



## Mempertahankan Ekonomi di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Kreatifitas Industri Rumah Tangga

Elisa Nurazizah<sup>1\*</sup>, Dadang Kuswana<sup>2</sup>, Asep Shodiqin<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

\*Email : [nurazizabelisa04@gmail.com](mailto:nurazizabelisa04@gmail.com)

### ABSTRAK

Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui kondisi sosial ekonomi industri rumah tangga sebelum dan sesudah adanya pandemi Covid-19 juga Mengetahui kreativitas apa yang dilakukan oleh industri rumah tangga dalam mempertahankan ekonomi dimasa pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Adapun hasil penelitian ialah kondisi sosial ekonomi pada industri rumah tangga yang berada di komplek Purwadadi Indah ini sesudah adanya pandemi Covid-19 memang mengalami penurunan pada hasil pendapatan daripada sebelum adanya pandemi Covid-19 serta dari penelitian yang dilakukan ini didapatkan beberapa beberapa cara yang dilakukan para pelaku industri rumah tangga untuk tetap bisa mempertahankan roda ekonomi di masa pandemi. Diantaranya yaitu dengan kreativitas yang dimiliki akan membuat produk yang dihasilkan menjadi berbeda dan memiliki ciri khasnya tersendiri dan memanfaatkan media sosial sebagai wadah untuk mempromosikan produk yang dihasilkan dari masing-masing industri rumah tangga tersebut.

**Kata Kunci :** home industri; Kreativitas; pertahanan ekonomi

### ABSTRACT

*This paper aims to determine the socio-economic conditions of the home industry before and after the Covid-19 pandemic. This research uses a descriptive method with a qualitative approach. The results of the study are that the socio-economic conditions in the home industry located in the Purwadadi Indah complex, after the Covid-19 pandemic, did experience a decrease in income results compared to before the Covid-19 pandemic, and from the research conducted, several methods were obtained by the household industry players to be able to maintain the wheels of the economy during the pandemic. Among them, namely the creativity that is owned will make the resulting product different and have its own characteristics and utilize social media as a forum for promoting products produced from each of these home industries.*

**Keywords :** home industry; Creativity; economic defense

## PENDAHULUAN

Salah satu dasar yang ada dalam kehidupan Manusia ataupun masyarakat adalah ekonomi. Pada kehidupan sehari-hari, kita dapat melihat bahwa masyarakat selalu memperhatikan kebutuhan ekonomi. Adanya hal tersebut dapat memberikan peluang bagi manusia atau masyarakat untuk memenuhi seluruh kehidupannya seperti sandang, pangan, papan dan masih banyak lagi.

Salah satu dasar yang ada dalam kehidupan Manusia ataupun masyarakat adalah ekonomi. Pada kehidupan sehari-hari, kita dapat melihat bahwa masyarakat selalu memperhatikan kebutuhan ekonomi. Adanya hal tersebut dapat memberikan peluang bagi manusia atau masyarakat untuk memenuhi seluruh kehidupannya seperti sandang, pangan, papan dan masih banyak lagi.

Melihat keluarga sebagai suatu sistem yang anggotanya saling berinteraksi dan mempunyai saling ketergantungan satu dengan yang lainnya. Karena itu, masalah yang dihadapi oleh individu biasanya dipengaruhi oleh dinamika yang ada di keluarga mereka. Sebagai konsekuensinya, perubahan pada suatu anggota keluarga (*members of the family*) akan mempengaruhi anggota keluarga lainnya (Isbandi Rukminto:145)

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan cabang perusahaan yang dimiliki, atau dikuasai, baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan (Sudati, 2019).

Pada umumnya jenis perusahaan seperti ini hanyalah menggunakan satu atau dua rumah sebagai pusat produksi juga untuk administrasi dan pemasaran sekaligus secara bersamaan. Jika dilihat dari segi modal untuk usaha dan jumlah pekerja yang diserap tentu lebih sedikit dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan besar lainnya naik turunnya industrialisasi mempengaruhi pula industri sektor yang lainnya, bahkan peningkatan perindustrian dari tahun ke tahun mengalami kemajuan yang signifikan dan cukup baik, hal tersebut karena dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan atau unit usaha yang hadir dalam bidang industri.

Pada saat sekarang ini permasalahan ekonomi menjadi salah satu isu utama di masa pandemi Covid-19. Dampak pandemi Covid-19 ini yang seperti kita lihat dan kita ketahui pada saat sekarang sangat mempengaruhi beberapa aspek, yang paling utama yaitu pada kondisi kesehatan dan ekonomi masyarakat. Dengan adanya pandemi Covid-19 tidak dapat dipungkiri bahwa perekonomian masyarakat Indonesia pada saat sekarang ini berada dalam kondisi tidak baik ataupun tidak stabil. Kondisi seperti ini juga memicu penurunan perdagangan bahkan sampai pada perdagangan internasional. Di Indonesia sendiri banyak

berbagai sektor harus mengalami kendala dalam proses operasi, seperti pabrik yang harus menghentikan proses operasinya karena kondisi yang tidak memungkinkan.

Pada penelitian terdahulu terkait dengan pembangunan yang dikaji oleh peneliti adalah *Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Evi Suryani (2021) yang berjudul *Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Umkm (Studi Kasus : Home Industri Klepon Di Kota Baru Driyorejo)*. Skripsi ini membahas tentang penjelasan bagaimana kondisi UMKM saat ini yang sedang mengalami resesi, dan bagaimana cara para pelaku UMKM dapat mempertahankan uasahnya.

*Kedua*, penelitian yang dilakukan oleh Maskarto Lucky Nara Rosmadi (2021), berjudul *"Penerapan Strategi Bisnis Di Masa Pandemi Covid-19"* dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi bisnis yang diterapkan oleh pelaku UMKM dalam menghadapi pandemi Covid-19.

