

1. Menerima, menunggu, dan mencari pinjaman.....	131
2. Menunggu sambil meningkatkan keterampilan dan diversifikasi usaha	132
3. Pemanfaatan teknologi	133
Setelah Krisis Panjang Pandemi COVID-19:	
Apa Yang Terjadi?	134
1. Situasi membaik	135
2. Situasi pasar yang bergeser.....	136
3. Peralihan usaha luring ke daring.....	137
Skema Dukungan dan Kebutuhan Pemulihan bagi UMKM Perempuan	138
1. Dukungan dari Pemerintah	138
2. Skema dukungan lanjutan.....	140

BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Melacak Dampak Pandemi bagi UMKM Perempuan	145
Dari Bertahan hingga Beradaptasi terhadap Pandemi	147
1. Penguasaan teknologi digital.....	147
2. Jaring Pengaman dan skema dukungan pemulihan	148
3. Jejaring bisnis dan sosial	149
Adaptasi dan Keberlanjutan Usaha.....	149
Rekomendasi	153

DAFTAR PUSTAKA157

LAMPIRAN: NARASI KETANGGUHAN WIRAUSAHA PEREMPUAN163

Daftar Gambar

Gambar 1.1:	Ekosistem Kewirausahaan Nasional	9
Gambar 1.2:	Dukungan Kementerian/Lembaga dalam Ekosistem Kewirausahaan Nasional	9
Gambar 1.3:	Kerangka Kajian	14
Gambar 1.4:	Kategori Informan di Kabupaten Sumba Timur	22
Gambar 1.5:	Kategori Informan di Kabupaten Mamuju	24
Gambar 1.6:	Kategori Informan di Kabupaten Toba	26
Gambar 1.7:	Kategori Informan Kota di Bandung.....	28
Gambar 2.1:	Data IKM Kabupaten Sumba Timur	37
Gambar 2.2:	Rantai pasok tenun ikat dan kriya	41
Gambar 2.3:	Survei Prioritas Kebutuhan Penguatan UMKM Perempuan	59
Gambar 3.1:	Data UMKM di Kabupaten Mamuju	64
Gambar 3.2:	Rantai Pasok Makanan Olahan di Kabupaten Mamuju	66
Gambar 4.1:	Profil Kabupaten Toba	89
Gambar 4.2:	Komposisi UMKM Kabupaten Toba	90
Gambar 4.3:	Rantai Pasok Makanan Olahan Kabupaten Toba	92
Gambar 4.4:	Rantai Pasok Kriya-Tenun Kabupaten Toba	93
Gambar 4.5:	Prioritas Dukungan Pengembangan Wirausaha Perempuan.....	114
Gambar 5.1:	Kategori Pelaku Usaha Berdasarkan Kepemilikan Modal di Kota Bandung	121
Gambar 5.2:	Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja.....	124
Gambar 5.4:	Dampak Pandemi COVID-19 pada Konteks Urban	125
Gambar 5.3:	Pemetaan tentang Karakter Perempuan Pelaku UMKM di Wilayah Urban: Studi Kasus Bandung	126
Gambar 5.5:	Kebutuhan Skema Dukungan Lainnya Setelah Krisis Panjang	141
Gambar 6.1:	Skema Adaptasi-Pemulihan Perempuan di Masa Pandemi	151
Gambar 6.2:	Kerangka Dukungan Pengembangan Wirausaha Perempuan.....	153

Daftar Singkatan

BLK	Balai Latihan Kerja
BLT	Bantuan Langsung Tunai
BNPB	Badan Nasional Penanggulangan Bencana
BPS	Biro Pusat Statistik
BPUM	Bantuan Produktif Usaha Mikro
CBR	Cahaya Bersama Rakyat (Lembaga Penyandang Disabilitas Toba)
COD	Cash on Delivery
DPSP	Destinasi Pariwisata Super Prioritas
DTKS	Data Terpadu Kesejahteraan Sosial
FGD	Focus Group Discussion (Diskusi Kelompok Terarah)
GEMA	Gerakan Mandiri (Lembaga Penyandang Disabilitas Mamuju)
IPG	Indeks Pembangunan Gender
IPM	Indeks Pembangunan Manusia
IKM	Industri Kecil Menengah
KG	Kesetaraan Gender
KUKM	Koperasi Usaha Kecil Menengah
KUR	Kredit Usaha Rakyat
KWT	Kelompok Wanita Tani
LPDU	Lembaga Profesi dan Dunia Usaha
LSM	Lembaga Swadaya Masyarakat
NIB	Nomor Induk Berusaha
PA	Perlindungan Anak
PDRB	Produk Domestik Regional Bruto
PHK	Pemutusan Hubungan Kerja
PHP	Peningkatan Kualitas Hidup Perempuan

PKH	Program Keluarga Harapan
PKK	Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga
PKN	Pengembangan Kewirausahaan Nasional
PMI	Pekerja Migran Indonesia
PMK3I	Penilaian Mandiri Kota/Kabupaten Kreatif Indonesia
PDB	Produk Domestik Bruto
Perlinsos	Perlindungan Sosial
PEN	Pemulihan Ekonomi Nasional
PC-PEN	Penanganan COVID-19 -Pemulihan Ekonomi Nasional
PPKM	Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat
RPJMN	Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional
SDM	Sumber Daya Manusia
TPAK	Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja
UMKM	Usaha Mikro Kecil Menengah

Glosarium

Wirausaha	Setiap orang yang memiliki jiwa kewirausahaan dan menjalankan kewirausahaan.
Kewirausahaan	Aktivitas dalam menciptakan dan/atau mengembangkan suatu usaha yang inovatif dan berkelanjutan.
Calon wirausaha	Setiap orang yang memiliki jiwa kewirausahaan dan memiliki ide bisnis dan/atau memiliki rintisan usaha.
Wirausaha pemula	Wirausaha yang merintis usahanya menuju wirausaha mapan dan usahanya telah terdaftar pada sistem perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik.
Wirausaha mapan	Wirausaha yang usahanya telah berlangsung dalam jangka waktu lebih dari 42 (empat puluh dua) bulan sejak usahanya terdaftar pada sistem perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik dan berkembang.
Ekosistem kewirausahaan	Interaksi semua sistem yang mempengaruhi pengembangan dan pembangunan Kewirausahaan.

Krisis yang disebabkan oleh pandemi COVID-19 telah menimbulkan tantangan yang luar biasa di bidang kesehatan serta guncangan ekonomi yang belum pernah terjadi sebelumnya. Krisis multi dimensi ini telah memperlambat kegiatan ekonomi, memicu semakin tingginya tingkat pengangguran, dan ketidakpastian jaminan pendapatan.

Perempuan pelaku usaha terutama harus membayar harga yang lebih tinggi dalam menghadapi pandemi, karena banyak perempuan yang memiliki usaha di sektor-sektor yang berhadapan langsung dengan konsumen dan yang paling terpuuk oleh guncangan akibat pandemi.

Dengan latar belakang ini dan dalam kerangka kerja sama Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) Indonesia dengan Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan Republik Indonesia, dan SRI Institute Yogyakarta, kami memandang penting untuk melakukan sebuah kajian dengan pendekatan studi kasus guna mendokumentasikan narasi otentik upaya wirausaha perempuan (rentan) dalam merespons dan beradaptasi selama krisis panjang terutama yang diakibatkan oleh pandemi COVID-19 dan bencana alam yang terjadi dalam waktu bersamaan.

Kajian ini melibatkan pelaku wirausaha perempuan di Kabupaten Toba, Kabupaten Mamuju, Kabupaten Sumba Timur, dan Kota Bandung. Masing-masing daerah ini mewakili konteks rural dan urban serta karakteristik yang menyertainya dengan mempertimbangkan keberagaman aspek seperti kemiskinan, destinasi wisata super prioritas, wilayah terdampak bencana baik alam maupun non-alam. Selain itu, secara komprehensif kajian ini menganalisis dampak pandemi COVID-19 terhadap perempuan wirausaha serta mengidentifikasi skema adaptasi dan kebutuhan dukungan bagi perempuan wirausaha untuk dapat pulih secara sosial dan ekonomi.

Pandemi COVID-19 berdampak sangat signifikan secara sosial dan ekonomi pada perempuan wirausaha. Kelangkaan bahan baku, menurunnya permintaan pasar dan daya beli masyarakat menyebabkan disrupsi rantai pasok dan terganggunya pasar hingga mengakibatkan berkurangnya pendapatan bahkan

hilangnya mata pencaharian. Di samping itu perempuan wirausaha juga harus berhadapan dengan bertambahnya beban kerja domestik dan perawatan/pengasuhan, dalam hal ini merawat lansia atau anak-anak - jenis-jenis *unpaid care work* - yang berarti perempuan harus mengurangi jam kerja berbayar. Banyak perempuan kehilangan pekerjaan atau mengalami kehilangan pendapatan, karena perempuan banyak terwakili di sektor-sektor pekerjaan informal, dan berpendapatan rendah. Pandemi juga berdampak pada adanya pergeseran peran di rumah tangga. Peran ekonomi perempuan dalam rumah tangga semakin meningkat hingga menjadi pencari nafkah utama selama pandemi.

Meskipun mengalami keterpurukan, perempuan wirausaha dan UMKM merupakan kelompok dan sektor yang mampu bertahan selama pandemi. Perempuan wirausaha menemukan beragam skema adaptasi yang khas sesuai dengan konteks wilayah dan memiliki kemampuan adaptasi positif yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan adanya kapasitas dan modalitas kuat pada perempuan wirausaha untuk pulih lebih cepat. Berbagai kebijakan dan skema dukungan telah diberikan oleh berbagai pihak, baik negara maupun pihak lainnya untuk mendorong wirausaha agar mampu bertahan selama pandemi. Kajian ini menghasilkan beberapa rekomendasi utama yang fokus pada kebijakan alternatif yang mendukung kebijakan yang sudah ada pada aspek berikut: untuk meminimalkan dampak di tengah tingginya risiko bencana alam dan perubahan iklim, yang pada kajian ini berkelindan dengan pandemi (krisis ganda) dibutuhkan kebijakan perlindungan sosial yang adaptif dan aksesibel bagi kelompok rentan; diperlukan indikator keberhasilan program pengembangan UMKM yang tidak hanya berbasis pada capaian ekonomi tapi juga pada perubahan aspek sosial; perlunya transformasi digital yang memungkinkan akselerasi kelompok marginal dalam mengakses pasar.

Kami berharap temuan dan rekomendasi dari kajian ini dapat menjadi referensi dan analisis lebih lanjut bagi para pembuat kebijakan dalam pengembangan dan penguatan model kewirausahaan perempuan. Tak lupa kami mengucapkan terima kasih kepada para pihak yang telah mendukung terlaksananya

kajian ini: Kementerian Koordinator Bidang Pembangunan Manusia dan Kebudayaan, organisasi pemerintah daerah dan pelaku usaha perempuan di wilayah kajian serta tim peneliti utama SRI Institute dan tim peneliti lokal.

Jakarta, Juli 2023

Koordinator Program
FES Indonesia
Rina Julvianty

Pandemi COVID-19 yang mulai merebak di Indonesia sejak Maret 2020 berdampak pada berbagai aspek kehidupan, baik sosial maupun ekonomi. Aktivitas perekonomian mengalami penurunan tajam karena diberlakukan pembatasan aktivitas masyarakat, termasuk aktivitas perekonomian di usaha mikro dan kecil. Hal ini mengakibatkan pertumbuhan ekonomi mengalami kontraksi sebesar -2,07% di tahun 2020, tahun awal dimulainya pandemi COVID-19.

Sesuai amanat UU Nomor 2 Tahun 2020 tentang Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas Sistem Keuangan, Pemerintah dalam penanganan pandemi COVID-19 memfokuskan penggunaan keuangan negara bagi sektor kesehatan dan upaya pemulihan ekonomi nasional. Sejumlah langkah dilakukan Pemerintah guna meminimalisir dampak pandemi COVID-19 pada masyarakat. Pemerintah memiliki program jaring pengaman sosial untuk masyarakat yang pendapatannya terdampak selama pandemi. Selain pemberian program bantuan sosial kepada masyarakat berpendapatan rendah yang diperluas sasaran dan jumlahnya, juga diberikan bantuan untuk usaha mikro agar masyarakat tetap bertahan selama masa pandemi.

Dukungan Pemerintah untuk pemulihan ekonomi masyarakat di masa pandemi COVID-19 antara lain ditujukan dengan sasaran wirausaha perempuan agar dapat bertahan di masa pandemi, karena kegiatan wirausaha termasuk yang dapat menopang pertumbuhan ekonomi agar tidak jatuh terlalu dalam. Untuk itu Pemerintah telah menetapkan Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional, dimana perempuan kelompok rentan termasuk dalam sasaran pengembangan program kewirausahaan nasional.

Kemenko PMK menaruh perhatian besar pada berkembangnya wirausaha perempuan, khususnya skala mikro dan kecil pada sektor informal. Hal ini juga sejalan dengan tujuan pengembangan wirausaha nasional. Untuk itu, Kemenko PMK bekerja sama dengan lembaga Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) Indonesia melakukan kajian bertema Pemberdayaan Ekonomi Perempuan di Masa dan Pasca Pandemi COVID-19.

