
**PEMBERDAYAAN PEREMPUAN MELALUI TIM PENGGERAK
PEMBERDAYAAN KESEJAHTERAAN KELUARGA (TP PKK) DALAM
MENINGKATKAN KUALITAS KEHIDUPAN MENUJU KELUARGA
SEJAHTERA DIMASA PANDEMI COVID 19**

Rita Syntia

ritasyntia@unsam.ac.id

Universitas Samudra

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya kualitas kualitas kesejahteraan keluarga masyarakat selama masa pandemic covid-19. Tujuan penelitian ini adalah untuk memperdayakan perempuan melalui tim penggerak pemberdayaan kesejahteraan keluarga dalam meningkatkan kualitas kehidupan menuju keluarga sejahtera dimasa Pandemi Covid 19. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah partisipatif yang melibatkan secara aktif seluruh subjek penelitian untuk menentukan program yang tepat sasaran, berorientasi praktis, memberdayakan dan bersifat berkelanjutan. Hasil penelitian menyatakan bahwa pemberdayaan perempuan dan ibu rumah tangga sebagai pelaku usaha kecil di Aceh Tamiang membutuhkan kerja sama dari pemerintah dan mitra Pemerintah yaitu TP PKK berperan sangat signifikan selain swasta maupun masyarakat agar maksimal. Pemberdayaan ini juga fokus pada penanganan kesulitan mereka di masa pandemi Covid-19 dengan transformasi produksi dan pemasaran secara digital serta pendampingan berkelanjutan.

Kata Kunci : perempuan, PKK, covid-19

ABSTRACT

This research was motivated by the low quality of the welfare of the community's family during the COVID-19 pandemic. The purpose of this research is to empower women through a team that drives family welfare empowerment in improving the quality of life towards a prosperous family during the Covid 19 Pandemic. The approach used in this research is participatory which actively involves all research subjects to determine programs that are right on target, practically oriented, empowering and sustainable. The results of the study state that the empowerment of women and housewives as small business actors in Aceh Tamiang requires cooperation from the government and government partners, namely TP PKK which plays a very significant role in addition to the private sector and the community so that it is maximized. This empowerment also focuses on handling their difficulties during the Covid-19 pandemic with digital transformation of production and marketing as well as continuous assistance.

Keywords: women, PKK, covid-19

Author correspondence

Email: *ritasyntia@unsam.ac.id*

Available online at <http://ejurnalunsam.id/index.php/jsnbl/index>

1. Pendahuluan

Dampak Pandemi COVID-19 berpengaruh menyulitkan perekonomian di Indonesia, terutama keberlangsungan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sebanyak 61,2% pelaku usaha UMKM menyatakan merasakan kesulitan, dan 32,2% sangat negatif. dikutip majalah tempo.co edisi 20 Mei 2020, sebanyak 47 persen UMKM akhirnya gulung tikar.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pandemi COVID-19 telah menimbulkan kerugian bagi negara, departemen, bisnis dan individu (Hadiwardoyo, 2020). Selain itu, pandemi COVID-19 berdampak signifikan terhadap perekonomian domestik negara-bangsa dan keberadaan usaha kecil, menengah, dan mikro (Nalini, 2021). Strategi yang layak dilakukan adalah mendigitalkan usaha kecil, menengah, dan mikro, termasuk upaya pemulihan ekonomi Indonesia di masa pandemi Covid-19 (Arifqi, 2021).

Kemudian, pandemi tersebut menempatkan Indonesia dalam masa resesi ekonomi yang diyakini akan memperlambat pertumbuhan ekonomi (Asmini et al., 2020).

Terlepas dari kondisi pandemi saat ini, diketahui bahwa pelaku usaha kecil di Aceh Tamiang juga banyak ditemukan kesulitan dalam mengembangkan usaha. Pembinaan dan pemberdayaan telah banyak dilakukan Pemerintah Kabupaten dan Pemerintah Aceh guna membantu usaha kecil bagi pengembangan usahanya. Diketahui juga kesulitan yang mendominasi dikarenakan lemahnya kemampuan pelaku usaha kecil dalam memanfaatkan teknologi dan informasi bagi pengelolaan usaha sehingga berdampak sulitnya bersaing di pasar global. Bahkan pada kondisi pandemi ini sistem informasi dan teknologi sangat membantu usaha untuk tetap bertahan. Tetapi menjadi semakin sulit dikarenakan pelaku usaha kecil khususnya ibu-ibu rumah tangga disini memiliki tingkat edukasi atau pemahaman yang rendah terhadap perkembangan dan pemanfaatan teknologi (aceh.tribunnews, 2021)

Penulis menemukan data di www.mdn.biz.id (2021), bahwa hampir 60% usaha mikro dan kecil di Indonesia dijalankan oleh perempuan. Mereka juga merasakan kesulitan menjalankan usahanya atau bertahan pada masa pandemi ini. Sama halnya dengan para ibu rumah tangga yang ada di Aceh Tamiang yang memiliki usaha kecil seperti usaha rumahan juga merasakan dampak negatif dari kondisi pandemi ini. Banyak terjadinya penurunan permintaan dan nilai transaksi akibat rendahnya pendapatan masyarakat di Aceh Tamiang akibat kebijakan PPKM dalam mengatasi pandemi. Selama krisis saat ini, daya beli menurun secara signifikan (Santoso & Fitriani, 2016). Dampak krisis kesehatan pada masyarakat saat ini hanya menghentikan daya beli. Oleh karena itu, ketika menghadapi krisis masa lalu, strategi defensif tidak dapat mengatasi krisis selama COVID-19. Meskipun krisis lain telah mempengaruhi perekonomian global, ketidakpastian akibat krisis COVID19 telah menciptakan cara pandang baru terhadap perekonomian (Liguori & Winkler, 2020).

