menjadi pengusaha kerajinan enceng gondok karena Bu Tuti merasakan *feel* nya di kerajinan ini sehingga beliau merasa nyaman dengan kerajinan ini. Lagi pula, beliau tidak memperbolehkan suaminya menjadi nelayan karena lagi musim angin sehingga ikan pada lari ke suatu tempat dan situasinya lebih berbahaya.

Tantangan yang dihadapi Bu Tuti adalah pada bagian modal yang harus diperhatikan karena modal Bu Tuti sempat terkuras ketika Bu Tuti merugi jual beli gagang cengkeh dan juga yang menjadi tantangan Bu Tuti adalah mentalitas menjadi seorang pengusaha yang cerdas. Karena beliau harus belajar menjadi seorang pengusaha yang cerdas, yang mana mampu membaca situasi dan peluang yang ada.

Rencana Usaha Kenormalan Baru

Bu Tuti dalam obrolan selalu menyampaikan bahwa usaha beliau ke depan yaitu mengembangkan pasar agar lebih banyak lagi produk-produk beliau yang laku dan dikenal di berbagai tempat. Upaya yang beliau lakukan yaitu dengan memproduksi sample-sample yang baru terutama agar menarik minat. Lalu mendorong teman-teman cluster untuk terus berkarya. Karena seorang pengusaha yang cerdas adalah pengusaha yang mampu bertahan dalam masa-masa sulit sekalipun. *“seorang pelaku usaha seperti saya mas, sudah terbiasa mengalami kesulitan seperti ini, yang penting harus berani untuk bertahan dan berjuang, ini bagian dari proses saya”*, begitulah perkataan beliau ketika membagikan pengalaman beliau kepada saya.

Target-target ke depan adalah beliau ingin menata yang ada, harapannya beliau yang sudah ada dikembangkan dan yang belum ada diupayakan. Hal ini beliau berharap pemerintah tergerak untuk turut membantu dalam hal pemasaran dan menegaskan bahwa agar warga mau membeli hasil karya anak daerah.

4.2.8 Renita

Nama : Slamet
Umur : 45 Tahun
Alamat : Jalan Banyubiru
No HP : 085786096166
Nama Usaha : Renita
Umur Usaha : 20 tahun

Kondisi Usaha Sebelum Pandemi

'Perjuangan seorang pengusaha Enceng di Tengah pandemi'

Pak Slamet ini termasuk pelaku usaha kerajinan yang luar biasa. Beliau merupakan orang pertama yang mempunyai ide untuk mengembangkan kerajinan dari Enceng Gondok yang diubah menjadi produk yang mempunyai nilai guna. Saya pernah bertanya kepada beliau, "*Kenapa bapak ingin menjadi seorang pengerajin Enceng Gondok?*", begitulah seru saya kepada beliau. Dan beliau berkata, "motivasi awal Pak Slamet ingin menjadi pengerajin karena Pak Slamet merasa bahwa Banyubiru menjadi penghasil utama Enceng gondok yang mempunyai struktur serat yang bagus dibanding dengan Enceng Gondok yang lainnya. Enceng Gondok yang tumbuh waktu itu begitu banyak bahkan di sepanjang rawa pening dipenuhi oleh enceng gondok. Maka dari itu, pemerintah menyisihkan APD-nya untuk pembabatan enceng gondok agar tidak menumpuk. Karena apabila enceng tidak dibabat dan dibuang, nanti menyebabkan permukaan air naik dan bisa menyebabkan banjir yang besar. Pak Slamet merasa sangat disayangkan apabila kekayaan alam seperti enceng gondok dibuang begitu saja. Maka beliau memikirkan bahwa enceng gondok bisa dibuat menjadi suatu produk yang menghasilkan nilai guna yang lebih tinggi.

Motivasi inilah yang mendorong Pak Slamet untuk berjuang menjadi seorang pengerajin Enceng Gondok. Dan beliau berprinsip ingin mengajarkan kepada orang lain yang ingin belajar mengrajin enceng gondok. Pak Slamet biasa memproduksi tas, pot, sandal dan keranjang serta produk-produk sesuai dengan permintaan pelanggan. Area pemasaran yang Pak Slamet tawarkan yaitu Jakarta, Surabaya dan Kalimantan. Jumlah produksi yang biasa Pak Slamet hasilkan yaitu mencapai 1000 pcs dengan dibantu 9 orang tenaga kerjanya.

Dalam proses pembuatannya biasanya Pak Slamet membeli bahan baku di pengepul dengan harga 6000 / per kg. Kesulitan yang Pak Slamet alami adalah SDM yang rendah dalam tingkat pola pikirnya. Beliau merasa bahwa karyawannya mempunyai pola pikir yang sederhana dan inginnya praktis serta cepat. Padahal yang namanya usaha kita tidak bisa memastikan dengan pasti seperti rumus matematika. Kadang kala ada karyawan yang sangat suka menuntut. Maka, Pak Slamet harus berjuang menghadapi pribadi-pribadi yang demikian.

Masa Pandemi

Masa pandemi tiba, Pak Slamet benar-benar mengalami yang namanya fase kemunduran. Baru pertama kalinya Pak Slamet belum mendapatkan pesanan selama 3 bulan terakhir ini. Bahkan Pak Slamet merasa kecewa kenapa beliau tidak mendapatkan bantuan dari pemerintah. Pemerintah justru malah membantu UMKM yang bergerak di bidang olah pangan. Pak Slamet pun pernah mengajukan bantuan kepada pemerintah agar pemerintah memberikan hak dan porsi yang sama dengan UMKM Olah Pangan. Namun permintaannya beliau tidak membuahkan hasil. Beliau merasa jengkelnya lagi ketika harus melihat status yang mana memperlihatkan teman beliau yang mendapat bantuan dari pemerintah berkilo-kilo gram hingga bantuan tersebut menumpuk bahkan mau membusuk karena mendekati kadaluarsa. Tapi emosi beliau hanyalah menjadi sebuah ilusi karena beliau tidak bisa berbuat apa-apa. Semuanya bertumpu pada kewajiban pemerintah untuk mengatur semuanya. Selama tidak ada permintaan beliau hanya berdiam dan tidak berbuat apa-apa.

Kesulitan yang Pak Slamet hadapi adalah masa sulit menghadapi kebijakan pemerintah yang tidak adil terhadap masyarakat sekitar. Yang namanya UMKM kan luas, harusnya pemerintah mau membagikan dengan adil dan menyeluruh.

Rencana Usaha Kenormalan Baru

Di new normal ini, menjadi era di mana Pak Slamet ingin membangun kembali, semangat memproduksi. Alhamdulillah, di era new normal ini, pesanan Pak Slamet semakin meningkat. Hal ini memberikan semangat untuk Pak Slamet untuk membuat sebanyak-banyaknya stok agar ketika ada pesanan langsung memberikan respons dengan cepat. Selain itu, Pak Slamet sedikit demi sedikit memberikan pengembangan terhadap SDM Pak Slamet agar ketika pesanan datang tidak mengalami kekegetan. Pada dasarnya Pak Slamet mempunyai target bahwa andai mendapatkan dana dari pemerintah, Pak Slamet ingin mengadakan pelatihan SDM untuk warga yang berminat di bidang kerajinan. Akan tetapi andai pemerintah masih belum saja memberikan kepeduliannya Pak Slamet akan memberikan pengajar secara praktik langsung.

Pak Slamet hanya berharap kepada pemerintah agar pemerintah mau berbuat adil kepada setiap pelaku usaha. Tidak membedakan ini siapa dan apa, namun pemerintah harus tahu bahwa semua punya rasa, harus bisa merata dan merasakan.

4.2.9 Sekar Melati

Nama : Chomsah
Umur : 47 Tahun
Alamat : Jalan Raya Donosari
No HP : 085727053099
Nama Usaha : Sekar Melati
Umur Usaha : 6 tahun

Kondisi Usaha Sebelum Pandemi

'Bertahan dalam Situasi yang Tidak Mengenakan'

Bu Chomsah adalah pelaku usaha kerajinan alam yang luar biasa. Bermula dari Pak Slamet yang mempunyai mitra binaan yaitu Bu Chomsah. Walaupun awalnya Bu Chomsah adalah mitra binaan dari Pak Slamet. Namun sekarang, Bu Chomsah malah mempunyai kelompok yang baru yang mana beliau membangun kelompok sendiri di daerah Donosari bersama dengan beberapa teman. Donosari adalah daerah yang berdekatan dengan Rawapening dan juga berdekatan dengan salah satu tempat wisata yang terkenal di daerah Banyubiru yaitu wisata Bukit Cinta dan juga wisata tuntang. Bu Chomsah membangun kelompok di daerah Donosari karena melihat masyarakat Donosari yang benar-benar sudah lengkap mulai dari orang-orang yang biasa pengumpul enceng gondok atau petani enceng dan juga ada orang-orang yang mempunyai semangat untuk memproduksi suatu produk dari bahan baku enceng. Bu Chomsah atau akrab dipanggil dengan Mbak Chom ini sudah mencapai 6 tahun. Dalam 6 th berpengusaha, mbak Chom sudah mampu memproduksi Tissue, Keranjang, Plasmed, Tas, Topi dan Pot.

Tempat pemasaran yang beliau sasar yaitu Bukit Cinta, PJKK Musium Ambarawa, Saloka dan Gedung 9. Jumlah produksi yang dihasilkan beliau mencapai 100 –200 per bulan dan jumlah tenaga kerja beliau mencapai 30 orang dan ketersediaan bahan baku yang mba Chom berasal dari tengkulak yang mana harganya 5.000-7.500. Kesulitan yang dihadapi oleh Mba Chom adalah cuaca dan bahan tambahan yang harus dibeli.

Masa Pandemi

Masa pandemi tiba menjadi masa di mana mbak Chom mengalami keterpurukkan dalam hal pesanan. Dalam masa pandemi ini, Mbak Com tidak mendapatkan pesanan selama 2 bulan. Baru setelah jalan ke 3 bulan baru ada pesanan tapi sedikit yaitu hanya tempat parcel. Dalam hal ini, area pemasaran yang beliau sasar adalah Bandung dan Semarang. Inovasi yang dilakukan selama pandemi adalah menguatkan di sisi SDM dan mendorong di bagian online. Selama pandemi, beliau memang mendorong pangsa pasar melalui media sosial. Walaupun pangsa pasar dari Bu Chom itu sedikit rendah namun beliau mendapatkan bantuan dari BRI sebesar 600.000 dan sembako dari pemerintah. Kesulitan yang dihadapi oleh bu Chomsah adalah terkait permintaan yang melonjak namun SDM yang tidak stabil dalam memproduksi. Tantangan yang dihadapi adalah pernah beliau mempercayai mitra binaan untuk membuat pesanan yang datang namun kualitasnya kurang dan menurut Bu Chomsa, beliau merasa kurang puas terhadap kerjanya.

Rencana Usaha Kenormalan Baru

Bu Comsah mempunyai pemikiran untuk mengusahakan pelanggannya agar mau order lagi dengan Bu Comsah. Bu Comsah ingin membuat akun di media sosial yang bisa dijadikan media untuk menjualkan hasil produksinya agar pengguna media sosial bisa mengenal dan membeli. Usaha ini memang sudah biasa namun Bu consam percaya bahwa rejeki harus diusahakan dan diupayakan agar mampu menghasilkan buah yang baik. Target Bu consam adalah ingin menjaga dan membina relasi dengan para pelanggan agar tetap loyal memesan produknya dan upaya setelah covid 2019 ini ingin menjual produknya di berbagai tokoh yang ada di sekitar daerahnya. Di era new normal, alhamdulillah pesanan sudah mulai berdatangan, namun terkadang sulit jika SDM yang tidak bisa mengikuti pesanan

Harapan yang ditaruh kepada pemerintah adalah semoga pemerintah peduli terhadap kesulitan yang kami rasakan sebagai perajin dan kami juga membutuhkan tindakan yang pasti dan nyata dalam memperhatikan kami. Bu Isti merasa pemerintah mempunyai peran penting dan juga power untuk menggerakkan warganya untuk

memperhatikan para pengerajin yaitu dengan membelinya dan ikut melestarikan serta merawatnya agar karya daerah tetap bersinar. Pemerintah juga memberikan dana yang berupa pelatihan agar kami para pengerajin bisa semakin terampil dalam membuat produk-produk dan dibantu memberikan penilaian serta masukan agar bisa semakin berkembang lagi.

4.2.10 Alia

Nama : Pak Budiman
Umur : 55 Tahun
Alamat : Jalan Tuntang RT 01 RW 06
No HP : 0895321007883
Nama Usaha : Alia
Umur Usaha : 15 tahun

Kondisi Usaha Sebelum Pandemi

Pak Budiman adalah mitra binaan yang di bawah asuhan Bengok Craft. Beliau sudah berusia kira-kira 15 tahun mengerajin namun baru kelihatan lantaran selama ini beliau lemah dalam hal pemasaran. Bersama dengan Bengok Craft, Pak Budiman terpacu untuk terus memproduksi hingga saat ini.

Dari awal, Pak Budiman mempunyai sebuah impian yang tinggi bahwa ingin sekali membuat toko sendiri dengan menjualkan produk-produk enceng gondok. Akan tetapi lantaran tidak mempunyai modal skill untuk memasarkan lantas produksi berhenti. Bengok Craft hadir untuk memfasilitasi agar Pak Budiman tidak berhenti dalam memproduksi. Beliau walaupun dengan usia yang sudah menua, namun beliau tetap mempunyai semangat yang muda. Semangat inilah yang selalu menyemangati agar usaha Pak Budiman menjadi semakin berkembang.

Pak Budiman biasanya memproduksi Bantal, Topi, Sandal, Tas, dan Box. Biasanya beliau memasarkan produknya di sekitar local Semarang saja. Jumlah produksi yang beliau hasilkan selama sebulan kurang lebih 200 pcs tergantung pesanan yang datang. Dengan jumlah produksi segitu, biasanya Pak Budiman meraih penghasilan mencapai 1.000.000 dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 3 orang.

Biasa terkait bahan baku, Pak Budiman mengambilnya dari petani dengan harga 5000 per kg. Pada dasarnya dari segi skill Pak Budiman ini sudah dinilai bagus dan terampil. Namun beliau merasa kesulitannya ketika sedang menginovasi dari sisi bahan-bahan pendukung seperti membuat sandal dan akil perlu membutuhkan spons, dll.

Masa Pandemi

Di masa pandemi ini, Pak Budiman sempat tidak memproduksi karena tidak ada penjualan ataupun modal yang kembali sehingga beliau memutuskan untuk berhenti sembari menunggu pesanan datang. Akan tetapi, beliau tetap bertahan menjadi seorang pengerajin enceng bahkan beliau mengembangkan produk dengan melihat media di TV di mana terdapat sample-sample yang bisa dibuat menjadi kerajinan alam dari enceng. Walaupun jiwa Pak Budiman ini sudah mulai tua namun benar-benar semangat beliau sungguh luar biasa, bahkan beliau menerapkan pada anaknya. Daripada waktu luang digunakan dengan sia-sia mending digunakan untuk membuat sesuatu yang bermakna yaitu menganyam.