Pemilihan lokasi kajian (Kabupaten Toba, Kabupaten Mamuju, Kabupaten Sumba Timur, Kota Bandung) merupakan representasi dari daerah pariwisata, daerah miskin, daerah urban dan rural, serta daerah yang baru mengalami bencana. Pemilihan responden juga beragam, dengan mempertimbangkan kondisi kesejahteraan, usia, status perkawinan dan kondisi sosial (penyintas kekerasan, disabilitas). Dengan keberagaman tersebut, kajian ini diharapkan dapat menggambarkan hambatan yang dihadapi oleh berbagai pelaku wirausaha dan prioritas kebutuhan untuk pengembangan usaha dengan berbagai karakteristiknya, yang selanjutnya dapat menjadi bahan masukan bagi Pemerintah dalam membuat kebijakan pemberdayaan ekonomi perempuan. Kajian ini tentunya akan melengkapi kajian serupa yang telah ada sebelumnya.

Kami menyampaikan apresiasi dan terima kasih pada FES Indonesia atas kerja samanya dalam menyusun kajian ini. Kami juga menyampaikan terima kasih kepada Pemerintah Daerah Kabupaten Toba, Kabupaten Mamuju, Kabupaten Sumba Timur dan Kota Bandung, serta SRI Institute, yang telah memberikan berbagai masukan sehingga kajian ini dapat diselesaikan dengan baik. Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa meridhoi upaya kita dalam mewujudkan wirausaha perempuan yang tangguh dan berkelanjutan dalam upaya mencapai kemandirian dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Jakarta, Juli 2023

Deputi Bidang Koordinasi Peningkatan
Kualitas Anak, Perempuan dan Pemuda



Woro Srihastuti Sulistyaningrum

Kajian yang dilakukan SRI Institute kali ini berupaya untuk mendokumentasikan pengalaman kelompok perempuan (rentan) dalam merespons sejumlah tantangan akibat dari pandemi COVID-19. Terdapat dua isu yang menjadi fokus eksplorasi yakni dampak dan strategi yang dilakukan perempuan terutama untuk pulih dari krisis panjang. Selain itu, diskusi dalam kajian ini juga menyoroti keragaman upaya yang dilakukan oleh kelompok perempuan itu sendiri. Situasi ini berkaitan dengan latar belakang para perempuan yang cukup beragam baik dari segi kelas sosial, latar belakang pendidikan, tempat tinggal, dan kondisi disabilitasnya.

Terkait dengan karakteristik informan, kajian ini melibatkan perempuan penggiat UMKM dari empat daerah seperti Kabupaten Sumba Timur, Kabupaten Mamuju, Kabupaten Toba, dan Kota Bandung. Pengalaman berdialog dengan perempuan dari berbagai daerah tersebut menghasilkan refleksi yang cukup kompleks. Di satu sisi terdapat pengalaman yang beririsan antara perempuan di satu daerah dengan daerah lainnya. Misalnya para perempuan secara umum menyatakan bahwa pandemi COVID-19 berdampak pada kesulitan ekonomi dan berkurangnya pendapatan. Namun di sisi yang lain, terdapat perbedaan pandangan tentang mekanisme untuk mengatasi problem ekonomi berkepanjangan tersebut. Sebagai contoh adalah perbedaan pemaknaan pada pemanfaatan teknologi sebagai terobosan saat mobilitas sosial terbatas atau saat ada kebutuhan untuk melakukan pemulihan ekonomi secara cepat. Idealnya, keterampilan menggunakan teknologi dapat menjadi pembelajaran baru di masa pandemi COVID-19. Dalam kondisi tertentu, teknologi membantu meningkatkan jangkauan pasar sehingga membantu mengatasi dampak krisis. Namun karena penghasilan tidak dapat dicairkan setiap saat, teknologi menjadi tidak cukup efisien bagi sebagian perempuan yang menggantungkan aktivitas ekonominya melalui sistem jual-beli harian.

Dalam temuan yang lain, asumsi bahwa keterbatasan modal adalah isu utama dalam upaya pemulihan ternyata tidak sepenuhnya terbukti. Banyak informan justru mengatakan jika bangunan ekosistem pasar yang kokoh dan jaringan

adalah prasyarat pokok. Situasi ini kemudian mengantarkan pada rekomendasi pendekatan yang lebih inovatif baik yang dapat dikembangkan oleh pemerintah, institusi swasta dan masyarakat sipil. Sementara itu, sebagai sebuah kajian, karya ini memberikan kontribusi dalam memetakan kekhasan narasi perempuan yang pada akhirnya tidak pernah tunggal. Sehingga perlu ada upaya atau cara untuk terus mengembangkan kerangka berpikir yang kontekstual.

Terkait dengan proses panjang dibalik kajian ini, SRI Institute mengucapkan terima kasih kepada FES yang untuk kesekian kalinya bersedia berproses bersama untuk mempelajari dan memahami dinamika isu gender di komunitas. Demikian halnya kepada para jajaran Kementerian PMK yang senantiasa menyediakan waktu untuk mendiskusikan hasil temuan berikut refleksi-refleksinya. Terimakasih pada Yakobus Ngabi Lalapraing, Andri Siswanto, Yulita Rangkuti dan Iwan Bernado Samosir untuk dukungan dan kerja bersama yang sangat berarti selama proses kajian. Terakhir, terima kasih bagi semua informan utama dan seluruh elemen yang terlibat dalam proses penyusunan kajian ini. Autentisitas pengalaman para perempuan tersebut merupakan input pengetahuan yang sangat bermakna. Sehingga kajian ini diharapkan dapat menginspirasi sekaligus memperkaya literatur yang berfokus pada isu gender di Indonesia secara lebih luas.

Yogyakarta, Juli 2023

Direktur Eksekutif SRI Institute
Desintha Dwi Asriani

Ringkasan Eksekutif

Pandemi COVID-19 berdampak pada berbagai aspek kehidupan tidak terkecuali usaha mikro kecil yang dikelola oleh perempuan. Kajian ini berupaya untuk memetakan dampak juga strategi adaptasi dan transformasi yang dilakukan wirausaha/calon wirausaha perempuan kelompok rentan dalam merespon pandemi. Kajian kualitatif ini dilakukan dengan pendekatan studi kasus di 4 wilayah dengan mempertimbangkan keragaman konteks dan keterwakilan wilayah barat, tengah, dan timur Indonesia. Studi kasus dilakukan untuk mendapatkan narasi-narasi autentik agensi perempuan rentan di Kabupaten Toba, Kabupaten Mamuju, Kabupaten Sumba Timur sebagai representasi wilayah rural dan Kota Bandung sebagai representasi wilayah urban.

Dampak pandemi yang dirasakan oleh UMKM perempuan baik yang sudah memiliki ijin usaha maupun yang belum di 4 wilayah kajian memperlihatkan dampak yang relatif sama dengan kedalaman yang berbeda. Kebijakan PPKM yang dimaksudkan untuk meredam dampak pandemi COVID-19 pada aspek ekonomi mengakibatkan adanya gangguan rantai pasok, disrupsi pasar, kelangkaan dan naiknya harga bahan baku di semua wilayah kajian. Gangguan tersebut mengakibatkan wirausaha perempuan (rentan) berkurang penghasilannya, dan bahkan kehilangan mata pencaharian. Pada wilayah kajian dengan *double hit* bencana (pandemi dan bencana alam), kerusakan aset, kerusakan lahan menambah beratnya dampak yang dialami wirausaha perempuan. Pandangan dan praktik kerja pengasuhan yang dilekatkan kepada perempuan memperberat beban ganda yang dirasakan wirausaha perempuan.

Berbagai narasi keagenan wirausaha perempuan kelompok rentan dalam beradaptasi dan bertransformasi pada masa krisis yang panjang, baik berupa koping negatif maupun koping positif ditemukan di semua wilayah kajian. Praktik adaptasi negatif yang ditemukan seperti mengurangi asupan makanan, menggadaikan atau menjual aset, berhutang bahkan terjerat sistem ijon dan bertumpu pada jaring pengaman sosial baik dari pemerintah, komunitas, kerabat maupun solidaritas khas perempuan. Adaptasi positif yang dilakukan oleh perempuan pelaku usaha antara lain inovasi

produk, diversifikasi usaha, beralih usaha, inovasi motif tenun, mengikuti permintaan pasar, membangun/menguatkan kelompok, membangun koperasi produksi, meningkatkan kapasitas teknis dan manajerial, menguatkan jejaring dan mengembangkan pasar online/*e-commerce* baik melalui sosial media maupun *marketplace*.

Berangkat dari temuan praktik baik dan juga tantangan yang masih dihadapi oleh wirausaha perempuan, kajian ini merekomendasikan pendekatan yang bersifat umum antara lain: (1) skema yang ramah dan mudah bagi perempuan dari berbagai lapis kerentanan dalam mengakses bantuan pemulihan ekonomi, (2) skema afirmasi dalam program pemulihan ekonomi, (3) penguatan dimensi sosial sebagai paket tidak terpisahkan dari indikator pemulihan ekonomi bagi UMKM perempuan, dan (4) kolaborasi dalam pengembangan dan implementasi monitoring evaluasi program pemulihan ekonomi bagi UMKM perempuan. Secara praktis, kajian ini merekomendasikan pendekatan yang dilakukan dengan konteks pasca krisis panjang pandemi sebagai berikut: (1) memperkuat mekanisme bantuan yang berbasis pemenuhan bahan baku, (2) melengkapi skema bantuan tunai yang bersifat ekonomis dengan tawaran skema yang lebih kuat dan inklusif, (3) pada konteks afirmasi skema jaring pengaman pada perempuan lapis bawah/paling rentan agar keluar dari lapis terendah, dan (4) mengembangkan mekanisme monitoring berbasis indikator kuantitatif dan kualitatif.

BAB I

PENDAHULUAN

Krisis Pandemi COVID-19 dan UMKM

Merebaknya COVID-19 di Indonesia berdampak pada seluruh aspek kehidupan. Sektor perekonomian merupakan salah satu yang terdampak. Akibatnya kegiatan perekonomian menurun secara drastis, baik di sisi produksi maupun pemasaran. Pada aspek ketenagakerjaan, sebesar 9,30% atau sebanyak 1,62 juta orang kehilangan pekerjaan/pengangguran, sebanyak 1,11 juta orang sementara menjadi tidak bekerja, dan sebanyak 15,72 juta orang bekerja dengan pengurangan jam kerja karena COVID-19. Data BPS pada Februari 2021 memperlihatkan bahwa laki-laki berisiko lebih tinggi menjadi pengangguran (6,81%) dibandingkan perempuan (5,41%), dengan dominasi persebarannya di wilayah perkotaan. Studi kasus gender pada sektor informal di masa krisis pandemi COVID-19 yang dilakukan SRI Institute¹ mencatat bahwa dampak pandemi secara ekonomi dari perspektif gender, antara lain:

1. Keterbatasan ruang dan kesempatan kerja dialami baik oleh laki-laki maupun perempuan. Jenis pekerjaan terdampak dipengaruhi oleh profil partisipasi dan kendali berbasis gender antar sektor.
2. Keterampilan untuk bertahan hidup. Gangguan terhadap serapan pasar atas keterampilan tertentu selama pandemi berbeda karena distribusi peran berbasis gender yang ada.
3. Implikasi produktivitas karena tingginya beban ganda dan kecemasan. Pandemi yang memperpanjang curah waktu pengasuhan dan perawatan menjadikan perempuan dianggap semakin tidak produktif.
4. Rendahnya akses pada program jaminan sosial bidang ekonomi. Sektor informal yang banyak didominasi perempuan memiliki sejumlah kendala untuk mengakses sejumlah program jaminan sosial ekonomi karena sifatnya yang informal menjadikan data, persoalan, dan kebutuhan tidak tercatat dan direkognisi dalam berbagai skema jaminan sosial ekonomi yang ada.

Dari aspek sosial, perbedaan keterpaparan dan kerentanan pada masa pandemi merupakan hasil dari norma sosial terkait gender. Pandemi mempertajam segregasi gender

¹ SRI Institute, ORA OBAH ORA MAMAH, Studi Kasus Gender Pada Sektor Informal di Masa Pandemi COVID-19, 2020

dan kesenjangan. Dampak sosial ini berkelindan dengan stratifikasi sosial lain seperti usia, status ekonomi, status perkawinan, kedisabilitas, serta afiliasi politik. Perempuan di sektor informal menghadapi berbagai isu gender dalam posisinya sebagai perempuan dan sebagai pelaku ekonomi sektor informal yang memiliki akses terhadap sumber daya yang relatif rendah. Kajian SRI Institute juga mencatat adanya resiliensi atau ketangguhan perempuan selama masa pandemi, antara lain, pengembangan aktivitas ekonomi yang melampaui dikotomi publik dan privat, negosiasi peran gender yang lebih cair, sistem pendukung dan solidaritas bagi perempuan di sektor informal, pengembangan gagasan fleksibilitas dalam penanganan risiko COVID-19, dan pemanfaatan teknologi, serta pengembangan gagasan kepemimpinan perempuan.