Perbedaan dalam penelitian di atas dan penelitian yang penulis bawakan ini yaitu dalam penelitian kali ini yang bertempat di Komplek BTN Purwadadi Indah Kecamatan Purwadadi Kabupaten Subang membahas mengenai kreativitas yang dilakukan pada usaha home industri di masa pandemi Covid-19 untuk mempertahankan perekonomian di dalam rumah tangga yang pada masa pandemi Covid-19 ini juga membuat semakin sempitnya lapangan pekerjaan dan banyaknya pabrik yang tutup dikarenakan pendapatan yang dihasilkan semakin hari semakin menurun

Peran dari UMKM semakin tepat untuk dikembangkan pemerintah mengingat saat ini dengan mengedepankan potensi yang dimiliki oleh daerah di Indonesia terutama saat pandemi covid-19 yang melumpuhkan hampir seluruh aspek kehidupan. Selain itu pandemi covid-19 ini juga berdampak pada semua sektor perekonomian baik yang berskala besar sampai yang berskala kecil (Nasution, 2020)

Di Kecamatan Purwadadi Kabupaten Subang banyak didirikannya pabrik-pabrik garmen dan mayoritas masyarakat setempat bekerja sebagai buruh pabrik. Selain banyaknya didirikan pabrik-pabrik, daerah kecamatan Purwadadi Kabupaten Subang ini juga banyak terdapat industri-industri rumahan yang membuat produk makanan dan bisa mendapatkan penghasilan untuk kebutuhan hidup sehari-hari tanpa keterikatan seperti bekerja di sebuah perusahaan dimana memiliki peraturan kontrak kerja, kemudian jam kerja yang sudah ditentukan dan disepakati. Penghasilan yang didapat dari pembuatan produk makanan sangatlah menjanjikan dikarenakan makanan merupakan salah satu kebutuhan sehari-hari yang dikonsumsi. Usaha kecil yang semacam ini biasanya dikelola oleh orang-orang yang memiliki kedekatan hubungan kekerabatan. Modal usaha yang dibutuhkan

tidak terlalu besa dan selain itu juga dapat menjadi peluang ekonomi dan pendapatan bagi keluarga.

Dari beberapa permasalahan di Desa Purwadadi peneliti sangat tertarik untuk meneliti desa tersebut diantaranya:

*Pertama*, bagaimana kondisi sosial ekonomi industri rumah tangga sebelum dan sesudah adanya pandemi Covid-19. *Kedua* Mengetahui kreativitas apa yang dilakukan oleh industri rumah tangga dalam mempertahankan ekonomi dimasa pandemi Covid-19.

Penelitian ini dilakukan pada para pelaku usaha kecil rumahan bertempat yang di Komplek BTN Purwadadi Indah Desa Purwadadi Timur Kecamatan Purwadadi Kabupaten Subang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode deskriptif, untuk mendeskripsikan bagaimana keadaan usaha industri rumah tangga dimasa pandemi ini dengan pendekatan analisis SWOT. Yang mana pada masa pandemi banyak usaha kecil yang mengalami penurunan pendapatan. Menurut Sugiono (Dewi Sadiyah, 2015:4) bahwa metode deskriptif yaitu suatu rumusan masalah yang memandu penelitian untuk mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas, dan mendalam. Dalam metode ini dijelaskan bahwa keadaan objek yang diteliti sesuai dengan kenyataan yang ada dilapangan tanpa ada penambahan dan pengurangan, hanya menganalisis yang sesuai dengan empirisnya. Dalam proses penyusunannya diberikan pendapat dan analisis sesuai dengan teori dan fakta.

Industri rumah tangga dalam bidang kuliner menjadi salah satu peluang usaha yang banyak diminati dan menarik bagi masyarakat khususnya di Kecamatan Purwadadi Kabupaten Subang. Hal tersebut dapat dilihat dari munculnya berbagai jenis makanan di daerah ini seperti makanan yang banyak disukai oleh para remaja yaitu seblak, ataupun makanan pedas yang lainnya. Juga berbagai macam kue basah, kue bolu, pisang nugget, keripik, berbagai macam gorengan dengan berbagai jenis dan masih banyak lagi.

Dalam hal ini pemilik usaha hanya membutuhkan suatu perbedaan untuk tetap bertahan dikala banyaknya pesaing yang juga hadir dalam produk yang sama. Dibutuhkan inovasi dan kreativitas demi mempertahankan usaha yang dijalankan.

Peningkatan jumlah usaha kecil dalam bidang makanan ini terjadi ketika adanya wabah pandemi Covid-19 yang menyebar di Indonesia. Adanya penyebaran wabah pandemi Covid-19 ini menyebabkan banyaknya pekerja yang di PHK oleh perusahaannya atau pabrik tempat mereka bekerja. Sehingga alternatif lain untuk memenuhi kebutuhan hidup yaitu dengan membuka usaha kecil di rumah. Perkembangan suatu produk pangan yang sangat pesat tentunya

juga didorong oleh minat beli yang tinggi dari masyarakat sebagai konsumen. Sehingga keinginan dan minat beli yang tinggi tersebut membuka peluang bagi produsen produk makanan untuk lebih berkreasi dan berinovasi didalam membuat produk makanan yang lebih bervariasi.

Menurut Dwi Yuni (2010:3), ia mengatakan ada tiga alasan mengapa wirausahawan yang memiliki bisnis makanan yaitu, usaha makanan paling banyak digemari dan bisa menguntungkan, biaya untuk memulai bisnis makanan pada umumnya relatif kecil dan jika membutuhkan bantuan tenaga kerja dapat memberdayakan dari anggota keluarga. Dalam hal ini juga dapat dilihat bahwa usaha ataupun bisnis makanan merupakan hal yang mudah untuk dilakukan jika dapat dikelola dengan sebaik mungkin.

Perusahaan industri kecil rumah tangga dalam bidang kuliner merupakan salah satu sektor usaha yang terus berkembang sampai saat ini. Sejalan dengan bertambahnya jumlah penduduk di Indonesia, maka bertambah juga permintaan pangan dan terus meningkat.