Selama pandemi beliau meneruskan produk yang belum selesai yaitu menyelesaikan pembuatan box dan sandal. Sayangnya, semangat beliau tidak diberikan respon positif oleh pemerintah daerah dalam memberikan bantuan kepada mereka sehingga beliau mengalami kesulitan dalam mencari pasar untuk menjual produknya. Dalam masa pandemi ini, yang menjadi perhatian beliau adalah perhitungan yang tertib, kedisiplinan serta tidak boleh manja oleh dinas. Usaha ini bisa berjalan karena usaha dan kerja keras antar anggota keluarga sehingga bisa bertahan di tengah pandemi ini.

Rencana Usaha Kenormalan Baru

Pak Budiman adalah seorang usahawan yang visioner. Karena beliau mempunyai cita-cita dan angan-angan untuk membuat show room pribadi di desa ini. Banyak orang yang belum tahu bahwa enceng gondok yang notabene adalah sampah namun mempunyai nilai guna yang lebih tinggi. Sebenarnya konsepnya simple, beliau ingin membuat show room di depan rumah yang isinya seperti galeri pameran hasil mahakarya Pak Budiman sekeluarga. Walaupun beliau tidak mempunyai target hal itu bisa terwujud. Tapi beliau mau berusaha dari hal yang sederhana. Beliau ingin memproduksi dan produknya bisa laku agar ada pemasukan dan bisa mencukupi kebutuhan rumah tangga.

Harapan saya, pemerintah mempunyai dorongan untuk memberikan sebuah pelatihan atau pembinaan dibanding memberikan uang. Uang memang dibutuhkan oleh beliau, namun apakah arti sebuah uang apabila mentalitas kita belum tumbuh dan berkembang.

4.2.11 Gudang Craft

Nama : Purwanto
Umur : 40 Tahun
Alamat : Jalan Fatmawati
No HP : 085875636208
Nama Usaha : Gudang Craft
Umur Usaha : 3 tahun

Kondisi Usaha Sebelum Pandemi

Pak Purwanto atau akrab disebut dengan Mas Pur ini merupakan pengusaha yang responsif dan inovatif serta totalitas. Kenapa begitu? Karena beliau selalu siap menerima berbagai macam tawaran bentuk produk yang diminta oleh pelanggan. Beliau selalu mengatakan bisa walaupun beliau harus pontang-panting karena beliau harus mengerjakannya sendiri. Inovatif karena beliau termasuk orang yang suka hal baru. Misal enceng gondok yang biasa dianyam dan dibuat lembaran. Beliau suka dibuat secara kreatif dengan dibuat serabut dan bahkan dikombinasi dengan berbagai macam bentuk dan cara. Dan totalitas itu, karena beliau selalu memberikan yang terbaik. Sekalipun barang produksi misalnya bisa dibersihkan dan dikirim kembali, namun beliau lebih memilih untuk dihancurkan kembali dan dibuat yang baru.

Produk yang biasa beliau buat adalah Box Tisu, Jam, Tempat pensil dan berbagai miniatur. Area pemasaran yang beliau ambil adalah Kalimantan, Lokal dan 8 tempat wisata yang ada di Semarang. Jumlah produksi yang beliau hasilkan sampai 200 pcs dan dikerjakan oleh 1 orang dan 1 pegawai Mas Pur. Penghasilan yang didapat beliau rata-rata mencapai 8.000.000 dengan bahan baku beliau harus membeli di pengepul dengan harga 6.500. Kesulitan yang beliau hadapi adalah ketersediaan SDM. Terkadang ketika ada pesanan, beliau merasa kurang yakin dengan SDM yang membantu beliau.

Masa Pandemi

Di masa pandemi ini, Mas Purwanto mempunyai benar-benar mengalami kerugian yang sangat besar. Di tengah beliau sedang membangun rumah dan membuat Gudang Craft, beliau harus menelan kerugian lantaran semua barang-barang yang telah dikirim oleh beliau ke berbagai tempat wisata, akhirnya tidak bisa terjual lantaran toko dan tempat wisata tutup. Betapa malangnya beliau yang mengekspektasikan bahwa penjualan beliau akan laku namun semuanya menjadi sebuah hayalan dan ilusi belaka.

Dirasa bahwa kerajinan tidak bisa menjadi lading penghasilan. Maka dari itu, beliau memutuskan untuk berganti usaha yaitu dengan berjualan sembako. Alhamdulillah, bisnis sembako sudah beliau tekuni semenjak awal tahun 2020. Ketika dirasa bisnis kerajinan berhenti karena tidak ada permintaan, maka beliau menekuni bisnis sembakonya. Area pemasaran yang beliau sasar adalah masyarakat lokal. Walaupun beliau tidak mendapatkan fasilitas bantuan dari pemerintah akan tetapi beliau bersyukur bahwa masih bisa makan dan mencukupi kebutuhan sehari-hari. Yang menjadi permasalahan adalah pada sisi orderan yang lesu. Dan tantangan yang sedang dihadapi adalah saat di mana orang itu datang ke tempat wisata bukan untuk membeli buah tangan namun orang datang untuk berlibur dan melepas penat.

Rencana Usaha Kenormalan Baru

Pak Purwanto adalah salah satu pengrajin yang hebat, yang mana mampu membaca situasi dan kondisi yang terjadi. Walaupun Pak Purwanto adalah salah satu pengusaha yang terdampak pandemi. Tapi semangat untuk terus bergerak ini memacu beliau untuk menjadi seorang yang mampu bertahan di situasi sulit. Sampai beliau mempunyai semangat yaitu Bergerak Bengok. Bengok adalah Enceng gondok dan bergerak mengarah kepada pengerajin, yang harapannya pengerajin mempunyai semangat untuk mau bergerak terus walaupun banyak sekali penghalang. UMKM adalah pelaku usaha yang tahan banting mau diterpa apapun dan bagaimanapun masih tetap ada dan bertahan.

Beliau berharap bahwa target beliau ke depan pandemi berakhir dan produksi harus berjalan. Dan pemerintah harus menjadi garda terdepan untuk terus mendorong para pelaku UMKM agar pemasaran dan permintaan bisa terus jalan.

4.2.12 Cikidul

Nama : Rizky Ramadhan
Umur : 22 Tahun
Alamat : Jalan Manggar 5
No HP : 0895620078402
Nama Usaha : Cikidul
Umur Usaha : 3 tahun

Kondisi Usaha Sebelum Pandemi

Tempat produksi dari ibu Rizky berada di rumah yang beralamatkan di desa angin-angin kecamatan Tuntang, Jalan Manggar 5 ini telah berdiri baru selama 3 tahun, usaha yang telah didirikan ini belum terdaftar dalam usaha mikro, kecil, dan menengah pemerintah setempat. Selain itu usaha mba Rizky juga belum mempunyai klaster yang terkait dengan usahanya, selama berusaha hanya dilakukan secara mandiri dan belum ada bimbingan yang lebih lanjut dari pihak pemerintah setempat sehingga usahanya masih tergolong usaha yang kecil. Area pemasaran dari kerajinan ini sudah terjual di tempat-tempat wisata lokal, kecamatan Tuntang. Sebelum pandemi corona Rizky mampu memproduksi kerajinan seperti Tas, Pot, Topi, Vase Bunga. Dan mampu dijual dengan harga Rp 20.000 ribu-50.000 ribu per pcs. Jika dihitung pendapatannya per bulan mencapai 300.000-500.000. Sebelum pandemi ibu Rizky mampu memproduksi sebanyak 36 per bulan, bisa lebih, asal tergantung dengan jumlah pesanan yang datang, dan alat produksi yang senggang. Karena terus terang, produksi Rizky mengalami kesulitan di bagian alat produksi yang terbatas. Beliau selalu meminjam alat kepada pengusaha lain, agar bisa memproduksi kerajinan.

Usaha ini tidak memiliki tenaga kerja dan dikerjakan sendiri yang dibantu oleh ibunya. Persediaan bahan baku enceng gondok sebelum pandemi corona dapat dikatakan cukup dan bahkan bisa memenuhi apalagi harganya masih terbilang murah.

Masa Pandemi

Dengan keadaan seperti sekarang ini, usaha yang didirikan Rizky tetap beroperasi di tengah pandemi corona yang menyerang, selama pandemi corona juga tidak melakukan perubahan kepada usaha yang lama hal ini dikarenakan Rizky lebih mempertahankan usahanya ketimbang mencoba untuk mendirikan usaha yang baru. Area pemasaran beliau selama pandemi tidak jalan walaupun beliau tetap memproduksi. Beliau sudah mengalami banyak kerugian lantaran produk-produknya yang sebelum pandemi sudah dititipkan ke tempat-tempat wisata, semuanya terpaksa harus rusak lantaran banyak tempat-tempat wisata yang tutup selama 1 bulan sehingga produk-produk tersebut tidak bisa diambil dan jamur. Rizky tidak melakukan inovasi selama pandemi hanya saja memproduksi produk-produk yang sesuai dengan pesanan dari konsumen, jumlah yang diproduksi pun berkurang tidak seperti sedia kala. Berbagai kebijakan pemerintah telah dikeluarkan untuk membantu masyarakat selama pandemi ini salah satu bantuannya ialah berupa sembako. Kesulitan yang dihadapi usaha Rizky ini adalah modal yang cukup tidak banyak karena uang yang digunakan untuk modal usaha digunakan untuk membeli kebutuhan seperti alat produksi. Namun berjalan bulan ke 2 pandemi, beliau mendapatkan pesanan meskipun sedikit demi sedikit. Selama pandemi, faktor lain yang menyebabkan ialah permintaan yang sepi dan masih tidak lancar seperti biasanya sehingga untuk pemasukan belum normal Kembali semula.

Masa New Normal

Rizky untuk saat ini belum mempunyai rencana di masa depan untuk membuka usaha baru, beliau masih ingin mengembangkan usahanya dengan membuat toko sendiri agar produknya mampu dikenal di berbagai tempat. Beliau juga ingin mengembangkan usaha ini agar mampu ditabung untuk kuliah agar pengetahuan beliau terutama terkait usaha bisa semakin lebih optimal. Selama pademik ini, Rizky terus berupaya untuk mengembalikan pendapatan dari usahanya supaya dapat normal kembali dan memajukan usahanya, untuk saat ini belum mempunyai inovasi-inovasi dalam yang berguna dalam produknya akan tetapi Rizky lebih berfokus untuk terus mempertahankan usahanya supaya tidak mengalami kebangkrutan. Harapan Rizky kepada pemerintah seandainya di masa yang akan datang virus corona sudah tidak ada lagi ialah pemerintah dapat memberikan perhatian kepada rakyat supaya kebijakan-kebijakan yang telah dibuat dapat lebih di makmurkan, selain itu pemerintah juga dapat memberikan penambahan modal kepada pelaku usaha supaya usaha yang telah didirikan dapat berkembang menjadi lebih baik lagi.

4.2.13 Iboni Craft

Nama : Uswatun
Umur : 37 Tahun
Alamat : Jalan Rowokasam, Rowoboni
No HP : 085740601935
Nama Usaha : Iboni Craft
Umur Usaha : 4 tahun

Kondisi Usaha Sebelum Pandemi

Akses jalan untuk menuju usaha yang didirikan oleh ibu Uswatun hanya bisa dilalui oleh kendaraan beroda dua, hal ini disebabkan oleh akses jalan yang sempit dan hanya mampu di lewati oleh kendaraan beroda dua. Letak dari usaha ibu Uswatun ini berada di desa Rowo Kasam, Rowoboni. Dan beliau sudah 4 tahun ibu Uswatun menekuni usaha ini dan terus mempertahankan usahanya supaya terus beroperasi hingga saat ini. Area pemasaran untuk menjual hasil produknya yaitu lokal Banyubiru. Produk yang dibuat oleh beliau adalah anyaman lembaran, tempat tisu, tempat pensil dan plesmed serta beliau biasanya mengikuti pesanan yang sesuai dengan permintaan konsumennya.

Sebelum pandemi usaha ini mampu memproduksi hingga 100 produk yang di produksi sekitar 1 seminggu sekali tergantung dari permintaan pasar. Dengan adanya pandemi ini membuat pendapatan menjadi menurun diakibatkannya sepihnya konsumen untuk membeli produknya. Pendapatan yang didapat sebelum pandemi corona berkisar Rp 2000.000 per sekali produksi, di dalam usahanya ibu Uswatun memiliki 6 tenaga kerja yang membantu di dalam proses produksi ini. Selama pandemi ketersediaan bahan baku semakin sulit lantaran himbauan dari pemerintah membuat para petani menjadi takut untuk memanen enceng.

Usaha milik ibu Uswatun selama pandemi corona ini tidak mengalami perubahan produk, ibu Uswatun tetap mempertahankan usaha lamanya terus beroperasi. Saat ini usaha kerajinan bu Uswatun dari bahan baku enceng gondok belum memiliki inovasi untuk mengembangkan produknya hal ini disebabkan oleh kurangnya tenaga kerja dan juga tenaga yang cukup kuat karena memproduksi kerajinan sudah menghabiskan waktu dan tenaga sendiri. Selama pandemi corona area pemasaran mengalami perubahan yaitu tidak menjual produk namun menyimpannya menjadi stok, bila pandemi sudah berakhir ketika ada pesanan langsung bisa dengan sigap menerima pesanan tersebut.

Beliau merasa bahwa ingin membuka pasar baru dengan keadaan seperti saat ini cukup sulit karena daya beli masyarakat menurun sehingga tidak akan laku di pangsa pasar yang baru. Usaha ibu Uswatun telah mendapatkan bantuan dari pemerintah setempat berupa sembako yang terdiri dari mi 1 dus, beras 10 kg, susu satu renteng, serta satu kecap indofood hanya itu saja karena setiap orang dibagi ada yang mendapatkan sembako dan tidak mendapatkan bantuan berupa uang tunai. Jumlah tenaga kerja yang ikut membantu dalam proses produksi kerajinan ini tidak mengalami perubahan masih terdapat dua tenaga kerja, kesulitan yang dihadapi selama pandemi ini penjualan yang sering kali turun dan jarang untuk naik hal ini disebabkan oleh daya beli konsumen yang ikut menurun tidak seperti sebelum pandemi. Tantangan yang dihadapi selama pandemi yaitu harga bahan baku mengalami kenaikan sehingga ibu Uswatun terkadang hanya mampu memproduksi kerajinan sesuai dengan bahan baku yang tersedia dan juga permintaan dari konsumen.

Di masa yang akan datang ibu Uswatun akan terus menjalankan usaha lamanya dan belum memiliki gambaran untuk mencoba berusaha di bidang yang lain, untuk kedepannya ibu Uswatun akan mencoba melakukan inovasi berupa penambahan rasa yang terdapat di produknya akan tetapi masih berupa gagasan semata dan menunggu waktu yang tepat untuk mengaplikasikan inovasinya. Target yang hendak dicapai dalam berusaha di masa yang akan datang yaitu usaha dapat terus berjalan dan semakin baik menjadi lebih maju serta mengalami peningkatan keuntungan. Harapan ibu Uswatun kepada pemerintah yaitu memberikan penambahan modal dalam membangun usaha supaya semakin berkembang lagi.