UMKM Indonesia dan Kebijakan Normal Baru

Dalam laporan McKinsey 2020 yang secara khusus membahas Indonesia, McKinsey mengidentifikasi sejumlah tren yang kemungkinan besar akan mempengaruhi apa yang disebut sebagai kenormalan baru (*new normal*), antara lain fokus yang lebih besar pada sistem perawatan kesehatan yang tangguh, adopsi teknologi digital yang lebih cepat, kepedulian yang lebih besar terhadap lingkungan, lebih menekankan pada keandalan rantai pasokan, dan kesediaan yang lebih besar untuk mengorbankan beberapa privasi demi jaminan kesehatan, keamanan, dan kenyamanan yang lebih baik.²

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian (Kemenko Perekonomian) mendefinisikan kenormalan baru sebagai beradaptasi dengan lingkungan dalam bentuk perubahan perilaku diri menjadi lebih disiplin, menjaga kebersihan, dan mentaati peraturan protokol kesehatan sehingga masyarakat menjadi lebih produktif sekaligus tetap aman dari COVID-19. Penerapan kenormalan baru ini diambil untuk memastikan kasus COVID-19, PHK dan kemiskinan menurun dan pertumbuhan ekonomi kembali pulih. Kemenko Perekonomian telah merancang skenario tahapan penerapan normal baru pemulihan ekonomi yang terbagi dalam 5 (lima) tahapan dan direncanakan diberlakukan mulai tanggal 1 Juni 2020 – akhir Juli 2020, sehingga pada awal Agustus 2020 kegiatan perekonomian

² <https://www.mckinsey.com/featured-insights/asia-pacific/ten-ideas-to-unlock-indonesias-growth-after-COVID-19>

sudah bisa dibuka kembali. Namun pada durasi waktu tersebut justru terjadi gelombang ke-2 COVID-19. Pemerintah kembali memberlakukan pembatasan mobilitas dengan lebih ketat, sehingga pemulihan ekonomi yang diharapkan belum bisa terealisasi. Hal ini terlihat dari pertumbuhan ekonomi pada akhir tahun 2020 yang berkontraksi sebesar 2,17%.

Kenormalan baru di sektor ekonomi dilakukan dengan memastikan adanya SOP kesehatan di tempat kerja/pasar luring, juga mendorong pemasaran secara daring (*e-commerce*) baik melalui media sosial maupun *marketplace*. Terkait dengan pemasaran secara daring, statistik *e-commerce* tahun 2021 yang dikeluarkan oleh BPS memperlihatkan bahwa 75,6% pelaku *e-commerce* mengaku tidak mengalami peningkatan penjualan selama tahun 2020. Artinya selama tahun 2020 meski pemasaran daring terus dikembangkan, daya beli masyarakat masih sangat rendah. Jika dibandingkan pemilik usaha *e-commerce* menurut jenis kelamin, secara nasional laki-laki lebih banyak dibanding perempuan dengan perbandingan 52,54% dibanding 47,46%. Meski jika dilihat per provinsi di wilayah kajian, 3 (tiga) provinsi memperlihatkan kepemilikan *e-commerce* perempuan lebih tinggi dibanding laki-laki kecuali di Jawa Barat.³

Inisiasi Kebijakan Pemberdayaan Kewirausahaan dan Pemulihan Ekonomi

● Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) tahun 2020-2024

RPJMN tahun 2020-2024 menetapkan 7 (tujuh) Program Prioritas Nasional terdiri dari Ketahanan Ekonomi, Pengembangan Wilayah, SDM Berkualitas dan Berdaya Saing, Revolusi Mental dan Pembangunan Kebudayaan, Penguatan Infrastruktur, pembangunan lingkungan hidup, serta stabilitas politik hukum dan transformasi pelayanan publik.

Dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) tahun 2020-2024 termaktub target-target terkait kewirausahaan dan pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah, antara lain: (a) Rasio kewirausahaan nasional sebesar 3,9%, (b) Kontribusi UMKM terhadap PDB sebesar 65%, (c) Proporsi industri kecil menengah (IKM)

³ <https://www.bps.go.id/publication/2021/12/17/667821e67421afd2c81c574b/statistik-e-commerce-2021.html>

yang menjalin kemitraan sebesar 11%, (d) Rasio kredit UMKM terhadap total kredit perbankan sebesar 22%, (e) Pertumbuhan wirausaha sebesar 4%, (f) 30 sentra industri kecil baru di luar Jawa, dan (g) Kredit Usaha Rakyat yang tersalurkan sebesar 325 triliun.

Strategi yang dikembangkan untuk mencapai target RPJMN tersebut antara lain: (1) Transformasi usaha informal menjadi formal melalui insentif kemudahan mengurus izin usaha (NIB). Insentif ini diharapkan memudahkan UMKM dalam mengakses berbagai fasilitas dukungan UMKM, seperti peningkatan kapasitas dan teknologi, akses pembiayaan dan akses pasar; (2) Transformasi digital. Strategi digitalisasi menjadi keniscayaan di era Revolusi Industri 4.0 sekaligus untuk menjawab isu rendahnya pemanfaatan teknologi dan digitalisasi dalam menjalankan usaha. Bappenas menyebutkan lebih dari 90 persen UMKM tidak menggunakan komputer dan hanya 10 persen yang menggunakan internet dalam menjalankan usahanya; (3) Menyusun basis data tunggal UMKM sebagai dasar untuk menyusun kebijakan yang lebih tepat; (4) Dukungan pembiayaan melalui Kredit Usaha Rakyat (KUR), Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM), subsidi bunga non-KUR, Penjaminan Kredit Modal Kerja.

Terkait pandemi, pemerintah juga telah mengeluarkan Kebijakan Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) melalui Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perppu) Nomor 1/2020. Pada tahun 2020 fokus PEN selain sebagai respons darurat pengendalian pandemi, juga menjadi penopang konsumsi masyarakat dan keberlanjutan dunia usaha. Pada tahun 2020 telah dialokasikan anggaran untuk Penanganan COVID-19 - Pemulihan Ekonomi Nasional (PC-PEN) sebesar Rp 695,2 triliun. Pada tahun 2021 pagu PC-PEN dinaikkan menjadi Rp 744,7 triliun yang dialokasikan untuk 5 (lima) klaster, yaitu (1) klaster dukungan UMKM & korporasi, (2) klaster perlindungan sosial, (3) klaster insentif usaha, (4) klaster kesehatan, dan (5) klaster program prioritas. Pada tahun 2022 telah dialokasikan anggaran PC-PEN sebesar Rp 455,62 triliun yang diantaranya dialokasikan untuk melanjutkan pemberian dukungan

bagi UMKM seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM), Subsidi Bunga Non-KUR, dan Penjaminan Kredit Modal Kerja.

- **Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan dan Pemberdayaan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah**

Pada tahun 2021 pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 7 tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan dan Pemberdayaan Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Dalam peraturan ini pemerintah menetapkan kriteria baru UMKM sebagaimana disebut pada pasal 35 tentang kriteria UMKM berdasarkan modal usaha dan kriteria penjualan tahunan. Limit modal usaha kriteria usaha mikro meningkat menjadi dibawah Rp 1 milyar dengan penjualan tahunan dibawah Rp 2 milyar. Sementara usaha kecil adalah usaha dengan modal usaha diatas Rp 1 milyar dan dibawah Rp 5 milyar dengan penjualan tahunan antara Rp 2 – 15 milyar. Usaha menengah adalah usaha dengan modal antara Rp 5 - 10 milyar dengan penjualan tahunan Rp 15 - 50 milyar. Dikeluarkannya PP ini di satu sisi membuka peluang semakin banyak wirausaha mikro yang bisa mengakses insentif modal, namun di sisi lain terjadi diferensiasi yang makin lebar dalam kategori usaha mikro. Harus diakui sangat banyak wirausaha perempuan skala rumahan ultra mikro dengan modal Rp 1-5 juta bahkan dibawah Rp 1 juta. Pemberdayaan wirausaha ultra mikro ini tentu memerlukan strategi yang berbeda dengan wirausaha mikro yang memiliki modal diatas Rp 500 juta.

- **Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional Tahun 2021-2024**

Upaya mempercepat pembangunan kewirausahaan di Indonesia dilakukan dengan diterbitkannya Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional Tahun 2021-2024 yang bertujuan untuk (1) Mensinergikan kebijakan pengembangan

kewirausahaan; (2) Memperkuat ekosistem kewirausahaan; (3) Menumbuhkembangkan wirausaha yang berorientasi pada nilai tambah, memanfaatkan teknologi, dan berkelanjutan.

Kelembagaan dan sistem data menjadi poin penting dalam Perpres ini. Pembentukan Komite Pengembangan Kewirausahaan Nasional yang merupakan wadah koordinasi, sinergi, dan sinkronisasi antara kementerian/ lembaga, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan dalam rangka Pengembangan Kewirausahaan Nasional (PKN). Pembentukan komite ini dilakukan untuk menjawab persoalan koordinasi antar kementerian/ lembaga dan pemangku kepentingan terkait. Komite ini dikukuhkan pada bulan Juli 2020, sementara Sistem Informasi Kewirausahaan Nasional diperlukan untuk sinkronisasi data yang dimiliki oleh setiap kementerian/ lembaga terkait kegiatan pengembangan kewirausahaan, mempercepat dan mempermudah akses terhadap informasi kewirausahaan bagi semua pemangku kepentingan, serta untuk meningkatkan kredibilitas informasi kewirausahaan.

Perpres tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional (PKN) juga memuat klasifikasi atau kategori wirausaha. Dalam Lampiran I Perpres disebutkan bahwa Wirausaha adalah setiap orang (warga negara Indonesia) yang memiliki jiwa kewirausahaan dan menjalankan kewirausahaan. Kewirausahaan adalah aktivitas dalam menciptakan dan/atau mengembangkan suatu usaha yang inovatif dan berkelanjutan. Klasifikasi wirausaha mengacu pada keragaman motif, karakteristik pelaku, skala usaha, serta bidang usahanya. Klasifikasi wirausaha secara tematik yaitu (1) Wirausaha Sosial, (2) Wirausaha Teknologi, (3) Wirausaha Pemuda, (4) Wirausaha Perempuan, dan (5) Wirausaha Desa. Lebih spesifik yang dimaksud wirausaha perempuan dalam Perpres adalah perempuan pelaku wirausaha yang memenuhi kriteria: (a) memiliki dan mengelola setidaknya satu usaha yang sudah terdaftar pada sistem perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik; dan (b) memiliki sebuah usaha dengan kepemilikan modal usaha setidaknya 51 persen atas usahanya. Tujuan pengembangan wirausaha

Perpres tentang PKN juga telah dilengkapi dengan matrik Rencana Aksi Pengembangan Kewirausahaan Nasional. Rencana Aksi PKN adalah dokumen rencana kerja untuk pelaksanaan berbagai program dan kegiatan kewirausahaan nasional sesuai dengan target Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2020-2024. Rencana aksi memuat kegiatan, output target tahunan, indikator kinerja dan pengampu kegiatan. Rencana aksi PKN terbagi dalam 210 kegiatan yang tersebar di 28 kementerian dan lembaga dengan rincian 6 kegiatan menysasar kelompok masyarakat umum, 25 kegiatan menysasar calon wirausaha, 57 kegiatan menysasar wirausaha pemula, 53 kegiatan menysasar wirausaha mapan, dan 69 kegiatan menysasar ekosistem kewirausahaan.

Pada pengembangan ekosistem kewirausahaan terdapat 2 (dua) kegiatan dengan indikator gender. Kegiatan pertama berupa Bimtek dan supervisi tentang pemberdayaan ekonomi bagi perempuan rentan dengan indikator kinerja persentase daerah yang memiliki program pemberdayaan ekonomi yang Responsif Gender dengan target kinerja 25 provinsi pada tahun 2024. Kegiatan kedua adalah Lembaga Profesi dan Dunia Usaha (LPDU) yang difasilitasi dalam penguatan kebijakan Kesetaraan Gender (KG), peningkatan kualitas Hidup Perempuan (PHP), dan Perlindungan Anak (PA) dengan indikator kinerja persentase LPDU yang berpartisipasi dalam KG, PHP, dan PA.

Pada tahun 2021, Pemerintah memfokuskan kegiatan pada 4 (empat) hal yang menjadi prioritas pembangunan yaitu:

1. Penanganan kesehatan akibat COVID-19 utamanya pada program vaksinasi;
2. Perlindungan sosial terutama bagi kelompok kurang mampu dan rentan;
3. Program pemulihan ekonomi terutama dukungan terhadap UMKM dan dunia usaha;
4. Reformasi struktural di bidang kesehatan, pendidikan, dan perlindungan sosial untuk membangun fondasi yang lebih kuat.