Industri kecil rumahan di Kecamatan Purwadadi Kabupaten Subang pada saat ini dapat dikatakan banyak dengan berbagai macam produk yang dihasilkan. Produk makanan merupakan produk yang paling banyak dibisniskan karena memang penghasilan yang didapatpun sangatlah menjanjikan walaupun dengan modal yang sedikit. Para pelaku Home industri kecil rumahan ini masih mampu untuk bertahan ditengah-tengah kondisi pandemi pada saat ini walaupun penghasilan yang di dapat memanglah ada penurunan. Selain itu juga para pelaku industri kecil rumahan ini memberikan dampak dan menambah kreativitas baik bagi masyarakat sekitar yang kehilangan pekerjaan atau ingin menambah penghasilan di dalam situasi pada saat pandemi Covid-19. Adanya home industri ini juga berkolerasi tinggi terhadap pertumbuhan ekonomi karena terbukanya lapangan pekerjaan walaupun tidak begitu banyak masyarakat sekitar yang bisa bergabung dalam home industri ini, kemudian pendapatan menjadi bertambah, daya beli akan meningkat, kue basah yang telah diproduksi juga akan habis terjual, dan roda perekonomian keluarga akan terus berputar. Melalui wawancara bersama salah satu pemilik home industri kecil rumahan yaitu pemilik Dapur kamisa Ibu Tini Sumarni, pada tanggal 27 Februari 2021 bahwa dari produksi yang dihasilkan di home industri ini sedikitnya bisa membantu roda ekonomi keluarga bagi ibu rumah tangga yang kehilangan pekerjaan dan juga untuk menambah penghasilan bagi yang sudah memiliki pekerjaan. Walaupun pemesanan dari luar itu mengalami penurunan, namun produksi kue harus tetap berjalan karena agar dapat mempertahankan ekonomi untuk kebutuhan sehari-hari.

Ditengah-tengah banyaknya home industri yang bermunculan dan hadir di masa pandemi Covid-19 ini maka persaingan pun semakin ketat. Pada hal ini

merupakan salah satu faktor penghasilan yang didapat menjadi menurun. Namun dalam hal ini tidak menurunkan semangat untuk tetap memproduksi kue basah di Dapur Kamisa ini. Dengan adanya beberapa orang untuk memasarkan hasil kue basah, cara lain juga yaitu dengan tetap mempertahankan rasa kue basah dan membuat menu kue yang baru agar menu yang dibuat tidak itu-itu saja yang ada di Dapur Kamisa ini. Pemasaran ke wilayah lain juga menjadi tujuan agar produk kue basah yang dihasilkan dapat terjual banyak dan pendapatanpun akan menjadi banyak pula. Untuk pemasarannya sendiri home industri Dapur Kamisa ini memiliki lima orang untuk memasarkan kue basah ke berbagai tempat. Hal ini menjadi pembawa imbas positif terhadap kehidupan sosial ekonomi dilingkungan keluarga. Tidak hanya memasarkan kebeberapa tempat, Dapur Kamisa ini juga menerima pesanan dalam berbagai acara. Hal ini juga untuk menambah penghasilan agar roda ekonomi tetap berputar. Selain itu juga makanan merupakan kebutuhan pokok yang setiap hari masyarakat akan membutuhkan.

Maka dari itu, usaha ini tetap masih bisa bertahan walaupun di tengah-tengah kondisi pada masa pandemi Covid-19 sekarang ini. Dengan keahlian yang dimiliki dan minat yang banyak sehingga kehidupan ekonomi masih bisa bertahan

## **LANDASAN TEORITIS**

Pada penelitian ini untuk mengetahui Industri Rumah Tangga terhadap kreatifitas masyarakat membutuhkan beberapa teori yang relevan untuk menunjang keberhasilan dari penelitian yang dilakukan. Teori yang dijadikan landasan dalam penelitian ini adalah teori Industri Rumah Tangga, ekonomi kreatif, kemudian pemberdayaan dan pertahanan ekonomi.

*Home* berarti rumah, tempat tinggal, atau kampung halaman. Sedangkan Industri, diartikan sebagai kerajinan, usaha produk barang. Singkatnya, *Home Industri* adalah rumah usaha produk barang atau perusahaan kecil. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan di rumah.

Home Industri yang pada umumnya berawal dari usaha keluarga yang turun menurun dan pada akhirnya meluas ini dapat bermanfaat menjadi mata pencaharian penduduk masyarakat setempat.

Home industri adalah sebuah unit usaha atau perusahaan kecil yang bergerak dalam bidang industri tertentu. Home berarti rumah, tempat tinggal atau kampung halaman. Sedang industri, dapat diartikan sebagai kerajinan, usaha produk barang dan ataupun perusahaan.

Jenis-jenis Home Industri

Berdasarkan SK Menteri Perindustrian No. 19/M/I/1986 bahwa :

Industri kimia dasar contohnya seperti industri semen, obat-obatan, kertas, pupuk, dan sebagainya. Industri mesin dan logam dasar, misalnya seperti industri pesawat terbang, kendaraan bermotor, tekstil, dan lain-lain. Industri kecil contoh seperti industri roti, kompor minyak, makanan ringan, es, minyak goreng curah, dan lain-lain.

Berdasarkan jumlah tenaga kerja, Industri rumah tangga, adalah industri yang jumlah karyawan / tenaga kerjaberjumlah antara 1-4 orang. Industri kecil adalah industri yang jumlah karyawan / tenaga kerja berjumlah antara 5-19 orang. Industri sedang atau industri menengah adalah industri yang jumlah karyawan/tenaga kerja berjumlah antara 20 – 99 orang. Industri besar merupakan industri yang memiliki jumlah karyawan/tenaga kerja berjumlah antara 100 orang atau lebih.

Berdasarkan pemilihan lokasi Industri yang berorientasi pada pasar (market oriented industry) adalah industri yang didirikan berdasarkan lokasi potensi calon konsumen. Jenis industri ini akan menjangkau kantong-kantong di mana konsumen potensial berada. Semakin dekat ke pasar maka semakin baik. Industri yang berorientasi pada tenaga kerja/labor (man power oriented industry) adalah industri yang terletak dipusat kawasan penduduk karena pada umumnya jenis industri ini membutuhkan banyak pekerja/pegawai agar lebih efektif dan efisien. Industri yang berorientasi atau berfokus pada bahan baku (supply oriented industry) adalah jenis industri yang lebih dekat dengan lokasi di mana bahan baku berada untuk mengurangi atau memotong biaya transportasi yang besar.

Berdasarkan produktifitas perorangan Industri primer adalah industri yang barang produksinya tidak langsung diolah atau tanpa diolah terlebih dahulu, seperti hasil produksi pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan, dan sebagainya. Industri sekunder adalah industri yang bahan bakunya diolah terlebih dahulu sehingga menghasilkan barang-barang untuk diolah kembali. Yaitu seperti pemintalan benang sutra, komponen elektronik, dan lainnya. Industri tersier adalah industri yang produk atau barangnya berupa jasa. Contoh seperti telekomunikasi, transportasi, perawatan medis, dan yang lainnya.