Hasil pra survey yang diperoleh dari wawancara penulis telah diketahui ada 67% perempuan ibu rumah tangga yang menjalankan usaha di Aceh Tamiang mengalami penurunan penjualan dan tidak memiliki modal usaha untuk mempertahankan usahanya tetap produktif. Penurunan penjualan ini akibat penurunan pembelian masyarakat, tetapi ini dianggap karena ada perubahan perilaku masyarakat yang beralih melakukan pembelian secara *online* akibat hanya di rumah saja. Para ibu rumah tangga yang menjalankan usahanya di rumah ternyata tidak merubah metode penjualannya untuk tidak harus menunggu konsumen mendatangi usaha mereka dan membeli produk/jasanya. Riset Hardilawati (2020) mengungkap strategi bertahan UMKM di masa pandemi Covid19, antara lain saran transaksi e-commerce, pemasaran digital, peningkatan kualitas produk, peningkatan layanan pelanggan, dan optimalisasi hubungan pemasaran pelanggan.

Pelaku usaha kecil di Aceh Tamiang yang didominasi perempuan ini masih dominannya hanya bertahan pada pola penjualan dan pasar konvensional serta perilaku mereka yang belum adaptif maksimal terhadap perkembangan teknologi guna membantu peningkatan penjualan mereka. Mereka tidak memahami akses internet dan rendahnya kemampuan keuangan mereka untuk menyediakan sarana prasarana yang mendukung inovasi produksi dan penjualan mereka. Merujuk pada Tambunan (2002) "Usaha kecil dan menengah dengan keunggulan kompetitif ditandai dengan sumber daya manusia yang baik, penggunaan teknologi yang terbaik, peningkatan efisiensi dan produktivitas, kemampuan untuk meningkatkan kualitas produk, akses ke berbagai peluang promosi, dan kualitas terstruktur." Pada kenyataannya yang harus dipunyai adalah sistem manajemen yang baik, sumber daya keuangan yang memadai, jaringan bisnis yang luas dan jiwa kewirausahaan."

Pengelolaan usaha kecil, menengah dan mikro membutuhkan kreativitas tingkat tinggi, rasa tidak mudah menyerah, mengambil risiko dan terus mencari hal-hal baru untuk dikembangkan mampu meningkatkan kinerja.

Seluruh Paparan kondisi diatas maka perlu dilakukan pemberdayaan perempuan sebagai pelaku usaha kecil di Aceh Tamiang agar mampu mengadopsi inovasi produksi dan penjualan yang menjadi strategi bertahan di masa pandemi. Pemberdayaan ini menjadi respon dari permasalahan yang dihadapi sehingga mendukung para perempuan mampu meningkatkan keberdayaan usaha kecilnya bertahan di masa pandemi dan menghadapi situasi pasar digital. Penulis melalui penelitian ini ingin mengidentifikasi strategi pemberdayaan yang paling dibutuhkan oleh perempuan ibu rumah tangga sebagai pelaku usaha kecil rumahan di Aceh Tamiang di masa pandemi Covid-19. Asumsi yang dipakai dalam penelitian ini adalah belum diketahui pemberdayaan yang paling tepat dan dibutuhkan oleh perempuan pengusaha kecil di Aceh Tamiang dan bagaimana peran Pemerintah dalam Organisasi Perempuan dibawah Satker Pemerintah Kabupaten dalam menunjang Percepatan Pembangunan didaerah adalah Organisasi dibawah Kepemimpinan Istri Kepala Daerah sebagai tupoksi dalam Pemberdayaan skala Rumah Tangga guna peningkatan kualitas hidup masyarakat. Disini keterkaitan TP PKK yang dapat dilihat bagaimana aksinya guna pemberdayaan ekonomi dan bagi perempuan dalam mempertahankan usahanya sehingga menjadi kebermanfaatn hasil penelitian ini sangat penting bagi mereka.

2. Metode

Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah partisipatif yang melibatkan secara aktif seluruh subjek penelitian untuk menentukan program yang tepat sasaran, berorientasi praktis, memberdayakan dan bersifat berkelanjutan (Djohani dalam Poerwandari, 2005). Peneliti membuat beberapa tahapan dalam melakukan proses pendekatan ini, yaitu:

- a. Tahap awal, menggunakan pendekatan dengan pendalaman kasus yang menarik yang diungkap sebagai identifikasi pengembangan manajemen usaha kecil yang dilakukan melalui kegiatan TP PKK dalam kegiatan diskusi kelompok terfokus (FGD) dalam pembinaan-pembinaan, wawancara dan penyusunan rancangan pengembangan usaha. Kegiatan ini melibatkan seluruh para perempuan pelaku usaha kecil rumah tangga; pihak pemerintah atau regulator yang mendampingi pemberdayaan.
- b. Tahap kedua, melakukan perumusan program manajemen pengembangan usaha secara sederhana tetapi berkelanjutan melalui diskusi terbuka dan wawancara.