Pada tahun 2022, prioritas program Penguatan Kewirausahaan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Koperasi masih menjadi prioritas program yang mendukung pencapaian prioritas nasional (1) yaitu **Memperkuat Ketahanan Ekonomi untuk Pertumbuhan yang Berkualitas dan Berkeadilan.**

Dukungan terhadap UMKM dan dunia usaha menjadi isu strategis dalam pemulihan ekonomi di masa pandemi COVID-19. Hal ini juga sejalan dengan salah satu dari lima isu prioritas yang menjadi arahan Presiden kepada Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, yaitu peningkatan pemberdayaan perempuan dalam kewirausahaan. Pemberdayaan ekonomi perempuan pada masa pandemi COVID-19 juga harus dapat menyentuh sampai pada kelompok perempuan rentan, yaitu **perempuan penyintas kekerasan, perempuan penyintas bencana alam dan non alam, perempuan pra sejahtera, perempuan kepala keluarga, perempuan penyandang disabilitas dan perempuan wirausaha mikro di lokasi wisata super prioritas.**

Transisi Pandemi Menuju Endemi

Berbagai kebijakan penanganan pandemi di bidang kesehatan dan ekonomi memperlihatkan hasil yang positif, sehingga pada tanggal 30 Desember 2022 Pemerintah melalui Menteri Dalam Negeri mengeluarkan Instruksi Menteri Dalam Negeri Nomor 53 Tahun 2022 tentang Pencegahan dan Pengendalian Coronavirus Disease Pada Masa Transisi Pandemi Menuju Endemi. Instruksi ini menyatakan bahwa PPKM dihentikan dan memerintahkan kepala daerah untuk mencabut peraturan daerah, peraturan kepala daerah dan ketentuan/kebijakan lain yang memberikan sanksi bagi pelanggar ketentuan PPKM. Pencabutan PPKM ini tidak berarti bahwa pandemi dinyatakan usai, tetapi merupakan fase transisi dari pandemi menjadi endemi. Transisi memerlukan strategi yang proaktif, persuasif, terfokus, dan terkoordinir dalam menerapkan protokol kesehatan, memastikan surveilan, vaksinasi, dan mengintensifkan Komunikasi, Informasi, dan Edukasi (KIE) untuk optimalisasi media dan pelibatan stakeholders terkait.

Dicabutnya PPKM ini menjadi justifikasi bagi mobilitas masyarakat yang lebih terbuka, meski penerapan syarat bepergian masih tetap diberlakukan. Mobilitas yang lebih terbuka ini menjadi peluang pasar bagi produk wirausaha, terutama pasar luring. Disisi lain pendampingan *digital marketing* kepada wirausaha juga menumbuhkan kebiasaan penggunaan *e-commerce* dan pembayaran digital (QRIS). Hasil survei *We Are Social* pada April 2021⁴ memperlihatkan bahwa sebanyak 88,1 persen pengguna internet di Indonesia memakai layanan *e-commerce* untuk membeli produk tertentu dalam beberapa bulan terakhir. Persentase tersebut merupakan yang tertinggi di dunia.

Tujuan dan Fokus Kajian

Secara umum kajian ini akan melihat pada aspek *supply side* (penawaran) dan *demand side* (permintaan) dari kewirausahaan perempuan dan bagaimana intervensi yang telah diberikan berdampak pada upaya peningkatan kesejahteraan wirausaha perempuan. Kajian ini juga akan melihat dukungan yang masih dibutuhkan oleh wirausaha perempuan rentan untuk dapat meningkatkan status/kelas kewirausahaan dan kesejahteraannya pada masa dan pasca pandemi COVID-19.

SUPPLY SIDE (PENAWARAN)	DEMAND SIDE (PERMINTAAN)
<ul style="list-style-type: none"> ● RPJMN tahun 2020-2024: Peningkatan ekonomi perempuan, perlindungan perempuan dari kekerasan dan perlindungan perempuan buruh migran. ● SDGs: <i>No one left behind</i> ● Fokus isu Asdep Bidang Pemenuhan Hak, Perlindungan, dan Pemberdayaan Perempuan Kemenko PMK: pemenuhan hak dan pemberdayaan perempuan dan perlindungan perempuan. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Kesenjangan gender di bidang ekonomi yang stagnan dan lebar (TPAK, sumbangan pendapatan, % perempuan di jabatan manajerial). ● Rendahnya akses ekonomi dan perlindungan sosial bagi perempuan UMKM khususnya di sektor informal. ● Dampak pandemi COVID-19 yang berlapis bagi perempuan rentan termasuk wirausaha perempuan.

⁴ <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>

SUPPLY SIDE (PENAWARAN)	DEMAND SIDE (PERMINTAAN)
<ul style="list-style-type: none"> • Perbaikan kesejahteraan perempuan: indikator IPM dan IPG. • Perempuan menjadi tulang punggung sektor UMKM. 	

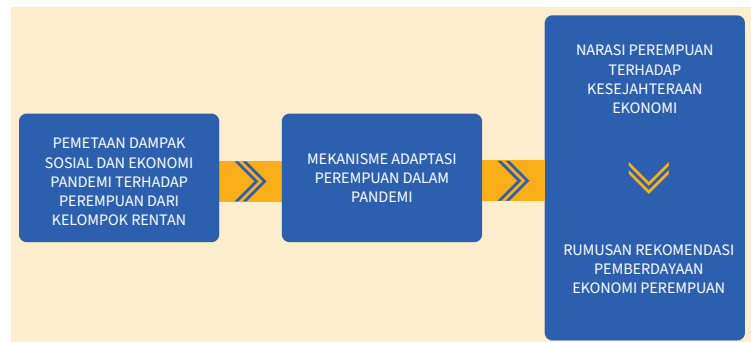
Berdasarkan kerangka kebijakan, Indonesia telah memiliki beragam kebijakan yang dikeluarkan untuk mendukung peningkatan kualitas UMKM. Ini menjadi langkah positif mengingat kontribusi UMKM pada ketahanan ekonomi nasional saat dihadapkan pada ragam krisis, termasuk selama pandemi berlangsung. Wirausaha perempuan menjadi bagian yang dalam beberapa kebijakan disebutkan secara eksplisit sebagai sasaran dari intervensi kebijakan. Rekognisi ini dalam kebijakan menjadi penting, tidak hanya dilandaskan pada dominasi perempuan sebagai pelaku usaha di sektor UMKM, namun juga karena masih lemahnya kapasitas wirausaha perempuan dalam meningkatkan bisnis mereka. Kebijakan pengembangan bisnis UMKM tidak hanya ada di tingkat pemerintah pusat, namun ada juga ragam kebijakan turunan di tingkat kementerian, pemerintah provinsi, hingga pemerintah daerah. Dengan ragam kebijakan yang ada, kajian ini secara spesifik bertujuan untuk memberikan rekomendasi alternatif kebijakan terkait pemenuhan hak, perlindungan dan pemberdayaan perempuan, khususnya di bidang ekonomi pada masa pandemi dan masa memasuki endemi COVID-19. Alternatif kebijakan bisa mengisi ruang-ruang yang belum tersentuh dalam perumusan kebijakan yang telah ada, terkait dengan kebutuhan perempuan dalam pengembangan usaha.

Kerangka Kajian

Secara umum kajian ini mengkaji narasi aktivitas bisnis dan ekonomi wirausaha perempuan selama masa pandemi. Kerangka yang dibangun untuk pemetaan narasi kewirausahaan perempuan secara otentik adalah melalui **pertama**, memetakan dampak pandemi secara sosial dan ekonomi yang dialami oleh wirausaha perempuan. Kajian ini secara spesifik berfokus pada wirausaha perempuan dari kelompok rentan. Dampak yang akan dikaji juga mencakup dampak langsung dan dampak lanjutan pada periode panjang

pandemi. **Kedua**, pemetaan mekanisme adaptasi yang dilakukan oleh wirausaha perempuan untuk bertahan dan menjaga kelangsungan bisnis selama pandemi. Mekanisme adaptasi yang dikaji adalah praktik adaptasi negatif yang meningkatkan kerentanan, dan praktik adaptasi positif yang meningkatkan ketahanan. Dimensi praktik adaptasi yang juga dikaji adalah adaptasi yang dilakukan atas inisiatif pribadi wirausaha perempuan, serta adaptasi yang diinisiasi para pemangku kepentingan dari berbagai unsur. **Ketiga**, proses kristalisasi narasi kewirausahaan perempuan **keempat**, data empiris hasil kajian digunakan dalam merumuskan rekomendasi kebijakan alternatif untuk pemberdayaan ekonomi perempuan.

Gambar 1.3: Kerangka Kajian



Lebih rinci, kajian ini akan memetakan, 1) Apa saja hambatan (sosial, budaya, ekonomi, politik, infrastruktur) yang dihadapi kelompok perempuan rentan yang mempengaruhi partisipasi dalam sektor wirausaha, dan perbedaan situasi akibat keragaman jenis disabilitas, perbedaan gender, usia, pendidikan, dan status sosial lainnya. 2) Apa saja dampak yang dialami, dan bagaimana skema absorpsi, adaptasi, inovasi, transformasi yang dilakukan oleh perempuan calon wirausaha/ wirausaha dalam bertahan ataupun mengembangkan usaha dalam situasi pandemi. Bagaimana persepsi pemangku kebijakan dan stakeholder terkait dalam memandang wirausaha/calon wirausaha kelompok perempuan rentan. 3) Bagaimana intervensi yang telah diberikan oleh berbagai pihak (rehabilitasi, pemberdayaan ekonomi, perlindungan sosial, dan lain-lain) mempengaruhi kesejahteraan calon wirausaha/

wirausaha kelompok perempuan rentan. Potensi usaha apa saja yang dapat dikembangkan oleh calon wirausaha/wirausaha kelompok perempuan rentan. 4) Bagaimana potensi usaha tersebut memberikan pendapatan yang layak. 5) Dukungan apa yang masih dibutuhkan oleh kelompok perempuan rentan calon wirausaha untuk dapat berpartisipasi dan mengembangkan usaha. 6) Dukungan apa yang masih dibutuhkan oleh wirausaha perempuan untuk dapat berkembang dan meningkatkan kesejahteraannya.

Lokasi Kajian

Pemilihan lokasi kajian mengacu pada keberagaman aspek, antara lain kemiskinan, destinasi wisata super prioritas, wilayah dengan angka kekerasan dan perkawinan anak yang tinggi, wilayah terdampak bencana baik alam maupun non alam. Menimbang keberagaman aspek di atas, juga pertimbangan keterwakilan wilayah Indonesia Timur, Tengah dan Barat, kajian studi kasus ini dilakukan di 4 wilayah, yaitu:

1. **Kabupaten Sumba Timur** sebagai representasi wilayah Indonesia Timur dengan konteks wilayah rural. Pada tahun 2021 jumlah penduduk Kabupaten Sumba Timur sebanyak 246.618 orang dengan perbandingan 126.862 laki-laki dan 119.756 perempuan. Industri Kecil Menengah (IKM) di Sumba Timur pada tahun 2021 sebanyak 3.015 yang menyerap hingga 5.637 tenaga kerja. Dibanding IKM lainnya, industri kain tenun ikat mendominasi IKM di Sumba Timur dengan angka mencapai 1.129 industri dan menyerap sebanyak 2.284 tenaga kerja (Sumber: BPS, Sumba Timur Dalam Angka 2022). Persentase penduduk miskin di Kabupaten Sumba Timur pada tahun 2021 mencapai 29,68%⁵ dan merupakan wilayah terdampak banjir Siklon Tropis Seroja pada medio 2021 yang menyebabkan sekitar 12.000 warga mengungsi (BNPB, 2021). Sumba Timur juga merupakan salah satu kantong pekerja migran Indonesia (PMI) di wilayah Nusa Tenggara Timur. Pada Maret-September 2021 terjadi kurang lebih 40 kasus kekerasan terhadap anak, 36 diantaranya adalah kekerasan seksual dengan usia korban berkisar 5-17

⁵ <https://www.bps.go.id/indicator/23/621/1/persentase-penduduk-miskin-menurut-kabupaten-kota.html>

tahun⁶. Ada 18,87% perempuan menikah pada usia <18 tahun⁷.