Ciri-ciri home industri menurut beberapa ahli sama dengan sektor informal. Ciri-ciri tersebut adalah sebagai berikut : Pendidikan formal yang rendah, Modal usaha yang miskin, Miskin, Upah rendah, Kegiatan dalam skala kecil.

Industri Rumah Tangga dalam perekonomian yaitu salah satu peran kunci selain untuk perkembangan perekonomian suatu negara, Industri kecil ini juga dapat menyerap lebih banyak Sumber Daya Manusia (SDM). Kegiatan Industri Rumah tangga ini secara tidak langsung menciptakan lapangan pekerjaan bagi orang-orang terdekat seperti keluarga ataupun saudara dan juga tetangga sebagai

pelaku industri rumah tangga. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh data bahwa kualitas sumber daya manusia (SDM) berupa inovasi dan kreativitas sangat mendukung keberlangsungan kegiatan UMKM (Maskarto Lucky, Vol.4 No.2 7(21))

Menurut undang-undang No.3 tahun 2014 tentang perindustrian, yang dimaksud dengan industri adalah seluruh kegiatan ekonomi yang mengelola bahan baku atau memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang punya nilai tambah atau manfaat lebih tinggi

Industri rumah tangga menjadi wadah atau tempat bagi sebagian besar masyarakat untuk tumbuh dan berkembang secara individu dengan memberikan kontribusi yang besar dan juga menempati peran strategis dalam pembangunan ekonomi. *Home Industri* dapat berarti industri rumah tangga, karena termasuk usaha kecil yang dikelola keluarga (Zuhri Saifuddin, 47-48).

Ekonomi kreatif merupakan sebuah yang memiliki perwujudan nilai tambah dari suatu ide ataupun gagasan yang mengandung keaslian, yang timbul dari kreativitas intelektual manusia, dengan berdasarkan ilmu pengetahuan, keterampilan, serta warisan budaya dan teknologi kekayaan intelektual.

Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008) mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai upaya pembangunan ekonomi secara berkelanjutan melalui kreativitas dengan iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan. Ekonomi kreatif didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang mengutamakan pemikiran kreatif untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang bernilai dan bersifat komersial. Dalam cetak biru Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015, ekonomi kreatif didefinisikan sebagai "Era baru ekonomi pasca ekonomi pertanian, ekonomi industri, dan ekonomi informasi, yang meningkatkan informasi dan kreativitas melalui ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya."

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di era globalisasi memegang peranan penting dalam perekonomian. Karena teknologi informasi diperlukan untuk membuat pembaruan produk, percepatan dan distribusi sehingga menjadi tanpa batas dan memiliki cakupan yang lebih luas. Industri kreatif harus segera beradaptasi dengan perubahan dan kemajuan teknologi.

Konsep ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan *stock of knowledge* dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Struktur perekonomian dunia mengalami transformasi dengan cepat seiring dengan pertumbuhan ekonomi, dari



yang tadinya berbasis Sumber Daya Alam (SDA) sekarang menjadi berbasis SDM, dari era pertanian ke era industri dan informasi.

John Howkins dalam bukunya *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* pertama kali memperkenalkan istilah ekonomi kreatif. Beliau mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai *the creation of value as a result of idea*. Howkins menjelaskan ekonomi kreatif sebagai "kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk menghasilkan ide, tidak hanya melakukan hal-hal yang rutin dan berulang. Karena bagi masyarakat ini, menghasilkan ide merupakan hal yang harus dilakukan untuk kemajuan."

Industri kreatif adalah industri yang mengandalkan talenta, keterampilan, dan kreativitas yang merupakan elemen dasar setiap individu. Elemen utama dari industri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan bakat yang memiliki potensi untuk meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran ciptaan intelektual.

Menurut Hasanah (2015), bahwa "Ekonomi Kreatif adalah sebuah konsep di era baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusianya sebagai faktor produksi yang utama".

Dalam rangka mengembangkan kegiatan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) tentu diperlukan sumber daya manusia yang memiliki semangat dan mental yang kuat serta didukung oleh keterampilan dan keahlian. Kekuatan finansial dalam melakukan kegiatan pengembangan ekonomi kreatif merupakan aspek yang perlu untuk diperhatikan. Dengan kondisi keuangan dan sumber daya yang baik maka kegiatan pengembangan dapat terlaksana. Berdasarkan Kep. Menteri Perindustrian RI Nomor 41/MIND/PER/6/2008. Bab 1 Ketentuan Umum Pasal 1 Industri adalah kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya.

Ketahanan ekonomi didefinisikan sebagai suatu keadaan dinamis kehidupan ekonomi suatu negara yang terdiri dari keuletan dan ketangguhan yang memiliki kemampuan untuk mengembangkan kekuatan nasional dalam menghadapi tantangan, ancaman, hambatan, dan gangguan, baik dari luar maupun dari dalam, yang secara langsung maupun tidak langsung untuk menjamin kelangsungan kehidupan perekonomian suatu bangsa dan Negara Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

Istilah pemberdayaan dalam *Oxford English Dictionary* adalah terjemahan dari kata *empower* yang mengandung dua pengertian : (i) *to give power to* (memberi kekuasaan, mengalihkan kekuatan atau mendelegasikan otoritas ke pihak lain), (ii) *to give ability to, enable* (usaha untuk memberikan kemampuan)

Secara etimologis pemberdayaan berasal dari kata daya yang berarti kekuatan atau kemampuan. Bertolak dari pengertian tersebut, maka pemberdayaan dapat dimaknai sebagai suatu proses menuju berdaya, atau proses untuk memperoleh daya / kekuatan / kemampuan

dari pihak yang memiliki daya kepada pihak yang kurang atau belum berdaya. Menurut Kartasmita pemberdayaan masyarakat adalah sebuah konsep pembangunan ekonomi yang merangkum nilai-nilai sosial. Pemberdayaan di bidang ekonomi merupakan upaya untuk membangun daya (masyarakat) dengan mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi ekonomi yang di miliknya serta berupaya untuk mengembangkannya. Keberdayaan masyarakat adalah unsur dasar yang memungkinkan suatu masyarakat bertahan. Dalam pengertian yang dinamis, yaitu mengembangkan diri dan mencapai kemajuan.