Secara resmi berdasarkan data yang terhimpun oleh Dinas Perindustrian, UKM dan Koperasi sebanyak 4299 pelaku usaha. Tetapi yang merupakan pelaku usaha kecil ibu rumah tangga tidak bisa dipastikan jumlahnya karena ternyata diketahui banyak bermunculan secara mendadak sejak terjadi pandemi tahun 2020. Tetapi sampel penelitian dipiilih dengan teknik convenience sampling, terkumpul dan sesuai dengan tujuan penelitian adalah pelaku usaha mikro perempuan (ibu rumah tangga) yang mampu bertahan dan berkreasi dan mudah dijumpai di lokasi usahanya.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data seperti wawancara, observasi dan studi dokumentasi yang diperoleh langsung di lapangan.

Teknik Analisis Data

Seluruh data yang diperoleh akan direduksi tujuannya untuk membuang data yang tidak diperlukan sesuai dengan catatan-catatan kebutuhan penelitian. Data disajikan dan diklasifikasikan berdasarkan beberapa kategori yang kemudian di verifikasi dengan membandingkan data yang diterima dari berbagai sumber mulai dari wawancara dan observasi. Tahap akhir akan dilakukan interpretasi terhadap data yaitu pemaknaan atas berbagai temuan di lapangan.

Data ini juga melalui proses keabsahan data yang terdiri dari kredibilitas, member check, dependabilitas, konfirmabilitas, dan transferabilitas

3. Hasil dan Pembahasan

Deskriptif responden berdasarkan usia, pendidikan dan bidang usaha yang dijalankan.

Hasil observasi dan pengumpulan wawancara terdapat 187 orang yaitu para perempuan dan ibu rumah tangga sebagai pelaku usaha kecil di Aceh Tamiang. Seluruhnya mudah dijumpai di lokasi usahanya karena sembari menjalankan usahanya juga mengurus rumah dan keluarganya. Mayoritas berusia produktif yaitu 35-44 tahun, dengan kondisi hanya berada di rumah dan menjalankan usahanya hanya di rumah tempat tinggalnya.

Kelompok ibu rumah tangga pelaku usaha kecil ini juga diketahui mayoritas memiliki tingkat pendidikan yang rendah yaitu hanya SMA/ sederajat yaitu ada 126 orang dan sisanya adalah 61 orang berpendidikan S1 tetapi akibat pandemi mereka tidak lagi bekerja senormalnya (umumnya bekerja sebagai pegawai swasta) dan beralih profesi sebagai pedagang karena tuntutan kebutuhan hidup dan membantu suami untuk mendukung perekonomian keluarga.

Pendidikan yang rendah menyebabkan rendahnya pengetahuan yang dimiliki dalam mengembangkan usaha sehingga pengetahuan dan keterampilannya terbatas pada pengolahan sumber daya (bahan baku) menjadi olahan produk/jasa yang dijual, sedangkan pengetahuan pengelolaan dan pengembangan usaha tetap bertahan pada masa pandemi tidak ada karena tidak adanya inovasi dan kreatifitas yang sesuai dengan kondisi pandemi pada saat ini.

Bidang usaha yang banyak digeluti dominannya jenis usaha kuliner, yaitu 78 usaha kuliner, 50 usaha agribisnis, 30 usaha kerajinan, dan sisanya 29 usaha jasa. Alasan banyaknya usaha kuliner karena dianggap mudah dijalankan dan tidak butuh waktu lama dalam pengelolaannya bahkan pasar konsumennya tidak terbatas.

Kondisi Usaha Kecil Rumah Tangga di Masa Pandemi

Para perempuan dan ibu rumah tangga pelaku usaha kecil rumah tangga mengatakan mengalami penurunan omzet penjualan karena adanya pembatasan gerak masyarakat termasuk pembatasan waktu usaha sehingga diperoleh informasi ada penurunan omzet sekitar hampir 50% bagi pelaku usaha yang baru berkembang sejak tahun 2015. Akhirnya pelaku usaha ini harus tutup, tetapi kemudian berusaha bangkit Kembali dengan merubah pola produksi dan penjualannya yaitu berdasarkan pesanan terlebih dahulu yang kemudian diantar langsung kepada konsumen. Tetapi kondisi ini pun sangat berat untuk dirasakan bertahan karena adanya keterbatasan modal untuk pengembangan usaha. Selain itu diketahui ada penurunan omzet sekitar 30%-40% bagi usaha yang sudah lama beroperasi di atas tahun 2015.