2. **Kabupaten Mamuju** sebagai representasi wilayah Indonesia Tengah dengan konteks rural. Jumlah penduduk Kabupaten Mamuju pada tahun 2021 adalah 281.854 jiwa dengan perbandingan laki-laki 144.609 dan perempuan 137.245 jiwa. Persentase penduduk miskin sebanyak 7,46% pada tahun 2021 meningkat dari tahun 2020 dimana persentase penduduk miskin sebesar 6,92%. Pada tahun 2021 terdapat 214.813 penduduk usia kerja. Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) Mamuju tahun 2021 sebesar 70,24%. Sedangkan Tingkat Pengangguran Terbuka sebesar 3,79%. Jumlah angkatan kerja yang bekerja sekitar 145.158 orang. Perempuan yang berusaha sendiri sebanyak 10.170 orang, sementara perempuan bekerja tidak dibayar sebanyak 70.787 orang atau 68,68%. Pada tahun 2021 terdapat 34 desa yang mengalami bencana banjir, 60 desa terdampak gempa, dan 28 desa mengalami tanah longsor. Kabupaten Mamuju merupakan wilayah dengan jumlah UMKM terbanyak ke-2 di Sulawesi Barat setelah Kabupaten Polewali Mandar. Terdapat 5.821 perusahaan mikro, kecil di Kabupaten Mamuju dengan jumlah pekerja sebanyak 10.782 pekerja. Selain usaha olahan pangan dan perikanan, UMKM juga bergerak di sub sektor tekstil dan pakaian, sebagaimana di Kabupaten Mamuju dikenal tenun Sekomandi. Pada tahun 2021, angka perkawinan anak mencapai 17,12%; ini merupakan angka tertinggi ke-3 di Indonesia.⁸
3. **Kota Bandung** sebagai representasi untuk wilayah Jawa dengan karakter wilayah urban. Kota Bandung menjadi pusat bisnis industri fesyen. Menurut Open Data Jawa Barat, pada 2021 jumlah UMKM di Kota Bandung mencapai 464.346 unit usaha yang didominasi oleh usaha kuliner dan fesyen (termasuk bisnis konveksi)⁹. Berbeda dengan kawasan lain yang bergantung sepenuhnya pada pariwisata, ekonomi

⁶ https://wahanavisi.org/userfiles/post/2110126164EF1A696D6_LGID.pdf

⁷ BPS, Kabupaten Sumba Timur Dalam Angka tahun 2022

⁸ <https://makassar.antaranews.com/berita/295914/pemkab-mamuju-unicef-kerja-sama-cegah-perkawinan-anak-usia-dini>

⁹ BPS, Kota Bandung Dalam Angka 2022

Kota Bandung yang juga digerakkan oleh produk seperti fesyen cenderung bertahan pada saat pandemi merebak dan mengalami peningkatan permintaan seiring dengan adaptasi *e-commerce*. Persentase penduduk miskin di Kota Bandung pada 2021 sebesar 4,37%¹⁰. Pada tahun 2020 UPT P2TP2A Kota Bandung mencatat 431 kasus kekerasan pada anak yang ditangani.

4. **Kabupaten Toba** sebagai representasi wilayah Indonesia Barat dengan konteks rural. Kabupaten Toba merupakan destinasi wisata super prioritas, produsen UMKM kriya, kuliner, pertanian dan perikanan. Di Kabupaten Toba tercatat ada 1.017 pelaku usaha ulos yang memiliki sentra bisnis¹¹. Sektor informal mendominasi penyerapan pekerja keluarga, pengusaha tanpa buruh, dan usaha yang dibantu pekerja keluarga. Usaha sendiri didominasi perempuan dengan persentase 15,28%, dibandingkan laki-laki 13,05%. Laju pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Toba tahun 2020 yaitu -0,27 persen sedangkan tahun 2019 mengalami pertumbuhan sebesar 4,85 persen. Dari 17 lapangan usaha, hanya terdapat 7 lapangan usaha yang mengalami pertumbuhan yang positif yaitu (1) Pertanian, Kehutanan dan Perikanan, (2) pengadaan Listrik dan Gas, (3) informasi dan Komunikasi, (4) Jasa Keuangan dan Asuransi, (5) Real Estate, (6) Jasa Pendidikan dan (7) Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial. Sumbangan PDRB terbesar dihasilkan oleh usaha pertanian, kehutanan dan perikanan yang mencapai 31,28 persen. Persentase penduduk miskin Kabupaten Toba sebesar 8,99%¹² dan merupakan salah satu kabupaten di Sumatera Utara dengan angka kemiskinan yang termasuk sedang.

Metodologi

Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengeksplorasi dan mengkaji pengalaman wirausaha perempuan dalam menghadapi pandemi COVID-19, mulai dari dampak hingga upaya-upaya adaptasi untuk bertahan selama periode pandemi yang panjang. Studi kualitatif ini

¹⁰ BPS, Kota Bandung Dalam Angka 2021

¹¹ <https://kotakreatif.kememparekraf.go.id/wp-content/uploads/2021/09/Profil-Kab.-Toba.pdf>

¹² BPS, Kabupaten Toba dalam Angka 2021

menggunakan lima metode riset meliputi kajian literatur, wawancara mendalam, kelompok diskusi terarah, observasi, dan triangulasi data. Berikut rincian dari setiap metode yang digunakan:

1. Kajian literatur digunakan untuk membangun kerangka kajian dan sebagai landasan data untuk merumuskan fokus kajian dan pertanyaan kajian. Kajian literatur dilakukan terhadap berbagai dokumen kebijakan dan hasil penelitian terkait pandemi dan UMKM, pemberdayaan ekonomi perempuan, pemulihan ekonomi di Indonesia, kemiskinan dan kewirausahaan.
2. Wawancara mendalam dilakukan kepada narasumber dan informan yang relevan dengan mempertimbangkan keberagaman sumber data. Wawancara mendalam kajian dikelompokkan dalam tiga kategori, yaitu pemerintah daerah, unsur swasta dan wirausaha perempuan. Untuk pemerintah daerah, wawancara mendalam dilakukan kepada dinas yang memiliki tupoksi di isu ekonomi dan pemberdayaan perempuan, antara lain Dinas Koperasi dan UMKM, Bappeda, Dinas Pemberdayaan Perempuan, Dinas Perdagangan dan Perindustrian, Dinas Pariwisata, Dinas Tenaga Kerja, Dinas Sosial dan lembaga pemerintah terkait. Wawancara mendalam pada unsur swasta dilakukan pada lembaga swadaya masyarakat yang memiliki fokus kerja pada isu pemberdayaan perempuan dan pihak terkait lainnya. Wawancara mendalam pada wirausaha perempuan berdasarkan definisi wirausaha yang tercantum dalam Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional tahun 2021-2024. Merujuk pada Perpres tersebut, wirausaha perempuan dalam kajian ini meliputi:
 - Calon wirausaha adalah setiap orang yang memiliki jiwa kewirausahaan dan memiliki ide bisnis dan/ atau memiliki rintisan usaha. Dalam kajian ini, calon wirausaha adalah wirausaha perempuan yang telah memiliki rintisan usaha atau telah memiliki usaha namun belum terdaftar dalam seluruh sistem izin usaha.
 - Wirausaha pemula adalah wirausaha yang merintis usahanya menuju wirausaha mapan dan usahanya telah

terdaftar pada sistem perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik. Dalam kajian ini, wirausaha pemula adalah wirausaha perempuan yang telah memiliki izin usaha dengan status izin usaha yang beragam yang meliputi wirausaha perempuan dengan usaha yang **pertama**, telah terdaftar di tingkat kelurahan/desa, **kedua**, telah terdaftar di dinas dan lembaga terkait setingkat kabupaten/kota dan **ketiga**, telah terdaftar secara elektronik atau terdaftar dalam sistem *Open Single Submission* (OSS).

- Wirausaha mapan adalah wirausaha yang usahanya telah berlangsung dalam jangka waktu lebih dari 42 (empat puluh dua) bulan sejak usahanya terdaftar pada sistem perizinan berusaha terintegrasi secara elektronik dan berkembang. Dalam kajian ini, wirausaha mapan adalah perempuan wirausaha yang memiliki usaha yang masih berjalan dan dalam proses pengembangan sejak usahanya telah terdaftar secara elektronik.

Untuk memastikan kecukupan data dan informasi, dalam penentuan informan kajian di setiap wilayah juga mempertimbangkan komposisi wirausaha perempuan kelompok rentan maupun bukan kelompok rentan. Selain itu, keberagaman usia wirausaha perempuan juga menjadi pertimbangan dalam memilih informan. Adapun kriteria perempuan kelompok rentan dalam kajian ini adalah:

- Perempuan penyintas kekerasan
 - Perempuan penyintas bencana alam dan non-alam
 - Perempuan pra sejahtera
 - Perempuan kepala keluarga
 - Perempuan pelaku usaha di lokasi wisata super prioritas
 - Perempuan penyandang disabilitas/*caregiver* disabilitas
3. Diskusi kelompok terarah (FGD) dilakukan kepada pelaku usaha individu dan berbasis kelompok yang ada di lokasi kajian dengan mempertimbangkan keberagaman latar belakang usaha untuk memperkaya dan memperkuat data dari hasil wawancara mendalam. FGD juga ditujukan untuk melihat alur rantai pasok usaha perempuan dan

bentuk kerentanan serta dukungan pada usaha berbasis kelompok.

4. Observasi merupakan pengamatan langsung selama proses penelitian untuk memperkuat hasil temuan data. Observasi berlangsung bersamaan dengan pelaksanaan metode wawancara mendalam serta FGD.
5. Triangulasi data dilakukan untuk mengkonfirmasi data hasil wawancara mendalam, FGD serta observasi. Triangulasi dilakukan melalui metode workshop validasi yang dilakukan setelah penggalan data lapangan di empat wilayah penelitian selesai. Workshop validasi melibatkan para pihak meliputi pemangku kebijakan, wirausaha perempuan, pendamping komunitas, LSM, lembaga pendidikan, lembaga keuangan dan perbankan.

Secara rinci, berikut adalah paparan proses penggalan data di masing-masing daerah dengan kategori informan sesuai kriteria yang telah disebutkan di atas.

Kabupaten Sumba Timur

Penggalan data lapangan di Kabupaten Sumba Timur dilakukan pada akhir Juli hingga awal Agustus 2022. Total informan di Kabupaten Sumba Timur berjumlah 35 orang yang terdiri dari 10 informan dari unsur pemerintah daerah, PKK, dan LSM serta 25 informan dari unsur wirausaha perempuan. Wawancara mendalam dengan unsur pemerintah meliputi Dinas Perdagangan dan Perindustrian, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Bidang Pemberdayaan Sosial di Dinas Sosial, Bidang SDM di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, dan Bidang UMKM di Dinas Perdagangan dan Perindustrian. Wawancara PKK dilakukan dengan Ketua Tim Penggerak PKK Kabupaten Sumba Timur. Wawancara LSM dilakukan dengan CD Bethesda, organisasi yang bergerak pada isu pemberdayaan dan secara spesifik menysasar kelompok penyandang disabilitas.

Penggalan data pada 25 informan wirausaha perempuan terdiri 17 informan FGD dan 8 informan wawancara mendalam. FGD dilakukan sebanyak dua kali pada kelompok tenun Kalunga Luri dan kelompok olahan pangan Magic Kelor. Berikut adalah rincian informan kajian di Sumba Timur yang

terpilah berdasarkan irisan antara jenis kerentanan, kelompok umur, kelas sosial dan ekonomi.

Gambar 1.4: Kategori Informan di Kabupaten Sumba Timur

Kategori informan	Jumlah	Usaha
Perempuan kepala keluarga	1	Garam
Perempuan disabilitas dan kepala keluarga	1	Tenun
Perempuan disabilitas, kepala keluarga, dan lansia	1	Anyaman
Perempuan dewasa kelas menengah bawah	21	Garam, tenun, makanan
Perempuan muda kelas menengah bawah	1	Sandang

Berikut adalah gambaran yang lebih rinci dari masing-masing kategori informan di atas:

- Perempuan kepala keluarga. Memiliki usaha sebagai petani garam tradisional. Informan kategori ini adalah wirasaha perempuan dengan latar kelas ekonomi bawah dan tingkat pendidikan yang rendah yaitu SD. Memiliki akses sumberdaya yang terbatas yang berimplikasi pada pengembangan usaha yang juga terbatas. Rekognisi rendah yang terlihat dari minimnya intervensi pengembangan bisnis baik dari sektor swasta maupun pemerintah.
- Perempuan penyandang disabilitas dan kepala keluarga yang bekerja sebagai pengrajin tenun dan kemoceng. Tingkat pendidikan keduanya rendah yaitu tingkat SD dan setara dengan SD (pendidikan sekolah luar biasa untuk penguasaan calistung dasar). Secara ekonomi, memiliki sumberdaya yang terbatas. Kerentanan yang dialami berlapis-lapis karena dalam waktu yang sama juga menjadi tulang punggung utama bagi keluarga. Tidak memiliki akses informasi memadai pada program pengembangan kapasitas terkait dengan usaha. Kondisi geografis Sumba belum diikuti dengan infrastruktur memadai sehingga

akses mobilitas menjadi terbatas yang mempengaruhi pada rendahnya akses pada sumber bahan baku untuk usaha. Sistem pendukung seperti OMS disabilitas baru terbatas pada dua organisasi yang tidak memadai jika dibandingkan dengan geografis Sumba yang luas.

- Perempuan dewasa kelas menengah bawah. Terdiri dari pengusaha dan/atau pengrajin tenun dan pengusaha aneka olahan makanan. Wirausaha perempuan kelas ini memiliki akses sumberdaya yang cukup memadai, dalam hal ini adalah kepemilikan aset yang memungkinkan untuk bertahan dan menjadi cadangan. Namun dari sisi pendidikan, perempuan kategori ini rata-rata berpendidikan rendah yaitu tingkat SD. Rentang usia narasumber ini dari usia 30 hingga 70 tahun. Mereka juga rata-rata berprofesi sebagai petani. Secara umum, sama dengan kategori lainnya, akses informasi pada pengembangan kapasitas usaha masih terbatas termasuk rendahnya literasi finansial. Stigma yang sama yang dihadapi adalah beban ganda yang dilekatkan pada peran-peran sosialnya sebagai perempuan.
- Perempuan muda kelas menengah bawah. Berada di usia 20an dan berstatus sebagai mahasiswa di Kota Waingapu. Menjalankan usaha berbasis internet sebagai reseller produk pakaian serta aneka aksesoris. Informan ini memiliki akses pendidikan yang lebih tinggi hingga perguruan tinggi, dan menjadi wirausaha dilakukan secara otodidak seiring dengan akses pengetahuan yang lebih memadai. Terutama usaha yang memanfaatkan teknologi internet. Tantangan yang dihadapi kelompok muda adalah rendahnya rekognisi potensi kontribusi kelompok muda terhadap peningkatan ekonomi daerah. Ini terlihat dari rendahnya intervensi pengembangan kapasitas dan pengembangan usaha yang secara spesifik menyoal kelompok muda di Sumba Timur.