Dalam konteks ini pemberdayaan ekonomi yaitu untuk penguatan masyarakat dalam mendapatkan gaji/upah yang memadai, untuk memperoleh informasi, pengetahuan dan ketrampilan, sehingga dapat memperoleh peningkatan hasil secara ekonomi. Pemberdayaan pada bidang ekonomi merupakan upaya untuk membangun daya (masyarakat) dengan mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi ekonomi yang dimilikinya serta berupaya untuk mengembangkannya.

Tujuan akhir pemberdayaan masyarakat dalam perekonomian adalah untuk meningkatkan pendapatan masyarakat lemah. Pendapatan masyarakat pada umumnya berasal dari upah/gaji dan dari surplus usaha. Secara umum masyarakat yang tunadaya (tidak berkemampuan) secara ekonomi hanya menerima upah/gaji yang rendah. Rendahnya gaji/upah yang diterima masyarakat kurang mampu ini karena mereka pada umumnya memiliki ketrampilan yang terbatas.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Lokasi penelitian ini yaitu para pemilik usaha kecil yang berada di kompleks/perumahan BTN Purwadadi Indah yang berada di Desa Purwadadi Timur. Komplek BTN Purwadadi Indah merupakan komplek pertama yang berada di kecamatan Purwadadi, oleh karena itu komplek disini merupakan komplek yang paling padat dibandingkan dengan komplek yang ada saat ini. Jumlah penduduk yang berada di Komplek BTN Purwadadi Indah ini sekitar 260 kk. Jumlah ini tidak menetap dan bisa berubah-ubah karena di komplek ini banyak yang keluar-masuk dan ada beberapa warga yang mengontrak. Setiap bulannya data bisa berubah. Dari data yang diperoleh peneliti dengan sekretaris Desa Purwadadi Timur mayoritas mata pencahariannya adalah selain menjadi buruh pabrik dan bertani, banyak penduduk yang memilih untuk berdagang ataupun

memiliki usaha kecil yang bertempat di rumahnya masing-masing. Hal ini bisa dilihat dari produk-produk yang dihasilkan. Kebanyakan produk yang dihasilkan itu berupa makanan jadi seperti kue basah, kue kering seperti keripik singkong dan kerupuk sanggrai. Dimana bahan-bahan pengolahannya sangat mudah di dapat dan terjangkau juga dapat memanfaatkan hasil tani seperti singkong.

Jumlah informan pada penelitian ini sejumlah 3 informan, yang dipilih berdasarkan atas kriteria-kriteria dalam penentuan subyek atau informan yaitu pada pedagang kecil yang memproduksi dalam bidang makanan yang sudah jadi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat sebagai berikut :

Ibu Tini (50 Tahun), ibu Tini ini merupakan pemilik usaha kecil rumahan yang berada di perumahan BTN Purwadadi Indah yang memproduksi dalam bidang makanan. Memiliki 4 orang anak dan sudah menetap di perumahan Purwadadi Indah ini selama 5 tahun yang awalnya bertempat tinggal di perumahan Pabrik Gula yang ada di Subang yang pada saat itu suaminya merupakan pekerja di Pabrik Gula tersebut namun sekarang sudah pensiun. Ibu Tini ini memiliki usaha yang bertempat di rumahnya sendiri yang diberi nama Dapur Kamisa.

Dapur Kamisa merupakan industri rumahan yang terletak di Komplek BTN Purwadadi Indah Desa Purwadadi Timur, Kecamatan Purwadadi Kabupaten Subang. Dapur kamisa ini dirintis oleh ibu Tini Sumarni sejak tahun 2010, pada awalnya ibu Tini ini hanya membantu di salah satu tetangganya sewaktu masih bertempat tinggal di Perumahan Pabrik Gula yang pada saat itu memiliki usaha kue juga.

“Dulu ibu sering bantu-bantu di tetangga neng. Kebetulan waktu itu ibu ngga ada kerjaan apa-apa sama lumayan lah nambah-nambah penghasilan buat kebutuhan sehari-hari. Dulu suami ibu kerja di pabrik gula. Tapi sekarang sudah pensiun. Terus juga pertamanya mah nyoba bikin kue sendiri waktu ada acara 40 hari kelahiran anak, eh dari situ teh malah jadi ada yang pesen kue sampe sekarang alhamdulillah ketemu rezekinya di kue ini. Dulu mah ibu udah jualan macem-macem, jual kain pernah, jual lotek juga pernah, jadi buruh pabrik juga udah pernah ngerasain”

Dapur Kamisa ini bergerak di bidang makanan yang memproduksi berbagai macam kue basah seperti risoles, pastel, lempeng, lapis, putri ayu, donat, berbagai macam bolu, dan yang lainnya. Namun tak hanya memproduksi macam-macam kue basah saja, berbagai macam kue kering pun diproduksi dalam home industry Dapur kamisa ini seperti sistik, telur gabus, dan berbagai macam kue khas lebaran seperti nastar, putri salju, kue kacang, dan yang lainnya. Pada awalnya ibu Tini ini memproduksi sendiri dan hanya dibantu oleh anaknya dan berjualan hasil produksinya itu dengan keliling sendiri. Namun sekarang ibu Tini sudah memiliki

6 orang pegawai dan 5 orang dibagian pemasaran. Pada wawancara bersama ibu Tini ini, ibu Tini mengaku mendapatkan bantuan dari pemerintah hanya sekali. Dan mendapatkan pinjaman modal dari desa sebesar Rp. 1000.000 yang dicicil setiap bulannya yaitu Rp, 100.000.

Dea (35 Tahun), pemilik usaha kecil rumahan selanjutnya yang juga memproduksi di bidang makanan jadi yaitu seblak. Pemilik usaha kecil rumahan ini memiliki 1 orang anak dan sekarang sedang mengandung anak keduanya. Suaminya tidak bekerja tetapi membantu usaha di rumahnya tersebut yang diberi nama Seblak Dhea Sharlot. Memilih untuk membuka usaha seblak ini karena dulu seblak merupakan jajanan atau makanan yang banyak diminati oleh semua kalangan terutama para remaja. Berawal dari iseng-iseng dan akhirnya masih bisa bertahan sampai sekarang ini.