Hal ini juga diketahui karena adanya penurunan daya beli konsumen karena ada penurunan pendapatan karena kondisi pandemi yang menghambat perekonomian

masyarakat. Sejak pemberlakuan PSBB, ada rasa takut dari konsumen untuk keluar rumah, membeli atau mengunjungi pasar dan berbagai dagangan, aturan buka tutup pasar dan keterbatasan pemasaran serta sulitnya bagi pedagang untuk memperoleh bahan baku pada saat PSBB, peningkatan biaya produksi hingga jasa angkutan tidak mengimbangi pendapatan masyarakat di saat Covid 19 melanda masyarakat Aceh Tamiang.

Pelaku usaha kuliner (pangan) paling merasakan dampak negatif pada masa pandemi ini. Adanya pengurangan jumlah produksi akibat keterbatasan biaya, jumlah bahan baku yang tidak maksimal hingga pengurangan tenaga kerja hingga akhirnya mengurangi masa proses produksi hingga menutup proses produksi sementara waktu.

Adapun usaha lain di masa pandemi khususnya dengan PSBB yaitu agribisnis terkendala lebih dikarenakan mengalami permasalahan transportasi (terjadi hambatan angkutan hasil pertanian dan bahan-bahan pertanian seperti bibit, pupuk dan pestisida), sedangkan untuk usaha jasa dan kerajinan terkendala pada proses penjualan dan bahan baku karena adanya pembatasan ruang gerak.

Upaya Bertahan pada Masa Pandemi

Banyak upaya yang dilakukan oleh ibu rumah tangga sebagai pelaku usaha kecil rumah tangga untuk mengatasi penurunan penjualan. Umumnya para ibu rumah tangga ini yang bertahan untuk berjualan bertahan dengan mempromosikan produk atau barang dagangan dan jasanya dari mulut ke mulut atau menjajakannya ke rumah rumah. Mereka langsung mendatangi konsumen. Tidak hanya itu, mereka menitipkan barang dagangannya ke agen yang tetap berjualan.

Proses promosi dilakukan secara digital atau menggunakan media sosial, mereka secara umum menyatakan setuju dan senang jika itu bisa membantu penjualannya atau menambah pendapatan. Tetapi mereka terkendala sarana atau media yaitu handphone yang mereka pergunakan tidak memenuhi kapasitas tujuan penjualan secara online atau menggunakan media sosial.

Selain itu mereka juga terbatas pada pemahaman mereka dalam menggunakan aplikasi yang disarankan seperti whatsapp atau pemahaman tentang market place yang disarankan bisa membantu penjualan mereka. Mereka tetap merasa lebih puas untuk berjualan secara offline atau sekedar menjualkannya langsung kepada konsumen atau menawarkan melalui aplikasi whatsapp. Terpenting yang harus diperhatikan adalah semangat para ibu rumah tangga ini untuk tetap bertahan berusaha dan menghadapi masa pandemi.

Akan tetapi dengan adanya perubahan aktivitas yang dilakukan oleh pelaku usaha kecil rumah tangga ini khususnya para ibu rumah tangga. Mereka juga melakukan adaptasi penjualan produk yang saat ini dibutuhkan pada masa pandemi, yaitu mereka berjualan masker dan pembersih tangan (handsanitizer). Pilihan alternatif produk yang dijual ini meskipun menambah pendapatan tetapi mereka menganggapnya hanya sementara, sehingga mereka lebih dominan untuk tetap mempertahankan produk yang selama ini mereka jual. Kondisi ini memberikan peluang untuk peningkatan kegiatan pemberdayaan bagi perempuan dan ibu rumah tangga untuk mengelola usahanya tetap berjalan dengan baik khususnya bertahan di masa pandemi.

Pemberdayaan Usaha untuk Bertahan di Masa Pandemi

Kondisi pandemi yang menyebabkan masyarakat lebih banyak menghabiskan waktu dirumah, semakin berdampak pada peningkatan aktivitas pemanfaatan teknologi atau media sosial dalam aktivitas kehidupan sehari-hari. Bahkan diketahui bahwa pada masa

pandemi ini peningkatan pembelian secara online sangat signifikan.

Beberapa strategi yang bisa digunakan UMKM di tengah pandemi adalah dengan pemanfaatan teknologi digital yaitu aplikasi pemasaran e-commerce, digital marketing, memperbaiki kualitas produk dan pelayanan serta pemanfaatan relationship marketing. Pemanfaatan aplikasi e-commerce ini memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja dan pendapatan UMKM (Hardilawati, 2020; Ningtyas, 2015; Hanum, 2017; Helmalia, 2018; Setyorini, et al. 2019).

Ibu rumah tangga ini juga bisa melakukan peningkatan kualitas dan layanan produk dengan menambah jasa antar pesan secara gratis dengan menetapkan minimal pembelian tertentu. Pelaku usaha rumah tangga ini juga bisa menggunakan pemasaran melalui jaringan pelanggan yang menggunakan agen yang menjual berdasarkan permintaan orang (open pre order) (Hardilawati, 2020)

Tidak hanya itu diketahui juga melalui penelitian Elfizon et al. (2020) bahwa dibuktikan penerapan pemasaran produk melalui e-commerce memberikan pengaruh positif terhadap pelaku usaha rumah tangga. Sistem pemasaran ini juga bisa menjangkau konsumen lebih luas dengan promosi harga yang lebih rendah dalam mencapai konsumennya. Pada masa pandemi terjadi peningkatan penggunaan android sehingga menjadi peluang besar untuk pemasaran produk/jasa tanpa batas (Samsiana, et al. 2020) Sutinah (2020) menyatakan perlu dilakukan pembinaan kepada pelaku usaha kecil ibu rumah tangga untuk belajar memahami pergeseran karakteristik dan perilaku konsumen ke arah pasar digital sehingga penjualan juga secara digital atau online.