Kabupaten Mamuju

Penggalian data lapangan di Kabupaten Mamuju dilakukan pada September 2022. Total informan di Kabupaten Mamuju berjumlah 48 orang yang terdiri dari 13 informan dari unsur pemerintah daerah, pemerintah provinsi, dan LSM serta 35

informan dari unsur wirausaha perempuan. Wawancara mendalam dengan unsur pemerintah meliputi pemerintah Kabupaten Mamuju yaitu Assek II (Perekonomian), Bappeda, Dinas Sosial, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, dan Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa. Sementara untuk pemerintah provinsi, wawancara mendalam juga dilakukan dengan Dinas Sosial Provinsi Sulawesi Barat.

Penggalan data pada 35 informan wirausaha perempuan terdiri dari 28 informan FGD dan 7 informan wawancara mendalam. FGD dilakukan sebanyak tiga kali bersama kelompok olahan makanan abon ikan, kelompok olahan minyak, dan kelompok remaja. Wawancara mendalam juga dilakukan pada LSM Gerakan Mandiri (GEMA) yang fokus pada isu pemberdayaan kelompok penyandang disabilitas. GEMA sendiri digerakkan oleh kelompok muda Kabupaten Mamuju.

Berikut adalah rincian informan kajian di Kabupaten Mamuju yang terpilah berdasarkan irisan antara jenis kerentanan, kelompok umur, kelas sosial dan ekonomi. Perlu dicatat bahwa beberapa informan memiliki kriteria ganda yang merujuk pada lebih dari satu kategori yang disebutkan dalam Gambar 1.5 (misalnya, perempuan korban kekerasan dan disabilitas, atau perempuan kepala keluarga sekaligus perempuan kelas menengah ke bawah). Kategorisasi dalam tabel merujuk pada identitas yang paling dominan dari informan yang bersangkutan.

Gambar 1.5: Kategori Informan di Kabupaten Mamuju

Kategori Informan	Jumlah	Jenis Usaha
Perempuan kepala keluarga	1	Olahan makanan
Perempuan disabilitas atau caregiver disabilitas	2	Penjual kosmetik dan makanan
Perempuan muda	9	Toko oleh-oleh, makanan ringan
Perempuan kelas menengah bawah	22	Olahan makanan
Perempuan korban kekerasan	1	Penjual sayur

Deskripsi singkat dari masing-masing kategori informan tersebut adalah sebagai berikut:

- Perempuan kelas menengah bawah. Informan ini harus memenuhi tuntutan hidup sehari-hari dengan kapasitas ekonomi yang relatif terbatas. Selain itu, mereka juga dilingkupi dengan norma sosial yang konservatif dalam kaitan dengan akses dan kendali sumber daya ekonomi, dan kontrol dalam pengambilan keputusan. Namun pada konteks Kabupaten Mamuju, mereka juga dihadapkan dengan tantangan terkait dengan dampak bencana yang berkelindan dengan dampak pandemi. Kerusakan infrastruktur dasar dan rumah telah meningkatkan beban kerja dan curah waktu untuk pengasuhan dan perawatan yang dilekatkan sebagai tanggung jawab perempuan, sementara di sisi lain, juga menghadapi tekanan ekonomi yang semakin berat.
- Perempuan kepala keluarga. Informan perempuan pada kategori ini berasal dari kelas ekonomi menengah bawah yang juga menghadapi problem dan tantangan yang sama dengan perempuan kelas menengah bawah lainnya. Namun sebagai perempuan kepala keluarga, mereka juga menghadapi stigma sosial yang kerap dilekatkan kepada janda yang bisa membatasi ruang gerak, baik ekonomi maupun sosial.
- Perempuan disabilitas atau *caregiver* disabilitas. Tantangan utama yang dihadapi oleh perempuan dengan disabilitas adalah stigma (dianggap lemah, menjadi beban, tidak punya kapasitas) dan juga infrastruktur baik fisik maupun sosial yang tidak ramah pada kondisi disabilitas. Gabungan antara kedua kondisi ini mempersempit ruang dan peluang ekonomi dan sosial bagi perempuan dengan disabilitas. Terlebih lagi, bila identitas ini juga beririsan dengan problem yang lain seperti kemiskinan, menjadikan problem eksklusi yang semakin berlapis.
- Perempuan korban kekerasan. Kekerasan terhadap perempuan berdampak nyata terhadap kondisi fisik, psikis, ekonomi dan sosial. Dalam kajian ini, informan perempuan korban kekerasan ditelantarkan secara ekonomi oleh suaminya yang merantau menjadi buruh migran di negara

lain. Ketika kemudian ia menyusul suaminya, ia terpaksa bekerja sebagai buruh migran tanpa dokumen, yang berarti tidak memiliki jaminan sosial. Suatu ketika ia mengalami kecelakaan kerja yang mengakibatkan jari tangannya diamputasi, ia hanya mendapatkan uang tali asih yang minim dan kemudian dipulangkan ke Indonesia. Informan ini menghidupi anak-anaknya dari usaha berjualan sayur yang hasilnya sangat terbatas, terlebih karena ia menjadi disabilitas daksa baru yang membuatnya kehilangan kepercayaan diri. Sekian tahun, ia menghadapi situasi ekonomi dan perasaan minder akibat posisinya sebagai janda dengan disabilitas. Saat ini, ia sudah kembali menikah dan sedang menata usaha dan hidupnya dengan suaminya yang baru.

- Perempuan muda kelas menengah bawah. Menjadi wirausaha bukanlah pilihan yang populer bagi perempuan muda, sehingga perempuan muda yang masuk ke sektor ini menghadapi tantangan berupa minimnya dukungan teman sebaya. Di lingkungan bisnis, mereka juga sering dianggap sebelah mata, sehingga akses pada kendali sumber daya dan pengambilan keputusan menjadi problem yang dihadapi informan dari kategori ini.

Kabupaten Toba

Penggalan data lapangan di Kabupaten Toba dilakukan pada Agustus 2022. Total informan di Kabupaten Toba berjumlah 39 orang yang terdiri dari 16 informan dari unsur pemerintah daerah, LSM, lembaga pendidikan, serta 23 informan dari unsur wirausaha perempuan. Wawancara mendalam pada unsur pemerintah meliputi Kepala Bappeda, Kepala Bidang Ekonomi Bappeda, Kepala Bidang SDM Bappeda, Fungsional UKM Dinas Koperasi dan Perdagangan, Dinas Pariwisata, Pengawas Koperasi Dinas Koperasi dan Perdagangan, dan Dinas PMD PPA. Wawancara mendalam juga dilakukan kepada pengurus Panti Karya Hephata dan Yayasan Cahaya Bersama Rakyat (CBR). Keduanya merupakan lembaga yang melakukan pendidikan, pelatihan dan pemberdayaan kelompok penyandang disabilitas di Kabupaten Toba. Penggalan data pada 23 informan wirausaha perempuan terdiri 11 informan

FGD dan 12 informan wawancara mendalam. FGD dilakukan sebanyak dua kali pada kelompok kerajinan tenun ulos dan kelompok olahan makanan. Berikut adalah rincian informan kajian di Kabupaten Toba yang terpilah berdasarkan irisan antara jenis kerentanan, kelompok umur, serta kelas sosial dan ekonomi.

Gambar 1.6: Kategori Informan di Kabupaten Toba

Kategori Informan	Jumlah	Usaha
Perempuan lansia	5	Tenun, pertanian, olahan makanan
Perempuan lansia, kepala keluarga	3	Tenun, pertanian
Perempuan muda, penyandang disabilitas	2	Olahan makanan
Perempuan muda, kepala keluarga, penyintas kekerasan	1	Olahan makanan
Perempuan kelas menengah bawah	12	Tenun, olahan makanan

Deskripsi singkat tentang profil informan adalah sebagai berikut:

- Perempuan lansia. Informan lansia ini adalah kelompok perempuan penenun yang juga petani dengan tingkat pendidikan SD-SMP. Mereka memiliki akses modal yang terbatas dan sering bertumpu pada tengkulak atau mengerjakan pesanan pihak lain. Kekeabatan dan modal sosial yang masih kuat di desa menjadikan beban selama pandemi terasa lebih ringan karena solidaritas dan asketisme khas perempuan yang cukup kuat. Informan perempuan lansia lainnya adalah pelaku usaha makanan olahan yang juga menjalankan usaha pertamina shop (pertashop), pegiat gereja yang memiliki pergaulan luas.
- Perempuan lansia kepala keluarga. Informan lansia kepala keluarga adalah penenun berusia 65-80 tahun dengan tingkat pendidikan terbatas, bahkan ada yang tidak bisa baca tulis, sehingga akses terhadap sumberdaya juga menjadi terbatas. Meski berusia lanjut, mereka memiliki

daya tahan menenun yang kuat. Seringkali mereka menenun hingga larut malam. Durasi waktu menenun yang panjang ini menjadi cara memaknai hidup dengan pilihan yang terbatas. Keekerabatan dan modal sosial masyarakat di lingkungan tempat tinggal menjadi penyangga di masa krisis. Saat pandemi, akses mereka terhadap perlindungan sosial terbatas pada perlindungan khusus kelompok rentan. Informalitas usaha yang dijalani menjadi hambatan untuk bisa mendapatkan BLT UMKM atau BPUM.

- Perempuan muda disabilitas. Dua orang informan muda disabilitas ini tergabung dalam Koperasi Produksi Mitra Difabel Berdikari. Keduanya pernah mendapatkan pelatihan keterampilan menjahit; yang seorang melakukan aktivitas produksi di rumah produksi CBR, sementara yang seorang lagi memilih untuk menekuni usaha olahan makanan sambil membuka warung kelontong di rumah. Akses informasi dan modal yang terbatas menjadi tantangan bagi mereka untuk mengembangkan usaha. Keterbatasan mobilitas juga menjadi tantangan untuk mengakses pasar. Akses terhadap perlindungan sosial terbatas pada perlindungan khusus kelompok rentan yang diampu oleh Dinas Sosial.
- Perempuan muda, kepala keluarga, penyintas kekerasan. Informan yang memiliki 2 orang anak ini adalah korban KDRT. Pada saat krisis ia mendapat dukungan dari gereja untuk bertahan hidup. Untuk mendapat tambahan penghasilan dia mencoba usaha olahan makanan. Stigma yang dilekatkan pada perempuan dengan kasus perceraian membuatnya sering mengalami kekerasan verbal dan juga psikis.
- Perempuan kelas menengah bawah. Dari 12 orang informan ini, separuhnya adalah penenun separuh lainnya adalah pelaku usaha makanan olahan. Informan dalam kategori ini memiliki tingkat pendidikan minimal SLTA dan berusia sekitar 40 tahun, memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), memiliki dan memanfaatkan akun media sosial untuk mempromosikan dan memasarkan produknya. Wirausaha olahan makanan dalam kategori ini memiliki akses yang memadai terhadap modal, baik perbankan maupun BUMN. Mereka juga memiliki akses terhadap peningkatan

kapasitas dan bekerjasama dengan BUMN untuk pemasaran produknya. Situasi yang berbeda ditemukan pada sebagian besar informan penenun, dimana mereka tidak memiliki akses terhadap modal dan peningkatan kapasitas karena belum terdaftar sebagai wirausaha dan belum memiliki atau tergabung dalam kelompok. Sementara hanya satu informan penenun yang sudah memiliki NIB dan NPWP. Penenun-penenun ini juga memanfaatkan media sosial untuk pemasaran produknya.

Kota Bandung

Penggalan data lapangan di Kota Bandung dilakukan pada Bulan Juli hingga Agustus 2022. Total informan di Kota Bandung berjumlah 23 orang yang terdiri dari 8 informan dari unsur pemerintah daerah, BLK serta 15 informan dari unsur wirausaha perempuan. Wawancara mendalam pada unsur pemerintah meliputi Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, Balai Latihan Kerja Kota Bandung, Seksi Pembangunan dan Ekonomi Kelurahan Pasteur. Wawancara mendalam juga dilakukan pada pendamping UKM Bandung dari Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat. Penggalan data pada 15 informan wirausaha perempuan terdiri 7 informan FGD dan 8 informan wawancara mendalam. FGD dilakukan sebanyak dua kali dan dilakukan pada wirausaha di Kelurahan Pasteur dan kelompok muda. Berikut adalah rincian informan kajian di Kota Bandung yang terpilih.