“waktu itu kan seblak lagi rame-rame nya neng, teteh juga tadinya nyoba beli di orang trus ya iseng aja pengen bikin buatan sendiri. Dari situ kepikiran pengen buka usaha sendiri. Lagian juga kan lumayan banyak yang minat dari seblak ini. Modal juga ngga terlalu besar. Ya alhamdulillah sampe sekarang jadi banyak pelanggan”

Seblak Dhea Sharlot ini dirintis sejak tahun 2016. Seblak merupakan sebuah makanan yang awalnya dikenal dari daerah Bandung yang memiliki cita rasa pedas dan gurih. Dibuat dengan kerupuk yang di masak dengan sayuran dan juga pelengkap sumber protein sebagai tambahan seperti olahan daging, telur dan ayam yang kemudian ditambahkan kencur untuk dimasak. Berdasarkan hasil wawancara pernah mendapatkan bantuan berupa sembako dari pemerintah dan belum mendapatkan bantuan modal dari desa.

Ria (22 Tahun) belum menikah, wanita ini memiliki usaha di rumahnya sendiri yang memproduksi makanan yang sudah jadi. Sudah membuka usaha kecil rumahan ini sejak tahun 2018 yang dinamakan CeuRia. Setelah lulus sekolah wanita ini sempat menjadi buruh pabrik, namun setelah itu memilih untuk membuka usaha. Ia mengaku tidak pernah mendapatkan bantuan berupa modal dari desa, namun jika bantuan sembako pernah mendapatkan bantuan.

Usaha yang dijalankannya yaitu berbagai macam menu makanan yang pada awalnya hanya membuat tutut dan berbagai macam gorengan seperti cireng dan rujak kangkung, kemudian ada menu tambahan yang kekinian seperti pisang nugget, pisang roll, cilok goang, cibay, dan sampai sekarang sudah memiliki menu tambahan lagi seperti pangsit kuah, cimin dan tahu waliq. Berawal dari iseng-iseng hingga akhirnya sampai sekarang memiliki banyak peminat.

“Ya saya tadinya mah cuma iseng-iseng aja, karena kebetulan banyak temen yang berprofesi sebagai pedagang setelah lulus sekolah atau penjual

makanan online, ya jadi istilahnya mah kabita lah nya pengen nyoba. Trus coba-coba aja, awalnya Cuma bikin tutut sama nugget pisang yang terinspirasi dari teman dan akhirnya keterusan sampe sekarang alhamdulillah dari awalnya 2 menu sampe sekarang udah banyak banget menu nya”

### **Kondisi sosial ekonomi industri rumah tangga sebelum dan sesudah adanya pandemi Covid-19**

Para pemilik usaha industri rumah tangga ini memiliki pengalaman dan pandangan yang hampir sama. Usahanya memiliki penurunan ketika adanya pandemi Covid-19 namun walaupun begitu tidak sampai menutup usahanya dikarenakan memiliki usaha dibidang makanan merupakan bahan pokok yang yang dibutuhkan untuk kehidupan sehari-hari.

Berikut ini adalah hasil wawancara terhadap para pemilik usaha industri rumah tangga mengenai tanggapan kondisi usahanya ketika sebelum dan sesudah adanya pandemi Covid-19. Walaupun tidak berpengaruh yang sangat signifikan terhadap usahanya itu, namun setidaknya masih bisa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Seperti yang disampaikan oleh informan yang bernama Tini (50 Tahun) yang menyatakan :

“sebenarnya ngga ngalamin kerugian yang besar. Kalau pas awal-awal itu kan masih pada takut sama covid ya, trus juga sekolah-sekolah sama yang kerja pada libur, acara-acara kaya nikahan sama pengajian ditutup, jadi ya pendapatan ibu jadi berkurang. Soalnya kan kalo kue basah gini kalo sebelum pandemi suka banyak yang pesen kaya acara kenaikan kelas, acara nikahan sama pengajian. Nah kalo udah ada covid ini jadi ga ada yang pesen. Kalo buat jualan seperti biasa ya naik sedikit, mungkin karena masyarakat juga pada diem di rumah trus pengennya ngemil. Tapi sekarang mah alhamdulillah udah ada yang pesen lagi ya walaupun ngga banyak kaya biasanya tetep disyukuri ajalah namanya juga jualan. Yang penting ibu mah pertahanin rasa ibu karena udah pada tau lah kue ibu mah disekitar purwadadi mah neng.” (wawancara 24 Juli 2021)

Dan informan selanjutnya yaitu Dhea (35 Tahun) yang mengatakan :

“sempet sepi sih, tapi ya namanya juga jualan neng ngga selalu rame pasti ada aja sepi nya. Kalo dulu kan seblak rame nya sama anak sekolah, kalo jam istirahat sama jam pulang sekolah itu suka banyak yang kesini pada beli. Sekarang kan sekolah online, ya mungkin pada males keluar, paling yang beli sekarang kebanyakan masyarakat sininya.” (wawancara 24 Juli 2021)

Kemudian Ria (22 Tahun) menyatakan :

“Ya biasa aja sih, maksudnya ya namanya juga jualan kadang rame kadang

ngga ya saya mah disyukuri aja. Tapi setelah adanya acovid ini justru ya saya disyukuri ajalah ya apapun itu. Justru setelah covid ini kan orang-orang banyak yang di rumah, jadi malah banyak yang beli. Banyak yang pengen di anterin, pengennya tinggal am weh nya, tinggal huap teu kudu repot-repot masak. Tapi emang pernah sempet kaget juga pas adanya lockdown sama pembatasan aktivitas, tapi alhamdulillah sekarang udah biasa aja.” (wawancara 26 Juli 2021)

Dengan melihat penuturan para informan pemilik industri rumah tangga ini dapat dilihat bahwa kondisi yang dialami industri rumah tangga sebelum dan sesudah adanya pandemi Covid-19 ini mereka merasa tidaklah mengalami ekonomi yang terlalu sulit, hanya saja pendapatannya memang mengalami penurunan sewaktu pertama kalinya Covid-19 ini datang ke Indonesia dan pemberlakuan pembatasan aktivitas oleh pemerintah. Namun para informan juga menyatakan bahwa setelah terbiasanya dengan Covid-19 ini semua kembali normal, bahkan sampai mengalami kenaikan pembeli.