Kita ketahui bahwa di seluruh Indonesia ada 60% usaha dijalankan oleh perempuan (Kementrian Koperasi dan UKM, 2015) bahwa kita juga ketahui angka 60% ini juga masuk jumlah pelaku usaha kecil di Aceh Tamiang adalah perempuan (ibu rumah tangga) yang banyak memberikan kontribusi bagi keluarga, lingkungan dan masyarakat dalam skala besar.

Perhatian pada pengembangan industri rumahan menjadi salah satu pemberdayaan bagi perempuan khususnya ibu rumah tangga untuk mendekatkan pelaku usaha perempuan terhadap akses modal, informasi dan teknologi, pasar, pelatihan hingga bisa mendukung peningkatan kesejahteraan keluarga dan ketahanan pangan keluarga. Tetapi pemberdayaan ini belum berjalan optimal sehingga butuh pendekatan yang bersifat inovatif, kolaborasi dan holistik secara terkoordinasi oleh semua pihak. Bahkan diketahui bahwa usaha kecil saat ini yang dilakukan oleh perempuan termasuk ibu rumah tangga hanya mengejar kuantitas dan yang penting barang/jasanya laku, tetapi yang harus diperbaiki adalah kualitas dan siap bersaing di pasar global. Dan salah satu strateginya adalah dengan memanfaatkan instrument dan teknologi digital sehingga jangkauan pasar lebih luas. Meskipun pandemi dengan kebijakan pembatasan ruang gerak hingga menghentikan perekonomian tetapi produksi dan penjualan tetap akan bisa menjangkau berbagai wilayah dan situasi.

Upaya pemberdayaan usaha kecil yang dilakukan oleh perempuan ini perlu ditingkatkan mengingat juga data dari wartaekonomi.co.id yang memberikan informasi dari IFC dan USAid Report 2016 bahwa perempuan yang mampu mengakses teknologi informasi dengan baik tetap tidak bisa memanfaatkan potensi internet secara maksimal. Ada 47% perempuan tidak menggunakan teknologi untuk bisnisnya sementara itu 32% diketahui perempuan tidak mengetahui cara mendapatkan informasi atau keinginan mereka melalui internet. Hasil diskusi dengan ibu rumah tangga sebagai pelaku usaha kecil di Aceh Tamiang, mereka mengalami beberapa kendala dalam pengembangan usahanya. Bahkan pada masa pandemi ini kendala yang dialami tidak berubah bahkan semakin

menyulitkan mereka hingga memaksa mereka untuk menutup usahanya. Adapun kendala itu adalah pertama, yaitu masa pandemi ini membuat ibu rumah tangga ini dihadapkan pada banyak persoalan kehidupan yang membuat mereka kesulitan bahkan bingung untuk menjalani kehidupannya atau dengan kata lain memutuskan sesuatu. Mereka menjadi lebih bimbang dan emosional. Secara psikologis itu memang menjadi karakteristik perempuan. Diketahui juga bahwa banyak ibu rumah tangga yang menutup usaha rumahnya karena dirasa tidak sanggup untuk terus mengeluarkan modal usaha, membiaya proses produksi karena produk/jasa yang mereka jual minim atau bahkan tidak ada yang membeli. Kondisi ini juga dilatarbelakangi rendahnya pengetahuan dan keterampilan. Kendala Kedua yang dialami ibu rumah tangga yang menjalankan usahanya adalah masih ada rasa takut gagal, terutama jika berupaya untuk merubah produk atau pola kativitas usaha yang selama ini dijalankannya. Kondisi ini yang membuat perempuan atau ibu rumah tangga tidak berkembang usahanya sehingga tidak mampu meningkatkan pendapatan usahanya. Ketiga adalah kendala tentang pengetahuang tentang wirausaha mereka yang rendah. Adanya kewajiban untuk mengurus rumah tangga dan juga kebutuhan untuk menambah keuangan keluarga dengan menjalankan usaha sering tidak bisa berjalan beriringan bahkan menjadikan mereka menjadi lebih sibuk dibandingkan peran yang dijalankan oleh suami (laki-laki). Hal ini juga menyebabkan mereka tidak memiliki waktu lebih untuk belajar berkembang secara pengetahuan dan keahlian. Tidak hanya itu kendala dari sisi pengelolaan usahanya juga dirasakan para ibu rumah tangga di Aceh Tamiang dalam menjalankan usahanya yaitu (1) tentang teknis pengelolaan seperti, modal usaha yang minim, terbatasnya akses pasar dan promosi, minimnya pengetahuan dan akses dalam memanfaatkan teknologi hingga minim keterampilan manajemen dan proses produksi yang konvensional tanpa inovasi.; (2) regulasi bagi perempuan dalam pengembangan usaha masih belum memberikan kesempatan yang luas seperti layaknya pengusaha laki-laki dalam mengembangkan usahanya. Masih ada peraturan dan sudut pandang bahwa laki-laki atau suami sebagai kepala keluarga lebih berhak mendapatkan kesempatan dalam mengembangkan usaha terutama dalam pelayanan kredit. Ibu rumah tangga dianggap memiliki keterbatasan waktu dan ruang gerak untuk mengembangkan usaha karena membutuhkan bentuk dan akses komunikasi dan lingkungan publik yang besar.