4.2.14 Cikidul

Nama : Nuryanti
Umur : 47 Tahun
Alamat : Jalan Manggar 5 no 2
No HP : 0895367294758
Nama Usaha : Cikidul
Umur Usaha : 2 tahun

Kondisi Usaha Sebelum Pandemi

Bu Nur atau akrab disebut dengan Mba Nur ini merupakan pengusaha yang bersemangat. Kenapa begitu? Karena beliau selalu siap menerima berbagai macam tawaran bentuk produk yang diminta oleh pelanggan. Beliau selalu mengatakan bisa walaupun beliau harus pontang-panting karena beliau harus mengerjakannya sendiri. Produk yang biasa beliau buat adalah Tas, Box Tisu, dan vase bunga. Area pemasaran yang beliau ambil adalah Lokal. Jumlah produksi yang beliau hasilkan sampai 100 pcs dan dikerjakan oleh 1 orang dan 1 pegawai yaitu suaminya. Penghasilan yang didapat beliau rata-rata mencapai 500.000 dengan bahan baku beliau harus membeli di pengepul dengan harga 5000. Kesulitan yang beliau hadapi adalah ketersediaan SDM. Terkadang ketika ada pesanan, beliau merasa kurang yakin dengan SDM yang membantu beliau.

Masa Pandemi

Di masa pandemi ini, Mba Nur mempunyai benar-benar mengalami kerugian yang sangat besar. Di tengah beliau harus membantu suami dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga, beliau harus menelan kerugian lantaran semua barang-barang yang telah dibuatkan namun tidak jadi dan tidak jadi diambil lantaran terkena lock down. Kekecewaan bercampur kesedihan yang beliau rasakan namun inilah resiko yang harus beliau hadapi.

Buah yang bisa beliau tangkap adalah kesabaran dan ketabahan dalam menghadapi pandemi ini, masih bersyukur beliau masih mampu berkarya membuat stok produk-produk meski produk yang sudah jadi itu belum bisa terjual. Semua pasti punya rencana. Beliau tetap bertahan dan berjuang meskipun beliau menghadapi kesulitan yang begitu dahsyat. Beliau meyakini bahwa situasi ini pasti akan berakhir. Walaupun beliau tidak mendapatkan fasilitas bantuan dari pemerintah akan tetapi beliau bersyukur bahwa masih bisa makan dan mencukupi kebutuhan sehari-hari. Yang menjadi permasalahan adalah pada sisi orderan yang lesu. Dan tantangan yang sedang dihadapi adalah saat di mana orang itu datang ke tempat wisata bukan untuk membeli buah tangan namun orang datang untuk berlibur dan melepas penat.

Rencana Usaha Kenormalan Baru

Bu Nur adalah salah satu pengrajin yang hebat, yang mana mampu membaca situasi dan kondisi yang terjadi. Walaupun Bu Nur adalah salah satu pengusaha yang terdampak pandemi. Tapi semangat untuk terus bergerak ini memacu beliau untuk menjadi seorang yang mampu bertahan di situasi sulit. Sampai beliau mempunyai semangat yaitu Aku harus terus bergerak. Bergerak agar dapat menemukan suatu cara mendorong diri untuk keluar dari zona nyaman dan mendobrak lubang kemalasan sehingga mengarah kepada satu tujuan yaitu bangkit. Yang harapannya pengerajin mempunyai semangat untuk mau bergerak terus walaupun banyak sekali penghalang. UMKM adalah pelaku usaha yang tahan banting mau diterpa apapun dan bagaimanapun masih tetap ada dan bertahan.

Beliau berharap bahwa target beliau ke depan pandemi berakhir dan produksi harus berjalan. Dan pemerintah harus menjadi garda terdepan untuk terus mendorong para pelaku UMKM agar pemasaran dan permintaan bisa terus jalan.

4.2.15 Sekar Melati

Nama : Badriah
Umur : 44 Tahun
Alamat : Jalan Donosari
No HP : 089636782040
Nama Usaha : Sekar Melati
Umur Usaha : 3 tahun

Kondisi Usaha Sebelum Pandemi

Badriah atau akrab disebut dengan Mba Bad ini merupakan pengusaha yang responsif. Kenapa begitu? Karena beliau selalu siap menerima berbagai macam tawaran bentuk produk yang diminta oleh pelanggan. Beliau selalu mengatakan bisa walaupun beliau harus pontang-panting karena beliau harus mengerjakannya sendiri. Sekalipun barang produksi misalnya bisa dibersihkan dan dikirim kembali, namun beliau lebih memilih untuk dihancurkan kembali dan dibuat yang baru. Produk yang biasa beliau buat adalah pot, tempat buah dan karpet. Area pemasaran yang beliau ambil adalah Lokal dan Bali. Jumlah produksi yang beliau hasilkan sampai 50 pcs dan dikerjakan oleh 1 orang. Penghasilan yang didapat beliau rata-rata mencapai 5.000.000 dengan bahan baku beliau harus membeli di pengepul dengan harga 4.500. Kesulitan yang beliau hadapi adalah ketersediaan SDM. Terkadang ketika ada pesanan, beliau merasa kurang yakin dengan SDM yang membantu beliau.

Masa Pandemi

Di masa pandemi ini, Badriah mempunyai benar-benar mengalami kerugian yang sangat besar. Dengan keadaan seperti sekarang ini usaha yang didirikan Badriah tetap beroperasi di tengah pandemi corona yang menyerang, selama pandemi corona juga tidak melakukan perubahan kepada usaha yang lama hal ini dikarenakan Badriah lebih mempertahankan usahanya yang telah lama berdiri ketimbang mencoba untuk mendirikan usaha yang baru. Badriah tetap membuat kerajinan lembaran namun hanya dibuat stok saja sehingga ketika ada pesanan beliau langsung siap dan sigap. Area pemasaran juga tidak mengalami perubahan masih di Lokal saja.

Badriah tidak melakukan inovasi selama pandemi hanya saja memproduksi sandal yang sesuai dengan pesanan dari konsumen, jumlah yang diproduksi pun berkurang tidak seperti sedia kala. Berbagai kebijakan pemerintah telah di keluarkan untuk membantu masyarakat selama pandemi ini Badriah tidak mendapatkan bantuan tersebut dan beliau hanya menggantungkan diri kepada hasil jerih payahnya dalam memproduksi kerajinannya.

Kesulitan yang dihadapi usaha Badriah ini adalah pesanan yang tidak ada. Andai Badriah boleh memilih, antara bantuan uang atau pesanan, Badriah lebih memilih mendapatkan pesanan dibandingkan uang. Karena percuma mendapatkan uang dan memproduksi kalau tidak ada yang beli. Andai ada pesananan jelas bahwa produk yang dibuat akan dibeli oleh pelanggan tersebut. Faktor lain yang menyebabkan ialah penjualan yang sepi dan tidak lancar seperti biasanya sehingga untuk mengembalikan modal cukup sulit.

Rencana Usaha Kenormalan Baru

Badriah untuk saat ini belum mempunyai rencana di masa depan untuk membuka usaha baru, beliau masih ingin mengembangkan usaha sandalnya yang terbuat dari berbagai macam desain mulai dari kerajinan alam enceng gondok. Selama pademi ini Badriah terus berupaya untuk mengembalikan pendapatan dari usahanya supaya dapat normal kembali dan memajukan usahanya, untuk saat ini belum mempunyai inovasi-inovasi dalam yang berguna dalam produknya akan tetapi Badriah lebih berfokus untuk terus mempertahankan usahanya supaya tidak mengalami kebangkrutan, mengerjakan sesuai dengan pesanan. Target beliau, ingin meramaikan Kembali produk yang dibuat dari enceng gondok. Harapan Badriah kepada pemerintah seandainya di masa yang akan datang virus corona sudah tidak ada lagi ialah pemerintah dapat memberikan perhatian kepada rakyat supaya kebijakan-kebijakan yang telah dibuat dapat lebih dimakmurkan, selain itu pemerintah juga dapat memberikan penambahan modal kepada pelaku usaha supaya usaha yang telah didirikan dapat berkembang menjadi lebih baik lagi dan mohon selalu diikutsertakan Ketika ada event.

4.2.16 Intisari

Nama : Siti Lestari
Umur : 65 Tahun
Alamat : Jalan Donosari Sukodono
Nama Usaha : Intisari
Umur Usaha : 6 th

Kondisi Usaha Sebelum Pandemi

Bu Siti atau akrab disebut dengan Bu Inti ini merupakan pengusaha yang tangguh karena diusia nya yang ke 65 tahun. Namun beliau tetap mempunyai semangat untuk terus berkembang dalam produksinya. Beliau selalu siap menerima berbagai macam tawaran bentuk produk yang diminta oleh pelanggan. Beliau selalu mengatakan bisa walaupun beliau harus extra keras karena beliau harus mengerjakannya sendiri, apalagi beliau sudah terbilang usia yang tidak lagi muda. Produk yang biasa beliau buat adalah Box Tisu, kursi, dan keranjang. Area pemasaran yang beliau ambil adalah lokal. Jumlah produksi yang beliau hasilkan sampai 5 - 10 pcs dan dikerjakan oleh 1 orang. Penghasilan yang didapat beliau rata-rata mencapai 500.000 dengan bahan baku beliau harus membeli di pengepul dengan harga 5000. Kesulitan yang beliau hadapi adalah ketersediaan SDM, yang tidak lagi bersemangat dalam berproduksi. Terkadang ketika ada pesanan, beliau merasa kurang yakin dengan SDM yang membantu beliau.

Masa Pandemi

Pemerintah telah memberikan pengetahuan kepada masyarakat luas tentang virus covid sembilan belas beserta dengan dampak yang di terjadi jika masyarakat terjangkit virus ini, selama masih ada virus corona maka kondisi yang semula normal akan memberikan dampak kepada pelaku usaha. Usaha milik bu Siti tidak mengalami perubahan produk masih tetap menjadi pengerajin saja dan selama covid berlangsung beliau memang mengalami kesulitan atau mengalami tersendat dalam proses produksi, namun beliau tetap berjuang dan nyatanya walaupun sepi pembeli, waktu bulan lebaran, produk bu Siti mendapatkan pesanan dari lokal Banyubiru. Walaupun pesanannya tidak dalam jumlah banyak akan tetapi, Bu Siti mensyukuri atas nikmat yang Allah berikan.

Bu Siti tidak melakukan inovasi selama pandemi covid sembilan belas melainkan terus berupaya untuk terus mempertahankan usahanya supaya dapat terus beroperasi, selain itu usaha kerajinan yang telah berdiri cukup lama ini tidak mendapatkan fasilitas maupun bantuan dari pemerintah setempat.

Di tengah pandemi yang menyerang jumlah tenaga kerja yang ikut membantu Bu Siti sehingga sekarang Bu Siti merumahkan para pekerjaannya. Pandemi memberikan kesulitan kepada berbagai pihak seperti yang dialami oleh para pengerajin yang lain. Kesulitan sangat terasa dalam penyediaan bahan baku yang semakin sulit untuk didapatkan karena harganya mahal sehingga tidak masuk dalam hitungan pengerajin. Menjadi seorang pengerajin itu sulit lantaran untung tidak seberapa tapi pengorbanannya luar biasa. Maksudnya, para pengerajin untung Rp. 500 aja sudah bersyukur, ini dengan adanya pandemi, harga bahan baku setiap tahunnya naik, tapi pendapatan dari permintaan rendah sehingga tidak masuk dalam hitungan. Tidak diambil nanti tidak memproduksi. Maka kondisi situasi pengerajin saat pandemi benar-benar diambang batas.

Rencana Usaha Kenormalan Baru

Bu Inti telah menetapkan rencana di masa yang akan datang yaitu tetap melanjutkan usaha yang lama yaitu membuat kerajinan yang sesuai dengan permintaan pasar dan menjadikan usahanya semakin lebih baik dan sukses, untuk saat ini Bu Inti hanya berfokus kepada usahanya dan belum memiliki gambaran terhadap inovasi-inovasi yang akan digunakan di masa depan. Target yang diharapkan di masa yang akan datang ialah usaha yang sudah cukup lama di bangun dapat membantu impian dari Bu Inti untuk melangsungkan ibadah suci ke tanah suci Mekkah. Harapan yang ditujukan kepada pemerintah yaitu dapat memberikan modal tambahan kepada para pelaku usaha yang mampu digunakan untuk pengembangan usaha, selain itu juga bisa dibimbing untuk memperluas usahanya menjadi semakin sukses dan baik supaya mampu meningkatkan keuntungan serta dibantu dalam hal pemasaran agar mendapatkan orderan.

4.2.17 Iboni

Nama : Romdiah
Umur : 48 Tahun
Alamat : Jalan Rowoboni
No HP : 083153519808
Nama Usaha : Iboni
Umur Usaha : 3 th

Kondisi Usaha Sebelum Pandemi

Bu Romdiah atau akrab disebut dengan Bu Rom ini merupakan pengusaha tahan banting dan berpendirian kuat. Kenapa begitu? Karena beliau mengalami yang namanya jatuh bangunnya menjadi seorang pengerajin. Motivasi beliau untuk masuk di dunia pengerajin adalah *passion*. Beliau merupakan tokoh yang selalu siap menerima berbagai macam tawaran bentuk produk yang diminta oleh pelanggan. Beliau selalu mengatakan bahwa sesulit apapun jenis permintaannya, saya akan bisa membuatnya, begitu ujar Mba Rom kepada saya ketika saya wawancarai. Sekalipun itu termasuk tokoh baru namun beliau sungguh mempunyai semangat untuk terus memproduksi. Beliau saat ini sedang membuat karpet, lembaran, box dan tikar. Saat ini beliau mendapat pesanan dari Jakarta untuk pengiriman barang-barang ini. Jumlah produksi yang beliau hasilkan sampai 20 pcs dan dikerjakan oleh 1 orang dan 1 orang yang membantu beliau yaitu suami beliau. Penghasilan yang didapat beliau rata-rata mencapai 5.000.000 dengan bahan baku beliau harus membeli di pengepul dengan harga 5000. Kesulitan yang beliau hadapi adalah ketersediaan SDM. Terkadang ketika ada pesanan, beliau merasa kurang yakin dengan SDM yang membantu beliau.

Masa Pandemi

Dengan adanya virus corona tidak membuat usaha ibu Romdiyah berubah ke produk yang lain melainkan masih sama dengan produk yang sebelumnya yaitu membuat kerajinan dengan bahan baku enceng gondok. Dengan keadaan seperti sekarang ini ibu Romdiyah tetap mempertahankan usaha lamanya dengan tetap beroperasi seperti biasanya meskipun jumlah yang diproduksi berkurang dari kondisi normal serta pendapatan yang ikut menurun akibat dari virus corona. Untuk area pemasaran milik ibu Romdiyah selama masa pandemi benar-benar *off*, karena beliau lebih mengutamakan untuk *restok*. Selama pandemi ini ibu Romdiyah tidak melakukan inovasi kepada produk lamanya karena saat ini belum memikirkan pengembangan terkait produk melainkan lebih berfokus untuk mempertahankan usahanya dengan terus melakukan produksi dan juga menjualnya sedikit-sedikit kepada beberapa pelanggan pengerajin yang masih mau membeli.

Dalam hal ini, tenaga kerja yang bekerja di usaha milik Bu Romdiyah tidak mengalami perubahan jika sebelumnya bisa mempekerjakan 1 orang tenaga kerja saat ini hanya beliau seorang pekerjanya saja. Pandemi virus corona ini bersamaan dengan musim kemarau semakin mempersulit dalam mobilitas kendaraan yang mengantar bahan baku ke Petani. Kesulitan dalam menjalankan usaha ini, yang utama dan pertama adalah orderan yang sepi dan minim sehingga Bu Romdiyah mempunyai sifat kemalasan untuk menjalankan kerajinan ini. Tantangan yang dihadapi selama masa-masa virus corona ini yaitu penjualan yang tidak stabil sering berubah ubah naik turun sehingga merupakan tantangan tersendiri bagi ibu Romdiyah menghadapi kondisi yang tidak tentu ini.