### **Kreativitas yang dilakukan oleh para pelaku industri rumah tangga dalam mempertahankan ekonomi dimasa pandemi Covid-19**

Usaha kecil merupakan bagian dari ekonomi mikro yang diharapkan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat. Aktivitas industri rumah tangga di tengah pandemi covid-19 ini merupakan usaha baru yang harus dikelola dengan baik dan juga didukung oleh inovasi dan kreativitas produk yang dihasilkannya agar mampu bersaing. Dengan tetap mempertahankan kualitas produk yang dimiliki oleh masing-masing industri rumah tangga ini, maka hasil penjualan pun akan stabil bahkan jika mempunyai daya jual yang berbeda dan kualitas yang berbeda produk yang dihasilkan pun akan semakin banyak peminatnya.

Ketahanan ekonomi agar tetap terjaga selama masa pandemi dapat dilakukan dengan menambah sumber pendapatan keluarga agar pendapatan keluarga juga meningkat, salah satunya dengan memulai bisnis keluarga menggunakan atau memanfaatkan sarana digital atau yang sudah memiliki bisnis tetapi pemasarannya masih konvensional bisa pula dilakukan secara digital.

Seperti yang di dikatakan oleh informan yang bernama Tini (50 Tahun) :

“Usaha kue kaya gini kan banyak banget saingannya neng, apalagi yang lain itu harganya lebih murah-murah. Tapi alhamdulillah kalo udah ngelanggan ke ibu dan udah tau rasa ibu pasti ga bakal ke yang lain. Yang ibu jaga itu yang pertama pasti rasa, trus sama penampilan. Selama ibu buka usaha ini ibu mah ga pernah pake bahan-bahan pengawet, apalagi pake pemanis buatan. Soalnya bisa ngerusak kue nantinya, rasanya nanti jadi beda. Kan mending ngambil keuntungan sedikit tapi banyak yang beli, dari pada

ngambil untung banyak tapi sedikit yang belinya.”

“Trus ibu juga produksi setiap hari dan bikin kue nya menunya banyak, jadi ada beberapa macam kue supaya banyak pilihannya. Kalo misalnya udah siang tapi kue masih banyak, sekarang ibu suka posting ke WhatsApp. Dan alhamdulillah ada aja yang mau. Ada yang ngambil ke rumah atau ngga suka ada yang pengen di anterin.”

Menurut penuturan ibu Tini ini media sosial sedikitnya membantu pada usaha kue nya ini. Namun dengan keterbatasan dan minimnya pengetahuan mengenai media sosial membuat ibi Tini ini belum bisa membuka usahanya ke berbagai media sosial lainnya. Menurutnya ia belum bisa menggunakan media sosial lain seperti Facebook, instagram, dan media sosial lainnya, ia juga mengatakan bahwa menggunakan Handphone Android pun masih harus banyak belajar. Selain itu sebelum adanya pandemi Covid-19 ibu Tini ini memiliki beberapa pegawai atau tenaga kerja untuk membantu dan memudahkannya dalam proses produksi. Setelah adanya pandemi ini kemudian ibu Tini terpaksa memberhentikan terlebih dahulu beberapa orang pekerja karena pendapatan yang diterima mengalami penurunan

Selanjutnya Ria (22 Tahun) mengatakan :

“Ya dimasa kaya gini saya nunjukin kalo produk saya ini steril, bahan-bahan yang di pake pun aman dan memperbaiki terus produk makanan yang saya buat untuk dijual. Trus juga saya suka bikin menu-menu baru yang sesuai perkembangan zaman lah istilahnya mah biar menu nya ngga itu-itu aja, biar ngga pada bosan.”

“trus juga sekarang kan zaman udah canggih, semua pasti punya HP. Ya saya manfaatkan media sosial buat mempromosikan produk saya ini. Dulu biasanya suka di Facebook, tapi sekarang lebih sering pake WhatsApp soalnya di WA temennya udah banyak. Kalo FB karena saya sekarang pake akun yang baru, jadi kurang ada peminatnya”

Menurut penuturan informan selanjutnya yaitu Ria (22 Tahun), ia juga memanfaatkan media sosial yang dimilikinya dan usahanya semakin banyak peminat karena ia juga membuka sistem Delivery Order atau sistem di antar ke rumah. Walaupun banyak kendala yang dihadapi seperti waktu dan jarak tempuh yang lumayan jauh, tetapi menurutnya tidak masalah yang penting pemasukan tetap ada.

Dan Dhea (35 Tahun) mengungkapkan :

“Yang jualan seblak kan sekarang udah ada dimana-mana ya neng, jadi ya paling asal jangan ngerubah atau ngurangin rasa aja. Setiap yang jualan itu

kan udah punya ciri khas nya masing-masing. Alhamdulillah sekarang menu nya kan udah banyak, jadi banyak pilihannya. Kalo ada yang ngga suka seblak kerupuk, ada seblak mie. Toppingnya juga sekarang udah macem-macem. Sama sekarang itu nambah jualan produk-produk kecantikan sama makanan yang manis-manis kaya stup roti. Jadi lumayan kalo seblak lagi sepi ya ada tambahan dari yang lain.”

Hal yang sama juga dilakukan oleh Dhea penjual Seblak. Ia memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan usahanya ini. Melalui akun facebook dan whatsapp, ia selalu memposting seblaknya ini agar menarik peminat. Dan juga membuka sistem Delivery Order untuk wilayah yang masih bisa ditempuh dan tidak jauh. Karena keterbatasan jumlah tenaga juga menjadi alasan untuk tidak mengambil orderan jara jauh.