Berbagai kendala yang berhasil disimpulkan dari ibu rumah tangga sebagai pengusaha kecil rumah tangga ternyata diketahui tidak jauh berbeda pada saat kondisi sebelum pandemic maupun pada saat pandemic. Bahkan kendala itu lebih sulit dihadapi pada saat pandemi karena adanya peraturan pemerintah untuk pembatasan ruang gerak masyarakat untuk mencegah penyebaran corona virus tetapi sekaligus menghambat perekonomian mereka. Maka dibutuhkan beberapa metode pemberdayaan yang tepat sesuai dengan kendala yang mereka hadapi.

Pemberdayaan Usaha bagi Perempuan melalui TP PKK Kabupaten Aceh Tamiang

Diketahui salah satu mitra kerja Pemerintah dalam mendukung percepatan Pembangunan adalah peran istri Kepala Daerah dalam organisasi yang mendukung kinerja Pembangunan. Dalam Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga melingkupi segala aspek kehidupan melalui 4 pokja dengan program 10 Program Pokok PKK.

Adapaun kesepuluh program pokok tersebut tertuang dalam Perpres Nomor 99 Tahun 2017 Tentang Gerakan Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga. Gerakan Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga yang selanjutnya disebut dengan Gerakan PKK adalah gerakan dalam pembangunan masyarakat yang tumbuh dari, oleh, dan untuk masyarakat, menuju terwujudnya Keuarga yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan

Yang Maha Esa, berakhlak mulia dan berbudi luhur, sehat, sejahtera, maju dan mandiri, kesetaraan dan keadilan gender, serta kesadaran hukum dan lingkungan (Perpres Nomor 99 Tahun 2017).

Dikeseluruhan aspek dalam 4 program kerja TP PKK melingkupi seluruh kehidupan sehingga terciptanya rumah tangga yang bukan saja dengan pola asuh yang baik sehingga menciptakan generasi yang berdaya saing tetapi juga meningkatkan mutu Pendidikan, pemberdayaan ekonomi di dalam keluarga, pemanfaatan lahan pekarangan menunjang gizi sebagai warung hidup dan apotek hidup, peningkatan edukasi tata laksana rumah tangga, lingkungan bersih sehat, rumah sehat, perilaku hidup bersih sehat dan peningkatan kualitas Kesehatan dan pola kehidupan yang sehat jasmani dan rohani menuju keluarga sejahtera. Adapun lingkup pembinaan yang dilakukan adalah:

1. Pola Asuh dengan pemahaman P4 (Pedoman Penghayatan dan Pengamalan Pancasila), Gotong Royong dan akhlakul karimah serta peningkatan edukasi dan sosialisasi Kadarkum (Keluarga Sadar Hukum).
2. Pendidikan dan Pemberdayaan Ekonomi melalui kualitas Indeks Pembangunan Manusia dengan wajib belajar 12 Tahun dan Kerjasama dengan Dinas Pendidikan melalui PKBM dan Sanggar Kegiatan Belajar bagi Keterampilan dan peningkatan kemampuan dalam pemberdayaan ekonomi melalui UP2K bekerjasama dengan Dinas Pendidikan, Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM dan sinergitas pelatihan dengan Dinas Tenaga Kerja.
3. Pemanfaatan Lahan Pekarangan dengan menyelenggarakan urban farming, warung hidup di halaman dan HATINYA PKK serta ASMAN TOGA sebagai apotek hidup dipekarangan rumah.
4. Peningkatan kualitas Kesehatan dengan Perencanaan Sehat melalui PKK KB Kes, IVA Test, Posyandu terintegrasi PAUD dan Lansia, PHBS, LBS guna menuju potensi manusia yang sehat berkualitas.

TP PKK Kabupaten Aceh Tamiang membina masyarakat melalui program kerjanya sehingga menjadikan pemberdayaan masyarakatnya menuju pemberdayaan ekonomi bekerjasama dengan lintas sector sehingga mengedukasi masyarakat guna peningkatan keterampilan menunjang teknologi 4.0 bagi pemasaran UMKM dan mawadahi produk-produk untuk dapat diberdayakan dan dapat mempunyai pasar. Pendampingan oleh TP PKK juga disesuaikan kebutuhan dimana dengan era ini dibutuhkan digital marketing bagi pelaku usaha terutama kaum perempuan dan ibu rumah tangga.