Rencana Usaha Kenormalan Baru

Usaha kerajinan ini akan terus dipertahankan sampai dengan masa yang akan datang dan belum mempunyai gagasan untuk beralih usaha di bidang yang lainnya, sampai saat ini belum memikirkan inovasi karena beliau sedang berfokus terhadap bagaimana caranya bisa memproduksi lagi sehingga aktivitas produksi Kembali berjalan seperti biasanya dengan terus melakukan pengembangan dengan memberikan motif dan warna agar dapat lebih menarik. Target yang akan dituju di masa kenormalan baru ialah menambah perluasan pasar lagi dengan begitu akan semakin baik jika menambah pasar maka akan menambah pendapatan dan keuntungan dalam usaha. Harapan terhadap kebijakan pemerintah saat kondisi sudah stabil yaitu mendorong dan membantu para pengerajin agar mau mempromosikan produk-produknya sehingga penjualan relatif meningkat. Maka hal ini dapat memicu semangat dalam bekerja, secara tidak langsung dan memberikan kesejahteraan kepada pelaku usaha.

4.2.18 Iboni

Nama : Wahyu Wulandari
Umur : 37 Tahun
Alamat : Jalan Rowoboni
No HP : 081882811060
Nama Usaha : Iboni
Umur Usaha : 2 th

Kondisi Usaha Sebelum Pandemi

Bu Wahyu atau akrab dipanggil dengan nama Mbak Wahyu ini merupakan pengusaha enceng gondok yang responsif. Hal ini lantaran Mbak Wahyu adalah salah satu pengusaha enceng gondok yang selalu siap menerima berbagai macam tawaran bentuk produk yang diminta oleh pelanggan. Apapun Beliau selalu mengatakan bisa walaupun beliau harus pontang-panting karena beliau harus mengerjakannya sendiri. Produk yang biasa beliau buat adalah karpet, box, karpet panjang dan plesmed. Area pemasaran yang beliau ambil adalah lokal.

Jumlah produksi yang beliau hasilkan sampai 10 pcs per minggu dan dikerjakan oleh 1 orang saja sehingga beliau benar-benar menyambi selain menjadi ibu rumah tangga, beliau menjadi merangkap menjadi seorang pengerajin. Sungguh kemampuan yang luar biasa, bahwa beliau mampu menjalani ini sudah 2 tahun. Berbekal dukungan dari suami, akhirnya beliau pun berani dan harus memulainya. Penghasilan yang didapat beliau rata-rata mencapai 2.000.000-3.000.000 dengan bahan baku beliau harus membeli di pengepul dengan harga 5000. Kesulitan yang beliau hadapi adalah ketersediaan SDM. Terkadang ketika ada pesanan, beliau merasa kurang yakin dengan SDM yang membantu beliau.

Masa Pandemi

Selama masa pandemi usaha yang telah dipertahankan oleh Bu Rom tidak mengalami perubahan, selalu memproduksi tapi lembaran saja. Area pemasaran untuk menjual hasil produk kerajinan yang terbuat dari enceng gondok ini sementara saya tutup atau close lantaran sikon dan kondisi, bukan berarti Bu Rom tidak produksi, namun beliau tetap memutuskan untuk memproduksi Cuma dibuat stok. Jadi semisal pandemi ini berakhir, ada pesanan beliau langsung bisa buat karena beliau sudah mempunyai stok bahan material. Sebelum masa-masa pandemi usaha ini mampu memproduksi satu setengah hingga 1 kwintal per minggu dan 150-200 per meter yang di produksi setiap bulannya tergantung dari permintaan pasar, dengan adanya pandemi ini membuat pendapatan menjadi menurun dan daya beli masyarakat menurun.

Pendapatan yang didapat sebelum pandemi corona berkisar Rp 200.000 selama satu hari untuk saat ini hanya mampu mendapatkan Rp 100.000 dalam satu hari saja bahkan beliau pernah tidak mendapatkan uang sama sekali. Dalam usahanya Bu Rom tidak memiliki tenaga kerja, sehingga semua yang mengerjakan adalah Bu Rom sendiri. Selama pandemi ketersediaan bahan baku dapat dikatakan lancar hal ini dikarenakan jumlah bahan baku yang berdekatan dengan sumber sehingga tidak menjadi sebuah halangan. Yang menjadi keprihatinan adalah SDM yang belum mumpuni terkait konsistensi.

Rencana Usaha Kenormalan Baru

Di masa yang akan datang Bu Rom akan terus menjalankan usaha lamanya dan menambah kemasan menjadi lebih baik lagi, untuk kedepannya Bu Rom akan melakukan inovasi untuk memberikan pelatihan kepada anak-anaknya tentang cara pengelolaan kerajinan ini sehingga mampu meneruskan usahanya. Target yang hendak dicapai dalam berusaha di masa yang akan datang yaitu keuntungan dapat kembali normal supaya beban dalam berusaha kerajinan ini dapat berkurang. Harapan Bu Rom kepada pemerintah yaitu dapat meningkatkan motivasi diri buat para pelaku usaha agar semakin giat dan bersemangat dengan demikian akan meningkatkan penjualan kerajinan ini.

4.2.19 Boni

Nama : Siti Rahayu
Umur : 40 Tahun
Alamat : Jalan Batanghari I, Sukodono
No HP : 085729481337
Nama Usaha : Boni
Umur Usaha : 17 th

Kondisi Usaha Sebelum Pandemi

Letak dari usaha ini berada di Sukodono, Jalan Batanghari I. Sudah tujuh belas tahun, Bu Siti menekuni usaha ini dan terus mempertahankan usahanya sampai saat ini. Area pemasaran untuk menjual hasil produk kerajinan yang terbuat dari jenis bahan baku ini dijual di lokal terkadang juga menerima pesanan dari konsumen yang memesan. Akses jalan untuk menuju usaha yang dirintis oleh Bu Siti hanya bisa dilalui oleh kendaraan beroda dua saja, akses jalan yang sempit dan hanya mampu dilewati oleh kendaraan bermotor karena ruas jalan yang tidak terlalu lebar. Sebelum pandemi memasuki Indonesia usaha ini mampu memproduksi hingga 50-100 pcs lembaran dan produk-produk seperti karpet, gantungan kunci yang di produksi setiap harinya tergantung dari permintaan pasar. Namun, dengan adanya pandemi ini membuat pendapatan menjadi menurun. Pendapatan yang didapat sebelum pandemi corona berkisar Rp 3.000.000 selama satu bulan.

Dalam usahanya Bu Siti tidak memiliki tenaga kerja yang membantu di dalam proses produksi ini. Dalam artian beliau kerja sendiri dalam proses produksi. Selama pandemi ketersediaan bahan baku dapat dikatakan lancar hal ini disebabkan karena jumlah bahan baku yang dikirim oleh pengepul cukup banyak sehingga terdapat stok untuk melakukan proses produksi. Memasuki musim penghujan, beliau mengalami kesulitan karena mengalami keterhambatan dalam proses penjemuran. Tingkat pendidikan yang ditempuh oleh Bu Siti ialah sekolah dasar.

Masa Pandemi

Usaha milik Bu Siti selama pandemi corona ini tidak mengalami perubahan produk, Bu Siti tetap mempertahankan usaha lamanya dengan terus memproduksi, walaupun tidak dijual. Saat ini usaha beliau membuat produknya dari bahan baku enceng gondok dan belum memiliki inovasi untuk mengembangkan produknya karena belum memikirkan inovasi yang dirasa cocok dengan produk lamanya. Beliau hanya membuat lembaran dari bahan dasar enceng gondok. Selama pandemi corona area pemasaran mengalami perubahan dengan hanya memproduksi membuat lembaran namun tidak dijual di pasar lantaran sepiya pelanggan dan permintaan.

Beliau mempunyai usaha untuk membuka pasar baru, tapi dengan keadaan seperti saat ini rasanya akan cukup sulit karena daya beli masyarakat menurun. Usaha Bu Siti tidak mendapatkan bantuan dari pemerintah setempat. Jumlah tenaga kerja yang ikut membantu dalam proses produksi ini mengalami perubahan dari sebelumnya yang awalnya 15 menjadi 2 orang. Hal ini dilakukan untuk mengatur pengeluaran. Kesulitan yang dihadapi selama pandemi ini yaitu penjualan yang sulit karena permintaan akan produksi kerajinan ini menurun selain itu juga daya beli masyarakat saat ini mengalami penurunan. Tantangan yang dihadapi selama pandemi yaitu penjualan yang menurun akibat dari pasar yang sepi membuat Bu Siti harus memikirkan cara lain supaya produknya mampu terjual dengan normal.

Rencana Usaha Kenormalan Baru

Di masa yang akan datang Bu Siti akan terus menjalankan usaha lamanya yaitu menjadi seorang pengerajin. Karena menjadi seorang pengerajin itu berkahnya banyak. Berkah itu bukan dilihat dari seberapa besar pendapatan yang diterima akan tetapi seberapa besar kemampuan untuk mensyukuri rahmat yang Allah berikan. Untuk kedepannya Bu Siti akan mencoba melakukan inovasi untuk mencoba pangsa pasar yang baru supaya tahu respon konsumen terhadap produk barunya. Target yang hendak dicapai dalam berusaha di masa yang akan datang yaitu usaha dapat terus berjalan dan semakin sukses. Harapan Bu Siti kepada pemerintah yaitu dapat mendukung usaha-usaha kecil serta bantuan-bantuan yang telah dibuat dapat dilancarkan kepada masyarakat.

4.2.20 Maha Karya Craft

Nama : Pak Slamet Triadmo
Umur : 50 Tahun
Alamat : Jalan Jl Sukodono
No HP : 081328596251
Nama Usaha : Maha Karya Craft
Umur Usaha : 15 th

Kondisi Usaha Sebelum Pandemi

Jalan untuk menuju rumah produksi milik Pak Tri dapat ditempuh menggunakan kendaraan roda 2 saja karena masuk ke dalam gang dan hanya mampu dilalui oleh kendaraan bermotor, jika menggunakan kendaraan beroda empat maka harus berjalan kaki kurang lebih sekitar 700 meter dari jalan utama menuju rumah Pak Tri. Selama menempuh pendidikan Pak Tri hanya selesai di jenjang sekolah menengah pertama saja dan tidak melanjutkan ke jenjang berikutnya. Pak Tri telah memulai usaha untuk mengolah bahan baku kerajinan alam berasal dari pengalaman kerja di mana beliau pernah menjadi karyawan di sebuah perusahaan. Umur usaha Pak Tri sudah berumur lima belas tahun lamanya dan menuju ke enam belas tahun, tempat produksi usaha Pak Tri berada di rumah yang beralamatkan di Sukodono.

Saat ini usaha Pak Tri belum terdaftar ke dalam usaha mikro kecil menengah milik pemerintah setempat, selain itu juga belum menjadi salah satu anggota klaster usaha yang sejenis. Kondisi sebelum pandemi virus corona menyerang Pak Tri hanya membuat kerajinan dari enceng gondok yang diproduksi setiap harinya. Dalam memasarkan produknya Pak Tri hanya menjual ke lokal dan Jakarta. Selain itu beliau juga menerima pesanan langsung dari konsumen yang hendak membeli produknya. Sebelum adanya pandemi pendapatan Pak Tri berkisar Rp 5.000.000-8.000.000 dan mampu memproduksi mencapai 100-200 pcs per minggunya, saat ini mengalami peningkatan dalam pendapatan karena kerajinan menjadi suatu barang yang berharga untuk diproduksi sehingga harga jual menjadi meningkat setiap bulannya serta mampu mendapatkan pendapatan sekitar Rp 10.000.000 dalam satu bulan.

Dalam menjalankan usahanya Pak Tri mempekerjakan tenaga kerja sebanyak 10 orang, untuk bahan baku sebelum virus corona masih normal terkadang naik terkadang juga turun tergantung dari distribusi yang terjadi di lapangan.

Masa Pandemi

Selama pandemi virus corona ini produk yang dibuat Pak Tri hanya kerajinan lembaran, dengan kondisi seperti saat ini Pak Tri belum mencoba melakukan varian produk baru dan belum memikirkan inovasi terhadap usahanya. Area penjualan dari produk tidak mengalami perubahan yaitu masih Jakarta dan lokal. Bantuan yang di dapat dari pemerintah hanya berupa sembako dan diberikan pada saat memasuki masa pandemi ini, bantuan sembako yang diterima berupa beras, sarimi, dan kecap tidak mendapatkan bantuan lain. Dengan adanya virus corona tentunya memberikan kesulitan terhadap pelaku usaha, kesulitan yang dihadapi oleh Pak Tri ialah mendapatkan bahan baku yang sulit semakin susah untuk dicari, terlebih yang begitu mendesak yaitu kesulitan dalam mendapatkan permintaan pembelian. Tantangan yang dihadapi usaha milik Pak Tri hampir sama dengan pelaku usaha lainnya yaitu mengalami penurunan pada penjualan usaha karena pasar semakin sepi dan konsumen yang datang tidak seramai saat kondisi normal. Pak Tri merasa bingung juga dalam mempertimbangkan terkait tenaga kerja.

Rencana Usaha Kenormalan Baru

Usaha kerajinan ini akan tetap dipertahankan hingga masa yang akan datang karena usaha yang telah dibuat dapat dikategorikan dalam usaha yang sudah lama sehingga perlu dikembangkan yang baik-baik dan dipertahankan sesuatu yang sudah baik agar ke depan jauh lebih lagi. Upaya-upaya inovasi yang akan diterapkan di masa yang akan datang sampai saat ini belum terpikirkan karena masih memproduksi dengan cara dan produk yang sama. Target yang akan dicapai seandainya keadaan sudah kembali normal yaitu mampu menambah keuntungan menjadi lebih banyak lagi. Harapan kepada pemerintah terhadap kebijakannya yaitu ekonomi dapat kembali lancar, dan masyarakat dapat selalu sehat.

4.2.21 Tuntang Craft

Nama : Sopex
Umur : 40 Tahun
Alamat : Jalan Tuntang Raya Desa Bengok
No HP : 085728053088
Nama Usaha : Tuntang Craft
Umur Usaha : 10 th

Kondisi Usaha Sebelum Pandemi

Akses untuk menuju ke usaha ini milik Sopex hanya mampu di lalui menggunakan kendaraan beroda dua saja karena tempat yang cukup jauh dari jalan utama dan berada di tengah permukiman, jarak tempuh menggunakan mobil dari kota Semarang berkisar satu jam dengan kondisi jalan yang normal tidak macet. Usaha yang baru berdiri selama sepuluh tahun ini beralamatkan di Tuntang Desa Bengok ini terletak di daerah Kabupaten Semarang dan dimiliki oleh Sopex yang berumur 40 tahun. Usaha ini belum memiliki klaster dan belum terdaftar dalam usaha mikro kecil menengah milik pemerintah setempat. Tingkat pendidikan dari Sopex hanya sampai pada jenjang sekolah dasar. Produk yang selalu dibuat Sopex ialah taplak meja, vas, kesed, gantungan kunci saja dari berbagai jenis produk yang bisa dibentuk dari bahan baku alam.