Dari hasil wawancara oleh peneliti dapat dilihat bahwa kreatifitas dan kemampuan kita untuk menghasilkan sesuatu yang beda dari yang lainnya dalam sebuah penjualan itu sangatlah dibutuhkan dan itu merupakan hal penting untuk daya saing terhadap pemasaran produk yang dimiliki. Setiap penjual tentu menginginkan hasil dari produknya ini diminati oleh banyak orang. Apalagi di era sekarang ini banyak sekali bermunculan para industri rumah tangga yang memproduksi makanan. Selain itu pemanfaatan teknologi informasi melalui media sosial juga sangat berpengaruh terhadap pemasaran. Zaman semakin canggih, kita pun harus mengikuti perkembangan zaman agar tidak tertinggal. Sebenarnya selalu banyak cara untuk tetap mempertahankan bisnis yang digeluti asalkan kita mempunyai kemampuan untuk berfikir dan berinovasi. Pandemi Covid-19 bukanlah menjadi penghalang untuk kita tetap melanjutkan bisnis yang sudah dirintis sejak lama. Dengan semangat kreativitas dalam pelaku usaha dapat mengubah sesuatu yang sudah dimiliki seseorang menjadi lebih menarik baik dilihat dari segi bentuk maupun dari segi keindahannya. Cara alternatif lain adalah dengan penggunaan media sosial yang sangat berguna untuk melakukan transaksi jual beli selama masyarakat berada di rumah. Dan para usaha pun masih tetap bisa berjalan.

## **PENUTUP**

Kendati perekonomian yang sedang tidak stabil, kreativitas pebisnis di bidang home industri ini harus terus diasah karena untuk menghadapi pasar baru juga agar dapat mempertahankan ekonominya pada saat pandemi Covid-19.

Dari sekian banyak pembahasan yang telah dipaparkan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: *Pertama*, kondisi sosial ekonomi pada industri rumah tangga yang berada di kompleks Purwadadi Indah ini sesudah adanya pandemi Covid-19 memang mengalami penurunan pada hasil pendapatan daripada sebelum



adanya pandemi Covid-19. Hal ini mengakibatkan berubahnya gaya hidup yang menjadi berkecukupan dan bahkan ada yang sampai memberhentikan pekerja/pegawai nya karena tidak mampu untuk memberikan gaji seperti biasanya. Bahkan sampai menambah bisnis tak hanya dibidang kuliner saja dengan alasan agar pendapatan pun juga ikut bertambah. Tetapi hal ini tidaklah terlalu buruk terhadap apa yang telah di alami oleh industri-industri besar yang mengalami banyak sekali kerugian sehingga sampai menutup usahanya.

Para pemilik industri rumah tangga ini tetap mempertahankan usahanya pada masa pandemi Covid-19 karena ini merupakan satu-satunya tempat usaha mereka untuk tetap mempertahankan hidup. Lagipula memiliki usaha dibidang kuliner atau makanan ini merupakan bahan makanan pokok untuk sehari-hari dan banyak peminat sehingga selalu dibutuhkan.

*Kedua*, untuk tetap bertahan di masa pandemi Covid-19 ini para pemilik industri rumah tangga tentu harus memiliki kreativitas agar usaha yang dijalankannya ini memiliki nilai jual dan daya saing terhadap pemasaran produk yang dimiliki. Para pemilik usaha makanan ini mengaku bahwa memiliki produk yang berbeda dari yang lainnya dari segi rasa maupun kemasan sehingga memiliki ciri khasnya tersendiri. Selain memanfaatkan produk agar berbeda dari yang lain, industri rumah tangga ini juga sudah memanfaatkan media sosial sebagai bentuk promosi atau bentuk pemasaran agar diketahui banyak orang dan produk yang dihasilkan laku terjual walaupun memang media sosial yang digunakan belum maksimal

Agar pemilik usaha industri rumah tangga bisa mempertahankan ekonominya di masa pandemi Covid-19 seperti saat ini tetaplah menjaga kualitas produk dan menjaga apa yang menjadi ciri khas dari masing-masing produk kulinernya tersebut. Hal tersebut karena agar menjaga para konsumen untuk tetap membeli.

Selain berinovasi untuk membuat menu baru atau berinovasi dalam kemasan produk, agar produk makanan yang dihasilkan semakin banyak yang tau dan banyak peminat, para pemilik usaha industri rumah tangga ini perlu banyak belajar agar mengetahui mengenai media sosial seperti memasang produk di aplikasi Grabfood. Kita hidup berada pada zaman yang sudah berbeda, sudah semakin canggih dalam hal apapun. Sudah seharusnya kita juga harus bisa mengikuti perkembangan zaman yang ada agar selalu up to date dan tidak tertinggal oleh zaman. Dalam era seperti sekarang ini untuk mempunyai usaha atau bisnis sangatlah mudah, apalagi kita mampu untuk membaca peluang yang ada dan mampu memanfaatkan media sosial yang ada.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, R. I. (2005). *Ilmu Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial*, (Jakarta: Fisip UI Press), h. 145.
- Elka, P. M. (2008). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Cetak Biru Ekonomi Kreatif: Departemen Perdagangan Republik Indonesia.
- Hasanah, L.L.N.E. (2015). *Pengembangan Wirausaha Muda Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta*. *Jurnal Studi Pemuda*. 4 (2): 268-280.
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy : How people make money from ideas*. London – England. Penquin books LTd 80 Strand.
- Lucky M.N.R. (2021). *Inovasi dan Kreativitas Pelaku Usaha UMKM di Era Covid-19*. STIE Kridatama Bandung. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika Vol.4 No.2 7(21)*.
- Nasution, L. (2020). Efektifitas HKI Sebagai Pelindung Industri Kreatif dan UMKM Di Tengah Pandemi Covid19. *Buletin Hukum dan Keadilan*, 4(1), 238-250
- Rosmadi. M.L.N (2021). Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ikraith – Ekonomika. Universitas Persada Indonesia Y.A.I. Vol 4 No 1*
- Sadiyah, D. (2015). *Metode Penelitian dakwah Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Saifuddin, Z. (2013). Analisis Pengembangan Usaha Kecil *Home* Industri Sangkar Ayam Dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan, *Jurnal Manajemen...*, hlm.47-48
- Sudati, H. E. (2019). UMKM Sebagai pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 3-4.
- Suryani, E. (2021). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap UMKM (studi kasus home industri klepon di Kota Baru Driyorejo). *Jurnal Inovasi Penelitian. Vol 1 No 8*.
- Undang-Undang Republik Indonesia No.3 Tahun 2014 *Tentang Perindustrian*.
- Yuni, D. (2010). *Bisnis Rumah Tangga*. Yogyakarta : Jogja BangkitPublisher. JB Team. h. 3.