Pemberdayaan yang bisa diterapkan pada ibu rumah tangga yang menjalankan usaha kecil rumahan di Aceh Tamiang tetap mengacu pada hasil diskusi dan pengamatan adalah dengan :

1. Pemberdayaan ini butuh kolaborasi atau kerja sama dari berbagai pihak yang punya akses mendukung pengembangan ibu rumah tangga dalam mengembangkan usahanya dengan mengeluarkan kebijakan yang bersahabat bagi mereka (usaha mereka)
2. Perlu dibuat pelatihan berkelanjutan (jangka panjang) tentang informasi pasar, keterampilan manajerial yang sederhana, e-commerce, modal usaha, pemasaran terutama memperkenalkan para ibu rumah tangga imereka pahami sesuai dengan tingkat pemahaman mereka. Hal ini sebenarnya banyak telah dilaksanakan melalui Pembinaan TP PKK Ke Kampung-Kampung dalam Kanupaten Aceh Tamiang.
3. Diberikan pelatihan tentang perencanaan bisnis (mulai dari usaha kecil hingga proses pengembangannya) dan sekaligus ada proses motivasi untuk mendorong keberanian mereka dalam berkembang atau melakukan inovasi dan berkreasi

- mencoba hal baru.
4. Diberikan edukasi tentang pengajuan kredit usaha sehingga mereka mudah dan dipercaya untuk mengakses kredit di perbankan, hingga proses pengelolaan keuangan (pembukuan) secara benar.
 5. Diedukasi dan didampingi dalam pengembangan jaringan pemasaran. Sebagai pelaku usaha harus kenal dengan kebutuhan (keinginan) dan selera konsumsn (pasar) sehingga bisa menghasilkan atau menjual produk yang sesuai dan laku. Dibutuhkan atau disediakan sistem informasi pasar yang sesuai untuk membantu memudahkan membaca trend pasar dan kondisi pasar.
 6. Diperkenalkan dengan efisiensi sistem promosi, agar produk yang dijual bisa bersaing hingga unggul dibandingkan produk lain pesaingnya. Metode yang dilakukan diantaranya adalah dengan melakukan:
 7. Design kemasan produk yang selama ini sederhana bisa dirubah menjadi lebih menarik perhatian konsumen. Bisa dengan merubah bentuk atau warna dan langsung mempresentasikan keunggulan produk yang dijual.
 8. Belajar untuk bergabung dengan e-commerce atau dibantu dengan pendampingan membuat website produk sebagai alternatif menjual produk khususnya di masa pandemic akan lebih mudah (efisien).
 9. Didorong untuk aktif dalam berbagai acara pameran, tidak hanya untuk lebih mudah menjual dengan langsung mendatangi konsumen melainkan juga bisa memperoleh kesempatan untuk bertemu dengan calon konsumen potensi lainnya. Tetapi kendala yang dijumpai dalam kegiatan ini adalah modal untuk administasi, akomodasi, biaya produksi (karena biasanya harus dibuat dalam jumlah banyak), sewa tempat, biaya pengangkutan dan lainnya.
 10. Mendampingi mereka dalam membangun ciri khas keunggulan produk dibandingkan pesaingnya. Kondisi ini harus ada perhatian khusus kepada ibu rumah tangga untuk membangun kreativitasnya dan berani berinovasi dalam menghasilkan produk hingga menjual produknya. Tidak hanya itu kretivitas ini juga harus bisa menambah nilai manfaat yang bisa diperoleh dari padu padan produk lain atau pengembangannya. Bahkan inovasi yang diberikan pada produk barunya adalah harus bisa ada kemampuan adaptif terhadap lingkungan sosial ekonomi konsumen (bisa dilakukan melalui desain kemasan atau variasi nama baru produk) yang sesuai dengan perubahan kebutuhan dan selera pasar.
 11. Perlu adanya pendampingan intensif dengan membentuk wadah perkumpulan seperti koperasi yang bisa mewadahi perkembangan usaa mereka hingga membantu ibu rumah tangga megatasi kesulitan mereka dalam menjalankan usahanya.
 12. Membantu ibu rumah tangga ini untuk memperluas jaringan usahanya dengan melibatkan mereka dalam berbagai kesempatan memperkenalkan produk atau jasa yang bisa mereka jual dan memiliki nilai manfaat yang dibutuhkan masyarakat.
 13. Selanjutnya dalam perkembangan usahanya bisa juga didampingi dalam produksi (pengerjaan, quality control, pengepakan, keuangan (penganggaran, laporan, pembelian), pemasaran (penerapan strategi pemasaran, kontroling, laporan penjualan), pemilihan bahan baku, operasional (Peraturan, Budaya Kerja, Jam Kerja) dan Sumber Daya Manusia (sistem rekrutmen, penggajian dan tunjangan)

Sebagai salah satu bentuk pemberdayaan perekonomian rakyat, ibu rumah tangga di Aceh Tamiang sebagai pelaku usaha kecil perlu mendapatkan lebih banyak perhatian

pemerintah dan instansi terkait pada masa pandemi agar bisa bertahan, berkaitan ni dengan dunia usaha secara komprehensif tetapi dengan metode sederhana yang dengan pembinaan dan sumber pendanaan. Pemerintah pada hakikatnya perlu lebih berpihak kepada perempuan pengusaha kecil dan memberikan akses yang fleksibel dalam segala aspek manajemen hingga bisa mempertahankan usahanya dalam berbagai situasi dan seberapa besar Peran TP PKK Kabupaten Aceh Tamiang dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui pemberdayaan permupuan dari mulai skala Keluarga.