Area pemasarannya dijual di daerah Semarang dan lokal. Pendapatan yang diperoleh sebelum adanya virus covid sembilan belas berkisar Rp 1000.000 per 2 minggu dan bisa turun atau naik tergantung dari jumlah produksi yang di terjual, dalam sekali produksi usaha ini mampu memproduksi 100 pcs dalam waktu satu minggu saja.

Dengan keadaan yang seperti saat ini pendapatan Sopex berkurang hingga hanya mampu menjual produk senilai Rp 500.000. Kesulitan yang dihadapi oleh Sopex adalah SDM yang kurang memadai jadi ketika ada pesanan banyak, jatuhnya kewalahan. Padahal yang namanya pelanggan adalah raja, perlu diutamakan. Padahal ketika harga naik, membuat pelanggan menjadi tidak minat untuk membeli. Selama menjalankan usaha ini Sopex tidak dibantu oleh tenaga kerja, untuk bahan baku yang digunakan selama proses produksi mampu dijumpai serta harga yang ditawarkan dianggap wajar serta mampu untuk dibeli. Dulu dia dibantu oleh rekannya yang bernama Aji. Namun saat ini beliau tidak ada rekan yang membantu beliau dalam mengerjakan produksinya. Beliau mengerjakan semuanya sendiri mulai dari produksi dan memasarkan. Hal ini yang membuat kewalahan beliau dalam proses produksi ini.

Masa Pandemi

Sopex tidak pernah mengganti produknya dengan produk yang baru melainkan selalu sama membuat kerajinan ini dan terus konsisten selama 10 tahun membuat produk yang sama, meskipun pandemi sedang menyerang dan membuat beberapa pelaku usaha mencoba usaha baru, tapi Sopex terus mempertahankan usahanya. Selama pandemi tidak mengalami perubahan dalam area pemasaran masih sama walaupun mengalami kesepian pelanggan dan permintaan. Saat ini masih belum memikirkan inovasi yang berguna bagi usahanya hal ini di latarbelakangi masih terus berupaya mengembalikan kondisi usaha menjadi normal kembali. Sampai saat ini Sopex tidak mendapatkan bantuan serta fasilitas-fasilitas dari pemerintah setempat sekalipun berupa sembako yang berisikan beras serta telur. Berat memang rasanya harus bertahan dalam ketidakpastian namun satu semangatnya yaitu anaknya dan istrinya senantiasa menjadikan dirinya menjadi pribadi yang tangguh.

Jumlah tenaga kerja tidak mengalami penambahan atau penurunan semuanya masih sama, lantaran tenaga kerjanya berasal dari keluarganya sendiri. Kesulitan yang dihadapi di tengah pandemi corona ialah penjualan yang tidak tentu dikarenakan pasar sepi sehingga sulit untuk menjual produk serta jumlah bahan baku yang semakin sulit untuk didapatkan. Tantangan selama pandemi corona ialah sepi pasar membuat penjualan menurun tidak bisa mengembalikan pendapatan saat sedia kala.

Rencana Usaha Kenormalan Baru

Usaha kerajinan milik Sopex ini akan terus dipertahankan di masa yang akan datang disertai dengan pengembangan usaha menjadi semakin maju lagi, untuk saat ini inovasi terpikirkan yang diteruskan kedepannya ialah melatih anaknya untuk mengetahui proses produksi dari awal hingga akhir produksi. Dengan terus mempertahankan usaha kerajinan ini maka target yang hendak dicapai jika kondisi normal ialah mampu meningkatkan penjualan supaya keuntungan bertambah, target yang ditetapkan merupakan salah satu rencana yang dapat membantu dalam pengembangan usaha. Harapan kepada kebijakan pemerintah jika keadaan sudah seperti sedia kala yaitu kebijakan-kebijakan yang nanti telah dibuat dapat membantu masyarakat dalam penambahan modal dan juga kepada nelayan.

4.2.22 Bengok Craft

Nama : AJik
Umur : 30 th
HP/WA : 089672310671
Alamat : Jalan Fatmawati No. 8, Sejambu, Rt 02, RW.05,
Ngreco, Kesongo, Tuntang
Nama Usaha : Bengok Craft
Umur Usaha : 5 Tahun

Kondisi Usaha Sebelum Pandemi

Tempat produksi dari mas Ajik berada di rumah yang beralamatkan di Jalan Raya Tuntang ini telah berdiri selama 5 tahun, setelah sebelumnya beliau mendirikan usahanya bersama rekannya bernama mas Sopex, ketika seorang mas ajik dan bengok craft belum terkenal dan ternama. Hingga saat ini, beliau sudah menikah dengan salah satu dosen UNNES dan beliau akhirnya mengembangkan bengok Craft dengan sebaik-baiknya. Bengok craft adalah usaha kerakyatan berbasis pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan pengolahan enceng gondok menjadi aneka kerajinan. Di tempat kami, daerah pinggiran Rawa pening notabene penghasil enceng gondok terbesar, sampai-sampai pemerintah mengupayakan untuk membuat enceng tersebut.

Namun seiring berjalannya waktu, akhirnya timbul suatu ide untuk mengolah dan mengubah barang sampah. Siapa yang mengetahui bahwa barang cantik seperti tas, sandal vas bisa diolah dari bahan baku sampah? Tapi ini terjadi bahwa produk cantik seperti tas dan sandal serta barang-barang lainnya bisa dibuat dari bahan dasar *sampah* yaitu enceng gondok. Beliau sudah lama menggeluti usaha ini hingga kurang lebih 5 th setelah beliau memisahkan diri dengan rekannya. Beliau biasa membuat produk seperti tas, sandal, vas, keset, dan produk-produk pesanan yang lain. Area pemasaran beliau hingga Jakarta, Semarang, Surabaya dan juga tergantung event yang ada di Indonesia. Pendapatan rata-rata yang didapat adalah 5.000.000-8.000.000. Dan jumlah produksi yang biasa beliau hasilkan adalah 200-300 pcs tergantung pesanan. Dan beliau mempunyai 6 tenaga kerja. Biasanya beliau membeli bahan baku dari petani seharga 5.000.

Masa Pandemi

Dengan keadaan seperti sekarang ini usaha yang didirikan mas Ajik tetap beroperasi di tengah pandemi corona yang menyerang, selama pandemi corona juga melakukan perubahan kepada usaha yang lama karena usaha yang lama beliau mengalami kebangkrutan sehingga tidak bisa dioperasikan lagi. Beliau akhirnya banting setir menjadi pengusaha masker cantik. Di tengah beliau membuat usaha yang baru, Ajik tetap membuat stok kerajinan dari enceng gondok meski belum ada pesanan. Area pemasaran juga tidak mengalami perubahan masih di Lokal saja yaitu sekitar Tuntang, Salatiga, Semarang. AJik melakukan inovasi selama pandemi dengan membuat masker emote yang menarik sehingga membuat orang ingin tertarik membelinya. hanya saja memproduksi sandal yang sesuai dengan pesanan dari konsumen, jumlah yang diproduksi pun berkurang tidak seperti sedia kala.

Berbagai kebijakan pemerintah telah dikeluarkan untuk membantu masyarakat selama pandemi ini tapi mas Ajik tidak mendapatkan bantuan tersebut dan beliau hanya menggantungkan diri kepada hasil jerih payahnya dalam memproduksi kerajinannya. Kesulitan yang dihadapi usaha AJik ini adalah pesanan yang tidak ada. Andai Ajik boleh memilih, antara bantuan uang atau pesanan, Ajik lebih memilih mendapatkan pesanan dibandingkan uang. Karena percuma mendapatkan uang dan memproduksi kalau tidak ada yang beli. Andai ada pesanankan jelas bahwa produk yang dibuat akan dibeli oleh pelanggan tersebut. Faktor lain yang menyebabkan ialah penjualan yang sepi dan tidak lancar seperti biasanya sehingga untuk mengembalikan modal cukup sulit.

Masa New Normal

Ajik untuk saat ini belum mempunyai rencana di masa depan untuk membuka usaha baru, beliau masih ingin mengembangkan usaha sandalnya yang terbuat dari berbagai macam desain mulai dari kerajinan alam, enceng gondok. Selama pandemi ini Ajik terus berupaya untuk mengembalikan pendapatan dari usahanya supaya dapat normal kembali dan memajukan usahanya, untuk saat ini belum mempunyai inovasi-inovasi dalam yang berguna dalam produknya akan tetapi Ajik lebih berfokus untuk terus mempertahankan usahanya supaya tidak mengalami kebangkrutan, mengerjakan sesuai dengan pesanan.

Target beliau, ingin meramaikan Kembali produk yang dibuat dari enceng gondok. Harapan Ajik kepada pemerintah seandainya di masa yang akan datang virus corona sudah tidak ada lagi ialah pemerintah dapat memberikan perhatian kepada rakyat supaya kebijakan-kebijakan yang telah dibuat dapat lebih di makmurkan, selain itu pemerintah juga dapat memberikan penambahan modal kepada pelaku usaha supaya usaha yang telah didirikan dapat berkembang menjadi lebih baik lagi dan mohon selalu diikutsertakan Ketika ada event.

4.2.23 Asta Craft

Nama : Asta
Umur : 34 th
HP/WA : 08587569099
Alamat : Jalan Kesongo, Tuntang
Nama Usaha : Asta Craft
Umur Usaha : 2 Tahun

Kondisi Usaha Sebelum Pandemi

Akses untuk menuju ke kerajinan milik ibu Asta termasuk daerah yang sulit karena terletak di Kesongo daerah Tuntang. Jalanan yang belum beraspal menyebabkan banyak debu dan berlubang, apalagi dengan ditambah terik matahari yang menyorot dengan kuatnya. Melihat kondisi seperti ini tentu, sangat sulit bilamana dilalui dengan menggunakan kendaraan roda 4. Usaha ini yang baru berdiri selama 2 tahun ini beralamatkan di Jalan raya Kesongo, Tuntang dan dimiliki oleh ibu Asta yang berumur 34 tahun. Usaha ini belum memiliki klaster dan belum terdaftar dalam usaha mikro kecil menengah milik pemerintah setempat. Tingkat pendidikan dari ibu Asta ialah tamatan sekolah dasar, pendidikan pada jaman dahulu tidak seperti saat ini yang cukup mudah untuk masuk di dalam dunia pendidikan.

Produk yang selalu dibuat ibu Asta ialah kerajinan dari enceng gondok yang dibuat lembaran yang mana digunakan untuk mengirim pesanan ke Jogja. Bu Asta biasanya membuat enceng gondok menjadi lembaran material sehingga siap dibentuk menjadi produk-produk jadi. Area pemasarannya dijual di lokal pekalongan tapi pernah mendapatkan pesanan dari Jogja. Pendapatan yang diperoleh sebelum adanya virus covid sembilan belas berkisar Rp 5.000 per meter dan bisa turun atau naik tergantung dari jumlah produksi yang di terjual, dalam sekali produksi usaha ini mampu memproduksi 200 meter yang rata-rata diselesaikan dalam waktu satu Minggu saja. Selama menjalankan usaha ibu Asta dibantu oleh satu orang tenaga kerja, untuk bahan baku yang digunakan beliau membeli di tengkulak di daerah Banyubiru. Jumlah bahan baku yang didapat tergantung dari tengkulak yang mengirim. Terkadang pengiriman terselat dan tidak pasti karena mobilitas terganggu di saat-saat pandemi baru-baru tersebar.

Masa Pandemi

Ibu Asta tidak pernah mengganti produknya dengan produk yang baru melainkan selalu sama membuat kerajinan walaupun sempat berhenti lantaran pandemi dimana bahan enceng gondok sulit untuk dijual dan diterima di pasaran. Beliau berusaha terus konsisten selama dua tahun membuat produk yang sama, meskipun pandemi sedang menyerang dan membuat beberapa pelaku usaha mencoba usaha baru tapi bu Asta terus mempertahankan usahanya. Selama pandemi bu Asta tidak mengalami perubahan dalam usaha namun Bu Asta fokus yang lain yaitu ibu rumah tangga mengurus 1 orang anaknya. Saat ini, masih belum memikirkan inovasi yang berguna bagi usahanya hal ini di latarbelakangi masih terus berupaya mengembalikan kondisi usaha menjadi normal kembali.

Sampai saat ini ibu Asta belum mendapatkan bantuan serta fasilitas-fasilitas dari pemerintah setempat dan masih berjalan seperti biasanya. Di tengah pandemi, beliau memutuskan untuk merumahkan karyawannya agar tidak merugi terlalu besar. Kesulitan yang dihadapi di tengah pandemi corona ialah penjualan yang tidak tentu dikarenakan pasar sepi, permintaan rendah sehingga sulit untuk menjual produk yang sudah dibuat. Tantangan selama pandemi corona yaitu dapat menambah pelanggan baru, dengan adanya pelanggan baru dapat meningkatkan penjualan sehingga dapat mengembalikan pendapatan seperti pada saat kondisi normal.

Masa New Normal

Usaha milik ibu Asta akan terus dipertahankan di masa yang akan datang disertai dengan pengembangan usaha menjadi semakin maju lagi, untuk saat ini belum terpikirkan melakukan inovasi yang akan diteruskan kedepannya karena usaha ini masih tergolong baru sehingga masih belum berani berinovasi terhadap produknya. Karena pada dasarnya, beliau hanya memikirkan hal yang pasti dan laku di pasaran.

Dengan terus mempertahankan usaha kerajinan ini maka target yang hendak dicapai jika kondisi normal ialah mampu untuk memperluas pemasaran semakin banyak serta semakin jauh lagi, target yang ditetapkan merupakan salah satu rencana yang dapat membantu dalam pengembangan usaha. Harapan kepada kebijakan pemerintah jika keadaan sudah seperti sedia kala yaitu kebijakan-kebijakan yang nanti telah dibuat dapat membantu masyarakat lebih baik lagi semakin makmur, sehat, sejahtera lagi.

4.2.24 Aneka Craft

Nama : Kuncoro
Umur : 43 th
HP/WA : 081586117345
Alamat : Jalan Raya Tuntang
Nama Usaha : Aneka Craft
Umur Usaha : 10 Tahun

Masa Sebelum Pandemi

Kuncoro adalah pengusaha yang mampu mengolah bahan baku kerajinan entah dari akar wangi, mendong, lidi, kain sutra dan enceng gondok menjadi produk yang menghasilkan nilai guna suatu barang. Beliau telah memulai usaha mengolah bahan baku kerajinan menjadi beberapa jenis macam bentuk produk sejak 2010an hingga saat ini, jika dihitung maka umur usaha Kuncoro sudah memasuki tahun ke sepuluh, dengan umur usaha segitu Kuncoro sudah merasakan pahit manis getirnya menjadi seorang pengerajin. Usaha Kuncoro membuat beberapa jenis kerajinan mulai dari kerajinan Plesmed dan tablerunner dari akar wangi dan mendong, membuat tas, vase bunga, kursi dan tas dari enceng gondong. Tempat produksi usaha Kuncoro berada di rumah yang beralamatkan di Jalan raya Tuntang. Jalan untuk menuju rumah produksi milik Kuncoro dapat ditempuh menggunakan kendaraan beroda empat dan tidak masuk ke dalam gang. Jalan tersebut masih terbilang cukup lebar dan sudah beraspal. Maka andai dilewati mobil, kemungkinan masih tergolong mampu dijamah.