Gambar 1.7: Kategori Informan Kota di Bandung

Kategori Informan	Jumlah	Jenis Usaha
Perempuan kepala rumah tangga	1	Toko kriya
Perempuan dengan disabilitas	1	Penjahit
Perempuan muda/kelas menengah bawah	2	Penjual online
Perempuan dewasa kelas menengah bawah	8	Warung kuliner
Perempuan kelas menengah atas	3	Kriya dan fashion

Deskripsi singkat masing-masing informan tersebut adalah sebagai berikut:

- Perempuan kepala rumah tangga: Tantangan yang paling besar bagi perempuan kepala rumah tangga adalah dilema antara menjalankan peran produktif dan reproduktifnya secara bersamaan setiap hari. Selain tuntutan sebagai pencari nafkah, mereka juga memiliki beban pengasuhan. Sementara struktur masyarakat yang patriarkis tidak cukup mendukung bagi perempuan untuk mengerjakan dua peran tersebut sekaligus. Peran-peran pengasuhan dapat berdampak pada berkurangnya waktu untuk produksi.
- Perempuan dengan disabilitas: Saat wawancara dilakukan, ia bekerja sebagai penjahit tas. Kesehariannya dihabiskan untuk menjahit tas sesuai dengan pesanan. Awalnya, ia tidak bekerja sebagai penjahit, melainkan membantu suaminya yang bekerja sebagai penjual makanan. Sementara suaminya bertugas menjajakan makanan, ia membantu mengemas makanan yang hendak dijual. Namun setelah suaminya tidak lagi bekerja karena kendala transportasi, sebagai istri ia merasa perlu untuk bersiasat mencari sumber penghasilan lain. Lantas anaknya menawarinya untuk menjahitkan tas untuk temannya yang kebetulan memiliki *brand* sendiri dan tas merupakan salah satu produk yang dijual. Sejak itu, ia mulai menerima pesanan jahitan tas berdasarkan model yang sudah ditentukan oleh toko. Latar belakang pendidikan informan ini adalah lulusan SLTA. Ia pernah berupaya untuk kuliah, namun saat itu infrastruktur yang disediakan di kampusnya belum cukup bersahabat bagi penyandang disabilitas. Ia harus menaiki tangga untuk sampai di kelas dan tidak bisa berpindah tempat jika masih ada kelas berikutnya di tempat tersebut. Situasi itu membuatnya kelelahan sehingga ia memutuskan untuk berhenti. Setelah itu, ia mengikuti saran ibunya untuk kursus menjahit.
- Perempuan muda kelas menengah ke bawah: Pengelompokan pada perempuan muda kelas menengah ke bawah ini untuk menjelaskan ragam kreativitas yang menjadi kekhasan di Kota Bandung. Usia mereka rata-rata di bawah 30 tahun dengan jenis usaha dan aktivitas yang

cukup berbeda dibandingkan dengan kelompok lainnya. Mereka biasanya mengandalkan keterampilan *Do it Yourself* dalam menemukan ide atau produk yang dikembangkan pada usahanya. Secara teknis, pengembangan usaha yang dilakukan berbasis pada teknologi.

- Perempuan dewasa kelas menengah bawah: Informan yang tergolong pada kategori ini rata-rata bekerja di sektor kuliner. Mereka mengandalkan penghasilan harian dari hasil penjualan warungnya. Pada awalnya, mereka berjualan untuk membantu memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga. Artinya, pekerjaan dan penghasilan dari suami dianggap sebagai sumber ekonomi utama dalam keluarga. Namun ketika ditanya seberapa jauh kontribusi hasil berjualan di warung, mereka mengatakan bahwa sumbangsih mereka jauh lebih besar dibandingkan suami mereka. Untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari seperti sekolah dan uang jajan anak, orang pertama yang akan dicari anak adalah ibunya. Sehingga para perempuan yang juga ibu ini “terkondisikan” untuk selalu mampu mencukupi kebutuhan anak-anak tersebut. Dengan kata lain, perempuan senantiasa mengoptimalkan penjualan warungnya untuk mengantisipasi jika penghasilan suaminya tidak cukup.

Keterbatasan Kajian

Proses pengambilan data lapangan diawali dengan koordinasi baik dengan peneliti lokal maupun pemerintah daerah setempat. Meski demikian kajian ini memiliki keterbatasan terkait (1) Kedalaman data/informasi yang diharapkan didapatkan dari OPD. Beberapa OPD kunci tidak bisa ditemui untuk wawancara mendalam karena aktivitas OPD yang berbarengan dengan kunjungan lapangan; seperti adanya kunjungan menteri, kegiatan promosi UMKM di luar daerah juga proses pembahasan anggaran antara eksekutif dan legislatif di daerah. (2) Informasi mendalam terkait program/kegiatan kementerian di daerah yang mendukung kebijakan PKN. OPD mitra kementerian di daerah memiliki keterbatasan informasi terkait kegiatan yang dilakukan, karena semua keputusan dan pelaksanaan kegiatan dilakukan oleh kementerian. Keterbatasan informasi terkait program dari

pusat ini menjadi kendala penelusuran berbagai program pusat yang mendukung PKN. (3) Keterbatasan data terpilah jenis kelamin di semua wilayah. Keterbatasan data kuantitatif yang relevan dengan kajian sulit dianalisa dan dimunculkan dalam kajian. Keterbatasan data pilah jenis kelamin pelaku usaha berdasarkan kategori usaha mikro, kecil dan menengah juga menjadi limitasi dalam perimbangan jumlah informan kajian terutama wirausaha perempuan kelas menengah di ke 4 wilayah.

BAB II

STUDI KASUS KABUPATEN SUMBA TIMUR

Bertahan dan Bangkit dari Krisis Ganda



Lansia perempuan penenun tradisional di Kelurahan Watumbaka, Kabupaten Sumba Timur sedang menenun dengan pewarna alami dari pohon tarum (indigo).

Konteks Wilayah

Kabupaten Sumba Timur merupakan satu dari empat kabupaten di Pulau Sumba. Posisi pulau yang berada di antara dua kawasan destinasi super prioritas Mandalika dan Labuan Bajo, membuat Sumba menjadi strategis sebagai kawasan penyangga untuk pariwisata di wilayah timur Indonesia. Pada tahun 2021, populasi Sumba Timur mencapai 246.618 ribu orang dengan perbandingan 126.862 ribu laki-laki dan 119.756 ribu perempuan. Angka kemiskinan di Sumba Timur tercatat masih tinggi, yaitu di angka 29.68%¹³. Seri data selama tiga tahun memperlihatkan bahwa angka kemiskinan di tahun 2020 menurun 0,37% dibandingkan tahun 2019, namun pada 2021, angka kemiskinan kembali meningkat sebesar 0,03%. Pandemi dan bencana badai siklon tropis Seroja menjadi pemicu naiknya angka kemiskinan seiring dengan terhambatnya aktivitas ekonomi dan macetnya alternatif penghidupan lain yang menjadi tumpuan masyarakat Sumba Timur. Bencana yang terjadi bersamaan dengan pandemi ini menyebabkan kerusakan tidak hanya rumah, namun juga lahan pertanian sehingga mengalami gagal panen. BNPB mencatat, jumlah pengungsi tertinggi akibat badai siklon berasal dari Sumba Timur (7.212 jiwa atau 1.803 KK).

Ekonomi warga Sumba Timur yang masih dominan adalah perekonomian agraris, di mana lapangan kerja yang menjadi sumber utama penghasilan penduduk adalah kerja di sektor pertanian, perkebunan, perhutanan, dan perikanan (BPS, 2022). Sektor ini menyerap tenaga kerja hingga 52.35% dan sektor yang paling tinggi menyumbang PDRB Kabupaten Sumba Timur. Lapangan pekerjaan kedua yang menjadi tumpuan adalah lapisan tersier yang meliputi sektor perdagangan, jasa, dan transportasi. Sektor ini mengalami pertumbuhan dari 34.76 persen pada tahun 2020 menjadi 33.45 persen pada tahun 2021. Isu ketimpangan gender pada sektor ekonomi di Sumba Timur setidaknya bisa dilihat dari angka rata-rata tingkat partisipasi angkatan kerja (TPAK). Pada tahun 2021, rata-rata TPAK Sumba Timur mencapai 72.3%. Namun TPAK perempuan masih tertinggal yaitu di angka 62.88%, dibandingkan laki-laki di angka 82.28%. Ketimpangan juga bisa dilihat dari pendapatan pekerja perempuan. BPS mencatat bahwa di Sumba Timur, angka pekerja tidak dibayar

¹³ BPS, Sumba Timur Dalam Angka 2022

mencapai 41.040 ribu pekerja, di mana 27.773 ribu dari angka tersebut merupakan pekerja perempuan.

Isu ketimpangan gender tidak hanya ditemui di sektor ekonomi, namun perempuan juga dihadapkan pada berbagai isu ketimpangan gender yang lekat dengan budaya, yang salah satunya terkait erat dengan struktur sosial tradisional di Sumba Timur yang dipilah berdasarkan tiga kasta (Maramba yaitu golongan bangsawan, Kabihu yaitu golongan merdeka, dan Ata yaitu golongan hamba). Praktik ini masih berlangsung baik di pedesaan maupun perkotaan¹⁴ dan menjadi salah satu ruang terjadinya ragam praktik kekerasan pada perempuan. Isu kekerasan yang masih ditemui juga adalah isu perkawinan usia anak. Data BPS Dalam Angka tahun 2022 mencatat sebesar 18.87% perempuan menikah pada usia <18 tahun. Tidak ada data pasti dari Dinas Pemberdayaan Perempuan terkait dengan angka ini. Namun praktik kawin tangkap meningkatkan kerentanan tingginya praktik perkawinan usia anak dan bentuk kekerasan lainnya termasuk kawin paksa¹⁵.

Profil UMKM Kabupaten Sumba Timur

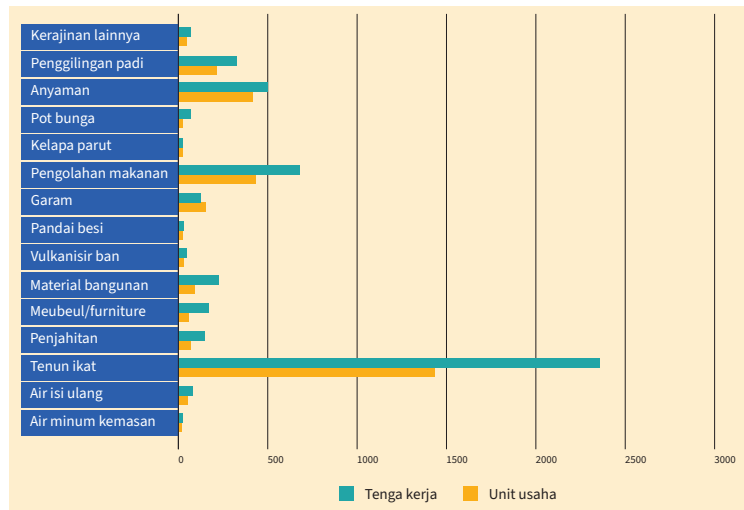
Jumlah UMKM di Sumba Timur terus mengalami pertumbuhan. Pada tahun 2022, Dinas Perdagangan Sumba Timur mencatat ada sekitar 13.000 UMKM dengan berbagai kategori. Dari sisi pengembangan usaha, UMKM di Sumba Timur didominasi oleh sektor perdagangan, jasa dan industri kecil menengah dari tiga sektor utama yaitu pertanian, perkebunan dan perikanan. Pada sektor perdagangan, Dinas Perdagangan mencatat ada peningkatan jumlah warung dari 2.676 warung di tahun 2020, menjadi 3.051 warung di tahun 2021. Peningkatan jumlah UMKM juga terjadi di sektor industri kecil menengah dari 2.268 industri di tahun 2019 menjadi 3.015 di tahun 2020. Baik di sektor perdagangan, jasa maupun industri kecil, UMKM didominasi oleh perempuan. Berdasarkan data Dinas Perdagangan, usaha-usaha yang banyak dikembangkan dan digeluti oleh perempuan di Sumba Timur sendiri ada di sektor olahan pangan dan kerajinan meliputi tenun ikat dan anyaman. Keduanya merupakan komponen penting dalam berbagai upacara adat di Sumba Timur. Ketiga bidang usaha tersebut tercatat sebagai

¹⁴ <https://projectmultatuli.org/ketika-perempuan-dari-kasta-bangsawan-dan-hamba-di-sumba-bersiasat-memutus-rantai-perbudakan/>

¹⁵ Kawin tangkap — World News, Travel and Social Action | CATALYST

tiga industri tertinggi dalam menyerap tenaga kerja di Sumba Timur. Di sektor olahan pangan, inovasi pengembangan usaha mulai muncul dan didorong pemerintah yang menysasar petani untuk meningkatkan nilai produk dengan mengolah produk pertanian menjadi ragam olahan pangan.