4. Kesimpulan

Pemberdayaan perempuan dan ibu rumah tangga sebagai pelaku usaha kecil di Aceh Tamiang membutuhkan kerja sama dari pemerintah dan mitra Pemerintah yaitu TP PKK berperan sangat signifikan selain swasta maupun masyarakat agar maksimal. Pemberdayaan ini juga fokus pada penanganan kesulitan mereka di masa pandemi Covid-19, salah satunya adalah dengan transformasi produksi dan pemasaran secara digital. Tetapi tidak hanya itu perlu adanya edukasi dan pendampingan secara berkelanjutan bagi ibu rumah tangga ini untuk bisa menerima dan adaptif dengan perubahan perilaku dan kebutuhan pasar di masa pandemi ini yang lebih senang berbelanja secara digital salah satunya akibat pembatasan gerak oleh pemerintah untuk mencegah penyebaran virus. Pendampingan bagi ibu rumah tangga ini juga dilakukan secara menyeluruh pada tata kelola usahanya atau aspek manajerial usahanya yang harus beradaptasi dengan transaksi produksi dan promosi secara digital. Maka perlu dibuat satu wadah atau kelompok pendukung yang bisa memotivasi mereka untuk terus belajar dan berinovasi agar usahanya bertahan di berbagai masa krisis.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifqi, M. M. (2021). Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Bisnis*, 3(2), 195–205. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i1.311>.
- Asmini, Sutarna, I. Ny., Haryadi, W., & Rachman, R. (2020). Manajemen Business Cycle Sebagai Peluang Usaha Pasca COVID-19 Suatu strategi Pemulihan Ekonomi Masyarakat. *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(2), 121–129
- Hadiwardoyo, W. (2020). Keugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi COVID-19. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 2(2), 83–92. <https://doi.org/10.24853/baskara.2.2.83-92>.
- Hanum, A. N., & Sinarasri, A. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi E Commerce Dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Umkm (Studi Kasus UMKM Di Wilayah Kota Semarang). *Maksimum*, Vol. 1(No. 1), 1–15.
- Hardilawati, Wan Laura. 2020. Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*. Vol. 10(1) 89-98.
- Helmalia, H., & Afrinawati, A. (2018). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 237. <https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.182>

SEUNEUBOK LADA

Jurnal Ilmu-Ilmu Sejarah, Sosial, Budaya dan Kependidikan, 9 (1), 2022: 1-11

ISSN : 2356-0770

e-ISSN : 2685-2705

<https://aceh.tribunnews.com/2021/08/23/potret-masalah-dalam-pemberdayaan-umkm-di-aceh>.

<https://doi.org/10.24156/jikk.2016.9.2.147>.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Pembangunan Ekonomi Nasional.

Liguori, E., & Winkler, C. (2020). From Offline to Online: Challenges and Opportunities for Entrepreneurship Education Following the COVID-19 Pandemic. *Entrepreneurship Education and Pedagogy*.

<https://doi.org/10.1177/2515127420916738>

Nalini, S. N. L. (2021). Dampak Covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 662–669. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.278>.

Ningtyas, P. K., Sunarko, B., & Jaryono. (2015). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Adopsi ECommerce dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja UMKM 95–107

Permendagri Nomor 36 Tahun 2020 PERMENDAGRI No. 36 Tahun 2020 tentang Peraturan Pelaksanaan Peraturan Presiden Nomor 99 Tahun 2017 Tentang Gerakan Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga.

Perpres Nomor 99 Tahun 2017 Tentang Gerakan Pemberdayaan Dan Kesejahteraan Keluarga.

Poerwandari, E. Kristi. 2005. Pendekatan Kualitatif Untuk Penelitian Perilaku Manusia. *Perfecta*. LPSP3 Fakultas Psikologi Universitas Indonesia. Jakarta

Samsiana, S., Rahmadya T. H., Anita S. S. G., Irwan R., Fata N. K., Herawati, Maiumunah, dan Benrahman. 2020. Optimasi Penggunaan Android sebagai Peluang Usaha di Masa Pandemi Covid'19. *Jurnal Abdimas UBJ*. Vol. 3(2) 137-148

Santoso, I., & Fitriani, R. (2016). Green packaging, green product, green advertising, persepsi, dan minat beli konsumen. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 9(2), 147–158.

Setyorini, D., Nurhayati, E., & Rosmita. (2019). Pengaruh Transaksi Online (e- Commerce) Terhadap Peningkatan Laba UMKM (Studi Kasus UMKM Pengolahan Besi Ciampea Bogor Jawa Barat). *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 3(5), 501–509

Sutinah, Bagong Suyanto, dan Ratna Azis P. 2020. Pemberdayaan Pelaku UMKM Merespon Pergeseran Karakteristik Konsumen di Era Digital. *Jurnal Layanan Masyarakat*. Vol. 4(1) 202-207

Tambunan, T. 2002. *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*. Jakarta: Salemba.

www.mdn.biz.id. Diakses pada tanggal 21 Agustus 2021

www.tempo.co.id, edisi 20 Mei 2020. Diakses pada tanggal 10 Agustus 2021