Sudah hampir sepuluh tahun berdiri namun hingga saat ini usaha Kuncoro belum terdaftar ke dalam usaha mikro kecil menengah milik pemerintah setempat, selain itu juga belum menjadi salah satu anggota klaster usaha yang sejenis. Padahal dasar Pendidikan Kuncoro di jenjang sekolah menengah atas saja dan tidak melanjutkan ke jenjang berikutnya karena tidak ada dana.

Kondisi sebelum pandemi virus corona menyerang Kuncoro membuat berbagai jenis produk akan tetapi lebih sering membuat produk lembaran atau material setengah jadi, karena produk inilah yang laku dijual dan tidak menyebabkan kerugian yang begitu besar. Namun tidak menutup kemungkinan bahwa Kuncoro menerima pesanan apabila ada pelanggan yang meminta dibuatkan produk apa dengan catatan minimal 50 pcs. Biasanya beliau Ketika mendapatkan pesanan baru, mengolah lembaran tersebut menjadi produk yang sesuai dengan pesanan. Produk yang mempunyai penilaian yang cukup tinggi minat konsumennya terhadap kerajinan yaitu membuat kursi dan membuat tas. Dalam memasarkan produknya Kuncoro hanya menjual di kalangan lokal, Jogjakarta dan Ketika menerima pesanan saja dari luar terkait pembuatan suatu produk. Sebelum adanya pandemi pendapatan Kuncoro Rp 2000.000-2500.000 per minggu dan mampu memproduksi mencapai 1000 m per minggu, dan membuat 100 pcs tas dan kursi karena pesanan. Namun saat ini, semuanya mengalami penurunan pendapatan dan juga jumlah produksi akibat dari virus corona.

Selama Masa Pandemi

Selama pandemi virus corona ini produk yang dibuat Kuncoro masih sama yaitu kerajinan untuk olahan bentuk dan model menyesuaikan dengan permintaan dari konsumen yang memesan, dengan kondisi seperti saat ini Kuncoro tidak mencoba membuat varian produk baru karena beliau benar-benar mengalami kekeringan dalam permintaan. Area penjualan mengalami perubahan yaitu di tengah pandemi corona beliau tidak memproduksi lantaran tidak ada pesanan. Di sisi lain, Pemerintah telah menganjurkan untuk tidak melakukan aktifitas di luar ruangan dan juga bertemu dengan banyak orang sehingga beliau sementara menghentikan aktivitas produksi.

Bantuan yang di dapat dari pemerintah hanya berupa sembako dan diberikan pada awal memasuki masa pandemi ini, bantuan sembako berupa beras, minyak, gula hanya itu saja dan tidak mendapatkan bantuan lain. Dengan adanya virus corona tentunya memberikan kesulitan terhadap pelaku usaha, kesulitan yang dihadapi oleh Kuncoro ialah mendapatkan pesanan kerajinan yang sulit semakin susah untuk dicari karena mobilitas yang terbatas sehingga andai ada harganya sungguh melambung tinggi. Apalagi tantangan yang beliau hadapi adalah permintaan yang sepi dan tidak ada bahkan namun beliau harus menanggung biaya operasional dan biaya bahan baku serta biaya kehidupan sehari-hari.

Masa New Normal

Usaha kerajinan akan tetap dipertahankan dan inginnya menambah usaha baru yang bergerak di bidang online tetap membuat kerajinan, namun beliau ingin bila usahanya bisa tembus di lapak seperti Shopee, sehingga dari sini mampu menambah pendapatan Kuncoro. Upaya-upaya inovasi yang akan diterapkan di masa depan ialah memperluas pemasaran sehingga beliau benar-benar ingin serius untuk belajar terkait online marketing dan market place. Target yang akan dicapai seandainya keadaan sudah kembali normal yaitu mampu menjalankan dua usaha sekaligus mendorong pasar di dunia online. Harapan kepada pemerintah terhadap kebijakannya ialah ekonomi dapat kembali lancar, harga-harga dapat kembali turun, masyarakat dapat makmur.

4.2.25 UD Arima

Nama : Pak Sufii
Umur : 55 th
HP/WA : 08190273530
Alamat : Dusun Donosari Desa Tegaron Banyubiru
Nama Usaha : UD Arima
Umur Usaha : 12 Tahun

Akses jalan untuk menuju usaha Pak Sufii hanya bisa dilalui oleh kendaraan beroda dua, hal ini disebabkan oleh akses jalan yang sempit dan hanya mampu di lewati oleh kendaraan beroda dua. Andaikata ingin dilalui oleh mobil mungkin hanya sampai batas jalan raya saja. Usaha ini berada di jalan Dusun Donosari Desa Tegaron Banyubiru dan sudah 12 tahun Pak Sufii menekuni usaha ini dan terus mempertahankan usahanya supaya terus beroperasi hingga saat ini bahkan sampai berkembang seperti ini. Area pemasaran untuk menjual hasil produk kerajinan beliau yang terbuat dari kerajinan milik Pak Sufii ini dijual PT Pekerti Nusantara dan Luar Negeri (Ekspor).

Sebelum pandemi usaha ini mampu memproduksi hingga 1000-2000 M yang di produksi tapi tetap tergantung dari permintaan pasar. Produk yang dihasilkan adalah keranjang, tas dan sandal. Penghasilan rata-rata milik beliau adalah 5.000.000-8.000.000. Usaha milik Pak Sufii dan keluarga ini selama pandemi corona ini tidak mengalami suatu permasalahan, karena Pak Sufii tetap beroperasi dan tetap ada pesanan dari luar negeri walaupun musim korona. Keuntungan beliau terletak di bagian pemasaran yang kuat yang mana mempunyai langganan sehingga tidak perlu khawatir terhadap produk yang sudah dibuat, pasti beliau mampu jual.

Namun, Selama pandemi corona area pemasaran mengalami perubahan. Beliau mengalami kesulitan dalam mendapatkan permintaan. Maka dari itu, beliau memikirkan untuk menggencarkan promosi di perusahaan yang pernah beliau datangi. Usaha Pak Sufii tidak mendapatkan bantuan dari pemerintah setempat karna beliau tidak terlalu bergantung kepada pemerintah. Beliau benar-benar dalam usaha ini mengembangkan sendiri tanpa ada bantuan dari pemerintah.

Jumlah tenaga kerja yang ikut membantu dalam proses produksi ini tidak mengalami perubahan masih terdapat sekitar 4 tenaga kerja, dengan 4 orang tersebut beliau harus memikirkan cara agar mampu mempertahankan karyawannya. Karena mencari karyawan yang sudah dipercaya itu sulit. Kesulitan yang dihadapi selama pandemi ini adalah di bagian permintaan, karena beliau tidak mengalami kesulitan. Setiap bidang sudah ada yang mengkoordinasi seperti bagian pemasaran sudah ada yang pegang, bagian produksi terkait bahan sudah ada yang pegang. Tantangan yang dihadapi selama pandemi yaitu inovasi-inovasi produk baru agar semakin meningkatkan minat pembelian.

Di masa yang akan datang Pak Sufii akan terus menjalankan usaha lamanya dan belum memiliki gambaran untuk terus mencoba berusaha di bidang yang lain, untuk kedepannya Pak Sufii akan terus menggeluti dan merawat usaha yang sudah ada. Beliau ingin terus berinovasi agar produk dan usahanya bisa tetap berjalan dengan lancar. Target yang hendak dicapai dalam berusaha di masa yang akan datang yaitu usaha dapat terus berjalan dan semakin baik menjadi lebih maju serta mengalami peningkatan keuntungan. Harapan Pak Sufii kepada pemerintah yaitu tidak ada harapan karena kami merasa bahwa tidak perlulah kita bergantung kepada pemerintah karena hanya menjadi suatu kesia-siaan belaka, mending kita berusaha terus dan jangan Lelah berusaha.

4.2.26 UKM Abi Citra

Nama : Pak Haryono
Umur : 46 th
HP/WA : 087731050200
Alama t : Jalan Tegaron
Nama Usaha : UKM Abi Citra
Umur Usaha : 18 Tahun

Sebelum Pandemi

Usaha kerajinan dari pak Haryono ini sudah berdiri selama 18th lamanya dan telah mengalami naik turun dalam berusaha kerajinan, usaha yang telah dibangun selama delapan belas tahun belakangan ini beralamatkan di Jalan Tegaron. Ruas jalan yang cukup sempit membuat rumah produksi dari usaha kerajinan ini hanya mampu dilewati oleh kendaraan beroda dua saja, kendaraan beroda empat hanya mampu memasuki ruas jalan pada jalan utama serta harus berjalan kaki kurang lebih 700 meter. Selama ini Pak Haryono belum mendaftarkan usahanya ke dalam klaster tapi Pak Haryono sudah mempunyai UMKM milik pemerintah setempat, walaupun semua dijalankan secara mandiri dengan terus belajar dari setiap tahunnya supaya usaha ini mampu berjalan terus. Tingkat pendidikan yang diampu oleh Pak Haryono yaitu bertamatkan sekolah menengah atas.

Sebelum pandemi virus covid sembilan belas datang Pak Haryono mampu memproduksi sekitar 500 m per minggu seperti tupperware, tas, sepatu dan sandal. Dan terjual di area Se Indonesia. Dengan keadaan saat ini usaha Pak Haryono dibantu oleh 2 orang. Untuk mendapatkan bahan baku sebelum adanya virus ini dapat dikatakan normal sehingga proses produksi dapat berjalan secara normal dengan jumlah produksi yang selalu sama, jumlah bahan baku yang didapat selalu bisa mencukupi keinginan pelanggan-pelanggan dari Pak Haryono sehingga dapat memproduksi setiap harinya.

Selama Pandemi

Produk yang dibuat Pak Haryono saat ini masih sama yaitu kerajinan anyaman lembaran saja dan akan terus dipertahankan selama masih bisa, saat pandemi virus covid Pak Haryono tidak mengalami perubahan namun dalam produk beliau mengalami perubahan yaitu membuat lembaran yang pasti laku jualnya. Area pemasaran yang beliau sasar adalah local Banyubiru saja. Saat ini belum memikirkan untuk melakukan inovasi kepada produknya karena keterbatasan modal dan juga kesulitan terkait permintaan yang datang, Pak Haryono belum berani untuk melakukan inovasi karena resiko yang dirasa cukup tinggi mengingat kondisi belum sepenuhnya normal. Bantuan yang diterima dari pemerintah setempat terhadap usahanya hanyalah berupa sembako saja tidak mendapatkan bantuan secara uang tunai, fasilitas-fasilitas selama pandemi juga tidak didapatkan oleh Pak Haryono. Kesulitan yang semakin menambah susahnyanya dalam menjalankan usaha ini membuat Pak Haryono harus menerima kenyataan bahwa beliau kesulitan dalam memasarkan produk yang dihasilkan. Kesulitan yang sedang dihadapi ialah penjualan yang sepi karena pasar tidak banyak orang yang melakukan pesanan. Untuk tantangan selama pandemi, beliau merasa bertitik pada permintaan dan pengeluaran yang tidak berbanding lurus.

Rencana Pak Haryono jika nanti keadaan sudah kembali normal tidak seperti saat ini yaitu mengembangkan usaha lamanya menjadi semakin lancar serta mampu berjalan dengan sebaik mungkin, selama ini anak dari pak Haryono sudah diajarkan tentang cara memproduksi kerajinan ini sehingga mampu untuk melanjutkan usahanya dimasa yang akan datang. Target yang diharapkan oleh pak Haryono ialah mampu untuk menambah perluasan pasar untuk memasarkan produknya semakin banyak dan dapat dikenal oleh banyak orang dengan menggunakan media online. Harapan bagi pemerintah jika semuanya sudah normal yaitu mampu mengembalikan perekonomian menjadi normal kembali sehingga para pelaku usaha dapat terus mempertahankan usahanya.

4.2.27 Mba Fatus

Nama : Mba Fatus
Umur : 42 th
HP/WA : 081531050200
Alamat : Jalan Donosari
Nama Usaha : tidak ada
Umur Usaha : 5 Tahun

Masa Sebelum Pandemi

Ibu Fatus sudah memiliki usaha selama dua belas tahun lamanya, usaha yang ditekuni ialah memproduksi lembaran dari kerajinan Enceng gondok. Tempat produksi dari usaha milik ibu Fatus terletak di Donosari, dan akses jalan untuk menuju ke tempat ini hanya dapat ditempuh menggunakan kendaraan beroda dua dan sulit dilalui dengan kendaraan beroda empat. Jarak waktu tempuh dari Kota Semarang menuju ke tempat usaha ini sekitar empat puluh lima menit menggunakan kendaraan beroda dua dari kota Semarang. Usaha ini belum terdaftar di dalam usaha mikro kecil menengah milik pemerintah setempat dan masih beroperasi secara mandiri, selain itu juga belum menjadi anggota dari suatu klaster tertentu terkait dengan pengerajin yang lainnya. Tingkat pendidikan yang di tempuh oleh ibu Fatus yaitu sekolah dasar.

Selama dua belas tahun lamanya ibu Fatus telah membuat kerajinan dengan bahan baku Enceng gondok. Bermula beliau menjadi seorang karyawan di salah satu rekan pak Slamet Renita di daerah Donosari, beliau memperkerjakan 2 karyawan salah satunya beliau. Seiring berjalannya waktu, usaha bu Fatus memutuskan untuk memproduksi lembaran sendiri dan menjualnya di para pengerajin di local Banyubiru dan Bu Fatus mulai memproduksi produk lainnya. Setiap hari usaha ini mampu memproduksi 30 meter per minggu dan pernah beliau membuat seperti gantugan kunci, sandal dan juga vas bunga. Per 3 minggu siap untuk dijual kepada para pengerajin ataupun kepada pelanggannya. Dengan jumlah produksi tersebut ibu Fatus mampu mendapatkan pendapatan mencapai 1000.000-2000.000 per 3 minggu dengan kondisi normal.

Usaha ini mempunyai dua orang tenaga kerja, itupun para ibu-ibu rumah tangga yang harus mengurus pekerjaan yang utama terlebih dahulu yaitu mengurus anak dan suaminya. Tak heran dalam satu hari hanya memproduksi 30 Meter dikalikan 3 orang. Dengan keadaan yang normal ketersediaan bahan baku mampu dijumpai dengan mudah tanpa dan harga relatif stabil, akan tetapi saat mulai masuk ke bulan pandemi, bahan baku yang digunakan untuk produksi sering kali tersendat dan akhirnya menghambat Bu Fatus untuk memproduksi.

Masa Pandemi

Dengan adanya virus corona tidak membuat usaha ibu Johiroh berubah ke produk yang lain melainkan masih sama dengan produk yang sebelumnya yaitu membuat kerajinan dengan bahan baku Enceng gondok. Dengan keadaan seperti sekarang ini ibu Johiroh tetap mempertahankan usaha lamanya dengan tetap beroperasi seperti biasanya meskipun jumlah yang diproduksi berkurang dari kondisi normal serta pendapatan yang ikut menurun akibat dari virus corona. Untuk area pemasaran milik ibu Fatus selama masa pandemi benar-benar *off*, karena beliau lebih mengutamakan untuk *restok*. Selama pandemi ini ibu Fatus tidak melakukan inovasi kepada produk lamanya karena saat ini belum memikirkan pengembangan terkait produk melainkan lebih berfokus untuk mempertahankan usahanya dengan terus melakukan produksi dan juga menjualnya sedikit-sedikit kepada beberapa pelanggan yang masih mau membeli.

Dalam hal ini, tenaga kerja yang bekerja di usaha milik Bu Fatus mengalami perubahan jika sebelumnya bisa mempekerjakan 3 orang tenaga kerja saat ini hanya beliau seorang pekerjanya saja. Pandemi virus corona ini bersamaan dengan musim kemarau semakin mempersulit dalam mobilitas kendaraan yang mengantar bahan baku ke Pekalongan. Kesulitan dalam menjalankan usaha ini, yang utama dan pertama adalah orderan yang sepi dan minim sehingga Bu Fatus mempunyai sifat kemalasan untuk menjalankan kerajinan ini. Tantangan yang dihadapi selama masa-masa virus corona ini yaitu penjualan yang tidak stabil sering berubah ubah naik turun sehingga merupakan tantangan tersendiri bagi ibu Fatus menghadapi kondisi yang tidak tentu ini.

Masa New Normal

Usaha kerajinan ini akan terus dipertahankan sampai dengan masa yang akan datang dan belum mempunyai gagasan untuk beralih usaha di bidang yang lainnya, sampai saat ini belum memikirkan inovasi karena beliau sedang berfokus terhadap bagaimana caranya bisa memproduksi lagi sehingga aktivitas produksi Kembali berjalan seperti biasanya dengan terus melakukan pengembangan dengan memberikan motif dan warna agar dapat lebih menarik. Target yang akan dituju di masa kenormalan baru ialah menambah perluasan pasar lagi dengan begitu akan semakin baik jika menambah pasar maka akan menambah pendapatan dan keuntungan dalam usaha. Harapan terhadap kebijakan pemerintah saat kondisi sudah stabil yaitu mendorong dan membantu para pengerajin agar mau mempromosikan produk-produknya sehingga penjualan relatif meningkat. Maka hal ini dapat memicu semangat dalam bekerja, secara tidak langsung dan memberikan kesejahteraan kepada pelaku usaha.

4.2.28 Abi Citra Kusuma

Nama : Sri Wahyuni
Umur : 48 th
HP/WA: 081225487165
Alamat : Jalan Tegaron
Nama Usaha : Abi Citra Kusuma
Umur Usaha : 6 Tahun

Kondisi Usaha Sebelum Pandemi

Sri Wahyuni memiliki usaha yang di bergerak dalam pengolahan kerajinan dari hasil alam, usaha ini telah beroperasi selama enam tahun lamanya dan dapat digolongkan ke dalam usaha menengah namun masih menengah ke bawah. Bu Sri selalu memproduksi kerajinan selama 6 tahun ini. Letak lokasi dari usaha Sri Wahyuni beralamatkan pada desa Tegaron dan akses jalan untuk menuju ke sana hanya mampu dilalui oleh kendaraan beroda dua saja karena ruas jalan hanya mampu untuk menampung kendaraan bermotor. Waktu tempuh yang diperlukan untuk sampai ke dalam usaha milik Sri Wahyuni ialah 30 menit dari desa Tegaron dengan menggunakan kendaraan beroda dua, jika menggunakan kendaraan beroda empat maka akan membutuhkan waktu sekitar empat puluh lima menit. Usaha kerajinan ini belum terdaftar ke dalam usaha mikro kecil menengah milik pemerintah setempat dan belum menjadi anggota klaster. Sri Wahyuni memiliki tingkat pendidikan sekolah menengah dasar.

Produk yang dibuat oleh usaha Sri Wahyuni yaitu taplak meja, plesmed, keset dan bahan material yaitu bahan setengah jadi. Dengan area pemasaran yang cukup luas meliputi Jogjakarta dan Banyubiru sendiri. Jika dihitung rata-rata dari penghasilan usaha kerajinan ini bisa mendapatkan pendapatan kotor Rp 3.000.000 hingga Rp 4.000.000 dalam jangka waktu satu bulan.

Saat ini pendapatan dari usaha kerajinan ini hanya mampu menghasilkan pendapatan bersih sebanyak Rp 1.500.000-2.500.000 berbeda dengan kondisi saat masih normal. Dalam memproduksi usaha ini Sri Wahyuni dibantu oleh 1 orang tenaga kerja dan setiap harinya mampu memproduksi sekitar 100-200 pcs yang siap untuk dijual, ketersediaan bahan baku sebelum adanya pandemi virus corona dapat dikatakan normal karena stok dan mobilitas yang mencukupi.

Masa Pandemi

Kondisi usaha kerajinan Sri Wahyuni selama memasuki masa virus corona ini belum mengalami perubahan dalam segi produk dan masih tetap memproduksi kerajinan, namun hanya buat stok. Selama pandemi area pemasaran mengalami perubahan yaitu tidak memasarkan produk kemana pun lantaran sepiya permintaan. Dengan kondisi yang seperti sekarang ini usaha ini mengalami pemberhentian produksi sementara selama 3 bulan karena penjualan yang sepi mengakibatkan stok hasil produksi masih cukup banyak sehingga harus menjual terlebih dahulu stok yang ada baru bisa kembali melakukan produksi kembali. Saat ini belum melakukan inovasi karena masih berorientasi kepada penjualan untuk kembali normal lagi.

Selama pandemi ini usaha Sri Wahyuni mendapatkan bantuan dari pemerintah setempat berupa sembako yang diberikan pas wabah covid merebah, selain itu beliau tidak mendapatkan bantuan berupa uang tunai maupun bantuan fasilitas-fasilitas yang mampu digunakan untuk produksi kerajinan ini. Tenaga kerja yang bekerja di dalam usaha ini mengalami penurunan yaitu seorang diri saja tenaga kerja. Tenaga kerja terpaksa berhenti bekerja sementara karena penjualan yang sedikit menurun dari biasanya.

Kesulitan yang dihadapi selama masa-masa pandemi ialah harga bahan baku yang mengalami kenaikan dari biasanya akan tetapi harga jual kerajinan masih sama tidak mengalami perubahan sama sekali. Hal ini membuat kesulitan tersendiri dari usaha Sri Wahyuni karena penjualan yang menurun akan tetapi untuk kembali memproduksi kerajinan ini harus mengeluarkan biaya yang lebih dalam membeli bahan baku lantaran pandemi harga bahan baku mahal. Tantangan selama ini yang dirasakan ialah baru berhenti berproduksi dan harus bekerja secara lebih lagi supaya produksi semakin meningkat sehingga mampu menjual lagi serta dapat beroperasi kembali.

Sri Wahyuni memiliki rencana di masa yang akan datang yaitu memproduksi produk baru yaitu kombinasi mendong dan enceng lantas dibuat tas ataupun produk-produk yang dibutuhkan konsumen. Rencana ini masih berupa gagasan saja dan belum memiliki perkiraan waktu yang tepat untuk mencoba rencana tersebut. Untuk saat ini belum memikirkan mengenai inovasi yang akan di terapkan ke dalam usaha yang lama dan masih terus berupaya untuk mempertahankan usahanya di tengah masa pandemi. Target yang hendak dicapai ialah mampu untuk mengembangkan usaha yang lama dan dapat lebih maju lagi semakin sukses. Harapan yang ditujukan kepada pemerintah mengenai bantuan dan dorongan promosi agar produk-produk yang telah dibuat bisa dibeli dengan sepenuh hati.

4.2.29 STM Craft

Nama : Sutrima
Umur : 25
Alamat : Jalan Banyubiru
Nama Usaha : STM Craft
Umur Usaha : 1 Tahun

Selama Sebelum Pandemi

Sutrima adalah pengerajin yang baru berkecimpung di dunia kerajinan alam. Sebelumnya beliau bekerja di pabrik yang mana juga terletak di daerah Tuntang. Namun karena covid ini, beliau harus berhenti dari kerjanya. Dan selama covid ini, beliau tidak mendapatkan penghasilan sampai-sampai beliau harus berupaya menjual HP yang dimilikinya untuk bertahan hidup. Setelah uang itu habis, akhirnya beliau mendapatkan tawaran dari Pak Slamet dan Bu Umi untuk membuat kerajinan yang bisa dikerjakan di rumah. Melalui Pak Slamet beliau akhirnya mendapatkan kerja walaupun upahnya tidak sesuai dengan upah yang diterima selama ia bekerja di pabrik. Lantaran intensi agar tidak terlalu larut menganggur, akhirnya tawaran pun diterima. Akses jalan untuk menuju usaha milik Sutrima dapat dilalui menggunakan kendaraan beroda dua saja karena ruas jalan yang hanya muat oleh kendaraan bermotor jika menggunakan kendaraan beroda empat maka perlu berjalan kali sejauh kurang lebih 900 meter dari jalan utama.

Usaha Sutrima sudah berjalan selama setahun tahun lamanya dan selama satu tahun ini mulai terampil dalam membuat pesanan terutama dalam hal lembaran. Usaha Sutrima ini dapat dikategorikan usaha yang masih kecil. Tingkat pendidikan dari Sutrima yaitu tamatan sekolah dasar. Usaha mas Sutrima ini belum terdaftar di salah satu UMKM pemerintahan setempat karena mas Sutrima masih berusaha secara mandiri untuk mengembangkan usahanya, selain itu juga usahanya belum menjadi salah satu anggota klaster.

Kondisi usaha mas Sutrima sebelum adanya virus corona dapat dikatakan masih lancar tanpa adanya kendala yang berarti, produk yang dibuat masih sama yaitu permintaan yang menurun sehingga menurunkan semangat dari mas Sutrima. Walaupun demikian, mas Sutrima tetap bertahan dan berjuang memproduksi kerajinannya. Selama setahun mas Sutrima menjual hasil produksinya kepada pengerajin-pengerajin yang besar seperti Haji Maaruf, yang ada di Semarang. Dalam sekali produksi, mas Sutrima mampu memproduksi lembaran material dari enceng gondok dan akar wangi sebanyak 50 M hingga 75 meter, tergantung pesanan yang diminta. Dengan jumlah produksi tersebut Mas Sutrima mampu mendapatkan penghasilan rata-rata sebesar Rp 200.000-400.000 ribu per minggu. Selama ini proses produksi hanya dilakukan secara mandiri tanpa mempekerjakan tenaga kerja hanya sesekali dibantu oleh anaknya, untuk ketersediaan bahan baku masih lancar selama keadaan normal karena jumlah enceng masih terdapat cukup banyak di pengepul.

Masa Pandemi

Virus corona membuat perubahan dalam berbagai sektor baik dirasakan secara langsung maupun tidak secara langsung, mas Sutrima yang tadinya sama sekali tidak tertarik dengan usaha kerajinan, kini beliau harus berjuang dan bertahan di dunia kerajinan agar tetap bertahan hidup. Mas Sutrima merasakan dampak virus corona secara langsung maka di dalam usaha kerajinan ini menjadi sebuah saksi atas perjuangan beliau dalam menapaki perjalanan hidupnya. Selama virus corona tidak ada inovasi karena masih berfokus untuk menjalankan usahanya menjadi lebih baik lagi, saat ini belum memiliki referensi inovasi yang hendak dilakukan selain itu juga tidak memungkinkan untuk melakukan inovasi di dalam keadaan seperti saat ini.

Usaha mas Sutrima tidak mendapatkan bantuan dari pemerintah berupa uang tunai saja ataupun mendapatkan bantuan lain, untuk fasilitas-fasilitas dari pemerintah setempat sampai dengan saat ini belum mendapatkan hanya berupa bantuan sembako saja. Kesulitan yang dihadapi oleh pelaku usaha selama pandemi corona ini tentu beranekaragam tergantung dari jenis usaha yang sedang di tekuni,

Usaha mas Sutrima mengalami kesulitan di bidang pencarian bahan baku hal ini dilatarbelakangi bahan baku yang digunakan di dalam proses produksi sulit untuk didapatkan akibat dari mobilitas yang tersendat ke Semarang. Tantangan yang saat ini sedang dihadapi oleh usaha ialah modal yang terbatas karena kesulitan untuk mengembalikan modal diakibatkan sepiunya penjualan serta sepiunya permintaan pasar.

Mas Sutrima akan terus mempertahankan usaha kerajinan hingga di masa yang akan datang karena menurutnya masih bisa untuk dikembangkan lebih baik lagi, upaya-upaya yang dilakukan mas Sutrima dalam mempertahankan usahanya dapat terus berjalan ialah dengan mengajarkan kepada anaknya proses produksi kerajinan dari awal hingga sampai finishing produk sehingga dengan cara ini mampu mengajarkan kepada anak.

Target yang hendak dicapai dimasa depan ialah meningkatkan penjualan menjadi lebih baik lagi karena dengan cara demikian mampu memperbaiki keuntungan selama pandemi. Harapan usaha mas Sutrima kepada kebijakan pemerintah yang nantinya akan dibuat di masa yang akan datang yaitu mampu mengembalikan perkonomian menjadi lebih baik lagi, harga bahan baku bisa disubsidi sehingga dapat kembali normal, serta semuanya dapat lancar.

4.2.30 Cikidul Enceng Gondok

Nama : Martiam
Umur : 38 th
HP/WA : 08572727282872
Alamat : Jalan Cikal Tuntang
Nama Usaha : Cikidul Enceng gondok.
Umur Usaha : 3 Tahun

Sebelum Pandemi

Akses untuk menuju ke usaha ini milik Martiam hanya mampu di lalui menggunakan kendaraan beroda dua saja karena tempat yang cukup jauh dari jalan utama dan berada di tengah permukiman, jarak tempuh menggunakan mobil dari kota Semarang berkisar setengah jam dengan kondisi jalan yang normal tidak macet. Usaha yang baru berdiri selama tiga tahun ini beralamatkan di Jalan Cikal Tuntang ini terletak di daerah Kabupaten Semarang dan dimiliki oleh Martiam yang berumur 38 tahun. Usaha ini belum memiliki klaster dan belum terdaftar dalam usaha mikro kecil menengah milik pemerintah setempat. Tingkat pendidikan dari Martiam hanya sampai pada jenjang sekolah dasar. Produk yang selalu dibuat Martiam ialah vase, gantungan kunci, sandal dan lembaran saja dari berbagai bahan baku alam. Area pemasarannya dijual di daerah Semarang. Pendapatan yang diperoleh sebelum adanya virus covid sembilan belas berkisar Rp 400.000 per minggu dan bisa turun atau naik tergantung dari jumlah produksi yang di terjual, dalam sekali produksi usaha ini mampu memproduksi 80 meter dalam waktu satu minggu saja dan menghasilkan 10 vase, 20 gantungan keci.

Dengan keadaan yang seperti saat ini pendapatan Martiam mampu terjual seharga Rp 100.000 hal ini disebabkan karena bahan baku seperti enceng yang dikirim dari Banyubiru sulit untuk didatangkan dan harga bahan baku mengalami kenaikan mau tidak mau penjualan juga harus dinaikkan juga. Padahal ketika harga naik, membuat pelanggan menjadi tidak minat untuk membeli. Selama menjalankan usaha ini Martiam tidak dibantu oleh tenaga kerja, untuk bahan baku yang digunakan selama proses produksi mampu dijumpai serta harga yang ditawarkan dianggap wajar serta mampu untuk dibeli.

Masa Pandemi

Martiam tidak pernah mengganti produknya dengan produk yang baru melainkan selalu sama membuat kerajinan ini dan terus konsisten selama 3 tahun membuat produk yang sama, meskipun pandemi sedang menyerang dan membuat beberapa pelaku usaha mencoba usaha baru, tapi Martiam terus mempertahankan usahanya. Selama pandemi tidak mengalami perubahan dalam area pemasaran masih sama walaupun mengalami kesepian pelanggan dan permintaan. Saat ini masih belum memikirkan inovasi yang berguna bagi usahanya hal ini di latarbelakangi masih terus berupaya mengembalikan kondisi usaha menjadi normal kembali.

Sampai saat ini Martiam tidak mendapatkan bantuan serta fasilitas-fasilitas dari pemerintah setempat sekalipun berupa sembako yang berisikan beras serta telur. Berat memang rasanya harus bertahan dalam ketidakpastian namun satu semangatnya yaitu anaknya dan istrinya senantiasa menjadikan dirinya menjadi pribadi yang tangguh. Jumlah tenaga kerja tidak mengalami penambahan atau penurunan semuanya masih sama, lantaran tenaga kerjanya berasal dari keluarganya sendiri. Kesulitan yang dihadapi di tengah pandemi corona ialah penjualan yang tidak tentu dikarenakan pasar sepi sehingga sulit untuk menjual produk serta jumlah bahan baku yang semakin sulit untuk didapatkan. Tantangan selama pandemi corona ialah sepi pasar membuat penjualan menurun tidak bisa mengembalikan pendapatan saat sedia kala.

Masa New Normal

Usaha kerajinan milik Martiam ini akan terus dipertahankan di masa yang akan datang disertai dengan pengembangan usaha menjadi semakin maju lagi, untuk saat ini inovasi terpikirkan yang diteruskan ke depannya ialah melatih anaknya untuk mengetahui proses produksi dari awal hingga akhir produksi. Dengan terus mempertahankan usaha kerajinan ini maka target yang hendak dicapai jika kondisi normal ialah mampu meningkatkan penjualan supaya keuntungan bertambah, target yang ditetapkan merupakan salah satu rencana yang dapat membantu dalam pengembangan usaha.

Harapan kepada kebijakan pemerintah jika keadaan sudah seperti sedia kala yaitu kebijakan-kebijakan yang nanti telah dibuat dapat membantu masyarakat dalam penambahan modal dan juga kepada nelayan.

4.3. Gallery Produk



Hasil produksi Eceng Gondog dapat dibentuk menjadi tempat serba guna



Produksi Tas dibuat dengan memanfaatkan Eceng Gondog



Tim Peneliti berkunjung ke salah satu sentra produksi Eceng Gondog di Wilayah Kabupaten Semarang



Produk hasil produksi eceng gondog di sentra kerajinan di Kabupaten Semarang



Produk siap eksport ke luar wilayah Kabupaten Semarang

4.4. Catatan Akhir Kontributor

SEPERCIK SYUKUR

*"Tidak akan pernah ada kebahagiaan diraih tanpa pengorbanan.
Tidak akan pernah ada keberhasilan diperoleh tanpa perjuangan.
Pengalaman kemuliaan selalu membutuhkan jalan penderitaan."*

Pengalaman ini adalah hasil karya saya Cornelius Pandu Tri Waluyo sebagai seorang Surveyor dalam penelitian UMKM KERAJINAN BAHAN BAKU ALAM, Wilayah Pekalongan dan Kabupaten Semarang yang merupakan simpul-simpul deskripsi atas pengalaman saya sebagai surveyor yang telah saya alami selama beberapa hari di bulan Agustus hingga September 2020. Buku ini bukan sekedar usaha mengurai kisah derita, aneh, lucu, senang dan lain sebagainya yang saya dapatkan selama mengukir perjalanan berat dan menantang berhadapan dengan cuaca yang ganas dan godaan untuk cepat menyerah dan menghentikan langkah. Namun, dalam bahasa familiar dan mudah dipahami, semua kisah deskripsi ini ditulis dalam terang iman, dimana melalui berbagai macam peristiwa yang saya alami, saya semakin dihantar untuk menemukan Tuhan dalam segala. Terang inilah yang memberi cara pandang baru bagi saya untuk melihat pengalaman susah dan derita sebagai kesempatan untuk mempersilakan Tuhan lebih leluasa bekerja; untuk melihat pengalaman keterbatasan diri sebagai kesempatan untuk lebih bergantung pada penyelenggaraan Tuhan; dan untuk melihat pengalaman sukacita sebagai buah dari kesetiaan dan ketaatan pada kehendak Tuhan. Inilah cara pandang baru yang bagi saya akan memberi pondasi penting bagi penelitian yang akan saya perjuangkan dalam kesetiaan, penuh *greget*, tidak cengeng, *wani nggetih* dan dalam sukacita penyertaan Tuhan sehingga akhirnya rampung juga tugas saya sebagai Surveyor.

Buku ini adalah *mosaique* kehidupan dari berbagai macam peristiwa hidup yang mengungkapkan seruan kekaguman atas kehadiran Tuhan yang menggetarkan. Seruan ini tidak sekedar menarik untuk dibaca, namun juga inspiratif dalam usaha memaknai peristiwa kehidupan. Dalam berbagai simpul makna yang lahir dari aneka kisah tersebut, buku ini berdaya meneguhkan karena mampu menghadirkan Tuhan dalam berbagai pengalaman hidup yang sangat manusiawi.

Demikianlah, kisah-kisah ini juga menjadi kesempatan saya untuk berbagi syukur dan terima kasih atas penyertaan Tuhan yang tidak berkesudahan dalam pergulatan dan perjuangan saya menyelesaikan tugas sebagai surveyor. Semoga karya ini bukan sekedar menjadi monumen pengalaman saya sebagai seorang Surveyor, namun juga menarik bagi kita sekalian dalam aneka kekaguman akan kehadiran Tuhan dalam hidup kita dan memampukan kita juga untuk berdecak kagum: "*Sedang Tuhan pun Tidak Tinggal Diam...*".

BAB 5

MENJAGA LAJU UMKM INDUSTRI KREATIF BAHAN ALAM

Dampak pandemi akibat Covid 19 bagi UMKM industri kreatif pada umumnya dan kerajinan bahan alam khususnya sangat terasa ekseknya. Turunnya permintaan pasar baik lokal, nasional, maupun internasional, pembatalan order, menurunnya daya beli masyarakat, pembatasan mobilitas di kawasan pariwisata menimbulkan dampak yang luar biasa. Kelenturan dan daya liat para pelaku industri kerajinan kembali diuji seperti krisis-krisis ekonomi sebelumnya. Meski situasi sekarang lebih berat ekseknya bagi para pelaku UMKM industri kerajinan bahan ala mini.

Begitu banyak yang memberikan sinyal bahwa wabah COVID-19 saat ini merupakan krisis yang sangat berat namun ada optimisme baik dari sektor pemerintah maupun pelaku industri untuk dapat melewati krisis ini. Beberapa penyesuaian tentunya harus dilakukan dengan lebih baik lagi yang berada di tataran kebijakan termasuk penerapan protokol kesehatan yang harus disegerakan. Untuk merealisasikan optimisme tersebut perlu adanya kerjasama dan sinergi lintas sektor, di antaranya kementerian dan lembaga-lembaga pusat, pemerintah pusat dan pemerintah daerah, serta pemerintah dan pihak industri. Penyesuaian tersebut perlu segera direalisasikan karena akan mempercepat recovery phase yang diproyeksikan akan berlangsung di masa-masa mendatang ini.

Perhatian pada langkah 5R dalam menjaga keberlangsungan UMKM layak dilakukan, yakni resolve, atau menangani pandemi di lingkungan perusahaan, termasuk dengan melibatkan partisipasi karyawan dalam penerapan protokol kesehatan. Kedua, resilience atau upaya memperkuat perusahaan sehingga dapat bertahan. Langkah ketiga, return atau kembali menjalankan aktivitas dengan mempertimbangkan aspek-aspek yang penting bagi masing-masing perusahaan. Langkah ke empat, yaitu re-imagination dan reform. Kemampuan beradaptasi dan bertransformasi menjadi kekuatan ke depan

Pentingnya pemahaman dan literasi digital dan IoT menjadi sangat perlu. Program pemerintah yakni UMKM Go Digital, Low Touch Economy, serta reskilling dan upskilling dari sumber daya manusia Indonesia perlu didukung oleh segenap pihak yang bisa saling berkolaborasi dan bersinergi membantu UMKM industri kreatif khususnya kerajinan bahan alam untuk tetap melaju bertahan dalam karya kreatif dan inovasinya.

Langkah kecil dapat dimulai dari UMKM yaitu melalui promosi digital. Hal yang paling murah dan paling mudah dijangkau adalah menggunakan media sosial. Melalui media sosial, maka semua produk UMKM berbahan baku alam dari wilayah Kabupaten Semarang dapat dikenal luas. Marketing dapat menjangkau banyak orang dan dengan sendirinya dapat mendongkrak ekonomi UMKM di masa kenormalan baru.

REFERENSI

- G.Alpay. (2012). How does Innovativeness Yield Superior Firm Performance? The Role of Marketing Effectiveness. *Innovation: Management, policy & practice*, 14(1), 107-128.
- Hadipuro, W., Maretha, L., & Retnawati, B. B. (2013). Pengembangan Green Business untuk Perusahaan Batik sebagai Pembawa Tradisi Budaya Indonesia. *Riset Hibah PUPT Dikti*.
- Kala'lembang, A. (2020). Adopsi E-Commerce Dalam Mendukung Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Masa Pandemi Covid-19. *CAPITAL, Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 4(1), 54-64.
- Leong, H. (2016). Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pemberdayaan Kelompok Usaha Buruh dan Nelayan di Semarang. Universitas Kristen Duta Wacana. *Prosiding Seminar Nasional*.
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional. *jurnal Ekonomi*, 22(2), 118-124.
- Popovic, J., & Kvirgic, G. (2020). UNCERTAINTY IN SMES' ASSESSMENT OF CORONAVIRUS PANDEMI RISK IMPACT ON AGRI-FOOD SECTOR IN WESTERN BALKANS. *Economics of Agriculture*, 67(2), 445-460.
- Prasetyaningrum, A., Sasongko, S. B., & soemardi. (2013). IbM KELOMPOK USAHA PENGRAJIN ECENG GONDOK DI SEKITAR RAWA PENING KABUPATEN SEMARANG: Upaya Peningkatan Produktivitas dan Kualitas Produk. *Majalah INFO*, XV(1), 23-32.
- Ratnasingam, j., & Khoo, A. (2020). How are Small and Medium Enterprises in Malaysia's Furniture Industri Coping with COVID-19 Pandemi? Early Evidences from a Survey and Recommendations for Policymakers. Retrieved from Malaysia:
- Retnawati, B. B. (2011). Peningkatan Nilai Merek-Merek Asli Indonesia dengan Green Branding *Dinamika Sosial Ekonomi*, 7(Mei), 1-9.
- Retnawati, B. B., & Soekesi, A. E. M. (2009). Model Supply Chain Produk Usaha Kecil (Studi Kasus pada Kampung Batik Laweyan Solo)-Tahun Pertama. *Riset Hibah Bersaing, Dikti*.
- Retnawati, B. B., & Soekesi, A. E. M. (2010). Model Supply Chain Produk Usaha Kecil (Studi Kasus pada Kampung Batik Laweyan Solo)-Tahun Kedua. *Riset Hibah Bersaing, Dikti*.
- Sholikhah, I., & Purnomo, R. A. (2020). Industri Kreatif Pada Batik Tulis Tenun Gedog: Kondisi Sosial-Ekonomi Pasca Covid-19. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 4(2), 198-210.

- Stam, W., Arzlanian, S., & Elfring, T. (2014). Social capital of entrepreneurs and small firm performance: A meta-analysis of contextual and methodological moderators. *Journal of Business Venturing*, 29(1), 152-173. doi:10.1016/j.jbusvent.2013.01.002
- Thaha, A. F. (2020). DAMPAK COVID-19 TERHADAP UMKM DI INDONESIA. *Jurnal BRAND*, 2(1), 147-153.
- Yi, V. Z. (2020). Struggle of Malaysian SMEs During the COVID-19 Pandemi. from KSI Strategic Institute For Asia Pacific
- Zaefarian, G., Henneberg, S. C., & Naudé, P. (2013). Assessing the strategic fit between business strategies and business relationships in knowledge-intensive business services. *Industrial Marketing Management*, 42(2), 260-272. doi:10.1016/j.indmarman.2012.08.008

Web:

- [https://www.suaramerdeka.com/news/ekonomi-dan-bisnis/30 Juli 2020](https://www.suaramerdeka.com/news/ekonomi-dan-bisnis/30%20Juli%202020)
- [https://iumk.semarangkota.go.id/v2/grid_umkm_publik/diakses tgl 10 September 2020](https://iumk.semarangkota.go.id/v2/grid_umkm_publik/diakses%20tgl%2010%20September%202020)
- <https://datareportal.com/social-media-user>, akses tanggal 5 Mei 2021
- <https://www.suaramerdeka.com/regional/semarang>
- <https://diskopumkm.semarangkota.go.id/ppid-diskop-home>
- [www.kompas.com/ Opini Kompas/18 November 2020](http://www.kompas.com/)
- <https://jatengprov.go.id/beritaopd/umkm-jateng-sumbang-kontribusi-pengentasan-kemiskinan-hingga-50/>
- <https://accurate.id/bisnis-ukm/pengertian-industri-kreatif/>
- <https://kemenparekraf.go.id/>

UU:

Undang Undang No 8 Tahun 2008 Tentang UMKM

BIOGRAFI TIM

Hironimus Leong, S.Kom., M.Kom



Hironimus Leong, dosen Fakultas Ilmu Komputer Unika Soegijapranata pada Program Studi Teknik Informatika. Mata kuliah yang diampu di bidang database, data mining, dan project management. Penelitian difokuskan pada bidang database dan kecerdasan buatan. Selama beberapa tahun terakhir terlibat penuh di Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Unika Soegijapranata. Sebagai satgas kegiatan pengabdian, mendampingi mahasiswa dan dosen untuk melaksanakan Kuliah Kerja Usaha bagi UMKM di wilayah Semarang.

Dr. Berta Berti Retnawati, MSi



Kelahiran Gunungkidul Yogyakarta, 6 September 1973, adalah dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata sejak tahun 1998. Mata kuliah yang diampu adalah Manajemen Pemasaran, Pengantar Manajemen, Salemanship untuk di Strata 1 dan Manajemen Pemasaran Holistik,

Manajemen Strategi dan Metodologi Penelitian di Strata S2 di Unika Soegijapranata. Bidang peminatan penelitian di antaranya adalah pemasaran, kewirausahaan, kinerja tenaga pemasar, dan pengelolaan merek, dan berbagai hal yang terkait pada UMKM. Beberapa artikel publikasi di Jurnal Internasional terindeks Scopus di antaranya adalah pada Asia Pacific Management Review; International Journal e-Collaboration; Journal of Business & Retail Management Research; dan International Journal of Services, Economics and Management.

Dra. Bernadeta Irmawati, MS



Bernadeta Irmawati, dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unika Soegijapranata pada Program Studi Manajemen. Mata kuliah yang diampu pada adalah Bisnis Keluarga, Manajemen Sumber Daya Manusia dan Manajemen Strategi. Penelitian yang dilakukan dalam bidang kewirausahaan antara lain Tipologi Ecopreneur, Hambatan dan Kendala yang dihadapi para Ecopreneur. Penelitian lain terkait dengan dalam bidang OCBE dan Green Human Resource Management.



©Universitas Katolik Soegijapranata 2021

ISBN 978-623-7635-57-4 (PDF)