Gambar 2.1: Data IKM Kabupaten Sumba Timur



Sumber: Diolah dari dokumen kecamatan dalam angka, BPS Sumba Timur tahun 2022

Di industri tenun ikat, perempuan terlibat aktif di seluruh rantai produksi kain tenun, dari mulai input bahan baku, produksi dengan ragam keluaran produk (kain, selendang, sarung, *merchandise*) hingga ke pemasaran. Di Sumba Timur, tenun ikat menjadi industri yang berkontribusi pada pendapatan ekonomi keluarga dan menjadi salah satu tumpuan penting untuk mendapatkan uang tunai selain dari sektor pertanian. Transformasi dari kain sebagai keperluan dalam siklus ritual budaya dari kelahiran, perkawinan, dan kematian kemudian menjadi produk yang diminati pasar luar melalui industri pariwisata, membuat nilai ekonomi tenun ikat semakin meningkat dari tahun ke tahun. Dalam grafik terlihat bahwa dari total 3.015 industri, 1.129 diantaranya merupakan industri tenun ikat dan menyerap hingga 2.284 tenaga kerja. Tenun menjadi domain perempuan karena secara kultural, perempuan Sumba Timur umumnya dilatih memiliki keterampilan membuat tenun untuk berbagai keperluan adat.

Narasi dampak pandemi terhadap UMKM di Sumba Timur secara umum menghambat laju perekonomian sebagai implikasi langsung dari menurunnya mobilitas masyarakat dan pembatasan sosial. Rentang dampak yang dialami tidak hanya menurunnya penghasilan karena sepiya transaksi bisnis, namun juga hambatan pada aspek produksi, terutama untuk pengusaha dengan bahan baku yang bersumber dari luar Sumba Timur karena adanya pembatasan aktivitas. Dampak pandemi pada perekonomian Sumba Timur diperparah dengan bencana badai tropis Seroja yang terjadi pada pertengahan tahun 2021. Skema-skema diversifikasi sumber penghidupan yang sebelumnya menjadi tumpuan bertahan saat pandemi, seperti lahan pertanian dan peternakan, sebagian besar terdampak oleh badai. Sumba Timur sendiri menjadi salah satu wilayah paling terdampak oleh badai Seroja. Pada UMKM, dampak bisa ditelusuri dalam rantai pasok bisnis yang selama ini berjalan.

1. Kendala pasar dan sumber mata pencaharian

Dampak pandemi COVID-19 terhadap UMKM di Sumba Timur sejalan dengan data kajian lainnya, di mana kebijakan pembatasan sosial yang mengurangi mobilitas keseharian berimplikasi pada terhambatnya aktivitas ekonomi masyarakat¹⁶. Dampak dirasakan di hampir seluruh sektor bisnis karena turunnya permintaan pasar. Dengan pasar lokal sebagai tumpuan utama pemasaran produk, kebijakan pembatasan sosial di Sumba Timur menurunkan aktivitas bisnis secara drastis. Dampak pandemi diperparah dengan bencana siklon tropis yang melanda Sumba Timur pada pertengahan 2021¹⁷. Warga tidak hanya terisolasi, namun lahan pertanian milik warga ikut terdampak. Bagi masyarakat Sumba Timur, lahan menjadi sumber pangan sekaligus tambahan pemasukan saat mata pencaharian lain terhambat.

“Dampak daripada COVID-19 ini, mereka jelas tidak sedikit dampaknya. Macet. Kelompok-kelompok begitu. Seperti tenun ikat, itu dia macet juga dengan pengelolaannya. Bukan hanya itu saja, usaha-usaha kios yang dikelola oleh perempuan juga

¹⁶ Ora Obah, Ora Mamah, *Studi Kasus Gender pada Sektor Informal di Masa Pandemi COVID-19, 2020*

¹⁷ <https://www.newmandala.org/COVID-19-mitigation-measures-compound-an-economic-crisis-in-sumba/>

itu mandeg. Tidak ada pembeli karena COVID-19” (Hendrikus, Kepala Dinas Perdagangan Kabupaten Sumba Timur).

Secara umum, dampak utama dari pandemi adalah menurunnya pendapatan dan terkendalanya mata pencaharian. Hendrikus memaparkan keluhan yang dialami wirausaha perempuan di berbagai sektor, dari tenun hingga kios-kios milik wirausaha perempuan seperti kutipan di atas. Istilah macet dan *mandeg* yang digunakan Hendrikus menggambarkan kondisi usaha yang bergerak lambat dan bahkan terhenti karena tidak ada pembeli. Bagi sektor-sektor yang bertumpu pada aktivitas kunjungan dan mengumpulkan orang seperti sektor pariwisata, dampak yang dirasakan lebih drastis. Misalnya dari sisi keuntungan pendapatan yang bisa menurun hingga 80%. Pariwisata sendiri menjadi salah satu sektor utama yang paling terdampak pandemi, selain manufaktur dan transportasi.

“Kalau untuk di Pantai Walakiri, kita ‘kan kemarin berdiskusi dengan para warga yang ada di situ. Mereka yang di pantai itu memang sepi sekali. Kalau awalnya pemasukan mereka dalam satu minggu bisa sampai 6-7 juta Rupiah. Tapi ketika COVID-19 kemarin itu mereka di bawah sekali pendapatan mereka” (Tantri, pendamping komunitas CD Bethesda).

Kondisi yang sama juga dialami di industri tenun dan anyaman yang selama ini mengandalkan upacara adat dan kegiatan seremonial sebagai ceruk pasar utama. Upacara adat dibatasi dengan adanya larangan mengumpulkan banyak orang, sehingga kebutuhan pada kedua produk ini menurun dengan cepat. Bisnis yang lesu ini bisa dilihat dari narasi seorang penenun yang terbilang sangat produktif. Sebelum pandemi, setiap bulan Martalina bisa mendapat pesanan kain tenun hingga 50 lembar. Pendapatan menenun sebelum pandemi ia gambarkan sebagai kondisi *‘berjaya’* karena dinilai bisa mencukupi segala kebutuhan keluarga, terutama pemenuhan makanan bergizi dan biaya pendidikan anak. Namun sejak pandemi hingga sekarang, pesanan masih di bawah rata-rata dan belum benar-benar pulih.

“Dalam sebulan bisa masuk (pesanan) 50 lembar. Jadi, kami anggap, kami itu jayalah dengan hidup. Ada lah untuk mencukupi hidup sehari-hari. Tapi sekarang antara cukup dan

tidak cukup. Kalau awal COVID-19 juga itu pesanan banyak, tapi ya namanya juga terkendala semua. Orang mau beli ini kain atau orang mau urus makan minum. Pertengahan (sejak kasus COVID-19 pertama terkonfirmasi) sudah mulai berkurang sampai sekarang. Paling tinggi (pesanan) 12 lembar dalam satu bulan” (Martalina, disabilitas penenun).

Hal yang sama dirasakan oleh Hana, perempuan disabilitas lansia yang bekerja sebagai pengrajin kemoceng dan tampah sirih pinang. Ia mengandalkan penjualan kemoceng karena tampah hanya dipesan di bulan-bulan tertentu. Kemoceng ia buat setiap hari yang kemudian dijual secara asongan ke berbagai titik sekitaran Kota Waingapu. Sejak pandemi, ia hanya bisa menjual maksimal tiga kemoceng. Dengan harga jual 20.000 rupiah, penghasilan hanya cukup untuk makan satu hari. Tidak hanya penjualan kemoceng yang makin lesu akibat pandemi, pesanan tampah sirih pinang juga menurun karena pembatasan upacara adat dan kegiatan seremonial yang mengumpulkan orang.

Tidak hanya dialami oleh wirausaha yang menjalankan praktik pemasaran secara konvensional, perempuan muda yang telah memanfaatkan media daring untuk pemasaran juga mengalami kendala. Hal ini karena sejak awal telah menerapkan metode COD (*cash on delivery*) sebagai bentuk layanan unggulan usaha miliknya, sehingga konsumen merasa khawatir. Selain itu, produk sandang yang ia jual kalah prioritas dibandingkan kebutuhan lain pada masa pandemi. Keuntungan usaha saat kasus COVID-19 meningkat di Sumba Timur menurun hingga 50% dari rata-rata di bulan sebelumnya.

“Itu pas pandemi. Waktu di sini banyak yang positif. Pas heboh-hebohnya itu. ‘Kan takut kalau mau beli online. Nanti ketemu (COD). Jadi pas itu menurun sekali. Saya catat. Sebelum pandemi keuntungan 3-5 juta satu bulan. Modal beda lagi. Pas pandemi paling sampai sejuta, sejuta setengah” (Ike, penjual sandang, usia muda).

2. Terhambatnya produksi

Rantai pasok yang terkendala tidak hanya pada aspek penjualan, namun juga pada aspek produksi. Harga beberapa

bahan baku mengalami peningkatan karena suplai yang terkendala, terutama selama periode PPKM. Industri tenun Sumba Timur bergantung pada beberapa bahan baku dari luar, seperti benang dan kemiri. Akibatnya terjadi peningkatan ongkos produksi, sementara pada saat yang sama, modal berkurang karena penjualan yang menurun. Kenaikan harga bahan baku tidak hanya dialami di industri tenun. Industri pembuatan garam tradisional juga mengalami hal yang sama. Saat pandemi, harga garam yang digunakan sebagai biang (bibit yang dicampurkan dalam pasir) dan kayu bakar mengalami kenaikan.

Gambar 2.2: Rantai pasok tenun ikat dan kriya



Keluhan soal suplai yang terhambat ini tidak hanya dirasakan oleh pelaku usaha di perkotaan, di pedesaan petani yang memiliki berbagai produk yang pasarnya di pusat kota pun mengalami kerugian karena pembatasan mobilitas selama periode awal PPKM.

“Dampak COVID-19 itu kalau di desa-desa memang tidak sekeras di kota. Tetapi mereka juga terasa ketika hasil-hasil dari kebun mereka dibatasi juga. ‘Kan agak sulit masuk ke kota. Jadi untuk jual beli ya mereka juga mengalami kendala

di situ". (Tantri, pendamping komunitas CD Bethesda)

Kondisi ini dan terhambatnya pasar secara umum, menghambat proses produksi di semua sektor usaha. Wirausaha perempuan tidak memiliki pilihan selain menurunkan produksi untuk menekan risiko pengeluaran. Implikasi yang nyata dari kendala di produksi ini dirasakan lebih berat pada kelompok buruh tidak tetap dan penjual jasa di kedua industri yang otomatis kehilangan pekerjaan. Bagi penenun, hambatan pada aspek ini juga sangat mempengaruhi kondisi psikologis berupa kehilangan semangat untuk membuat kain tenun karena menghadapi tantangan di bahan baku dan pasar.

3. Beban ganda

Narasi beban ganda perempuan di Sumba Timur memang tidak muncul eksplisit dalam riset. Informan melihat bahwa peran-peran yang dilekatkan sebagai hal terberi yang tidak memiliki implikasi apapun. Namun secara tradisional, perempuan di Sumba Timur mengambil peran pengasuhan dan perawatan dalam keluarga. Di saat yang sama, perempuan juga mengambil peran-peran pemenuhan ekonomi di berbagai sektor. Pada saat pandemi, beban dirasakan paling berat di aspek pengasuhan. Terutama pada periode PPKM yang mewajibkan sekolah secara daring. Ini menjadi tantangan besar dan dirasakan berat karena rendahnya literasi digital perempuan sehingga sulit untuk mendampingi anak-anak belajar secara daring. Beban berlipat karena kepemilikan gawai masih rendah sehingga tuntutan pendampingan langsung dari orangtua semakin besar, dibandingkan jika memiliki gawai yang memungkinkan guru untuk mendampingi.

4. Kerusakan lahan dan alat produksi

Di samping pandemi, siklon tropis Seroja yang terjadi pada pertengahan tahun 2021 semakin memukul kondisi ekonomi warga di Sumba Timur. Selama satu minggu, warga di Sumba Timur terisolasi akibat badai yang kemudian diikuti oleh banjir. Tidak hanya menyebabkan sebagian warga harus mengungsi

ke pegunungan, namun siklon juga mengakibatkan lahan pertanian tergenang sehingga mengalami gagal panen. Kondisi ini meningkatkan kerentanan masyarakat di Sumba Timur yang selama ini mengandalkan hasil pertanian untuk kebutuhan ganda, yaitu sebagai sumber pemenuhan kebutuhan pangan pokok dalam keluarga sekaligus sumber mata pencaharian untuk kebutuhan uang tunai. Tantri, pendamping komunitas dari CD Bethesda menyampaikan bahwa kecamatan yang terletak di wilayah selatan Sumba Timur kesulitan mendapatkan pangan akibat lahan yang rusak.

“Pas Seroja itu terasa banget di daerah sini. Di Kecamatan Kampera dengan wilayah bagian selatan. Ini bendungan ‘kan baru jadi. Benar-benar tidak bersawah (sawah rusak) lagi. Bahkan untuk kebutuhan sayur mayurnya itu saja dari Sumba Barat. Dari Ende. Karena suplai air tidak ada” (Tantri, pendamping komunitas CD Bethesda).

Elisabeth, seorang petani pisang yang juga pengusaha garam menyampaikan bahwa pohon pisang di lahannya gagal panen setelah diterjang badai. Hingga saat ini lahan belum sepenuhnya pulih dan produktivitas pohon tidak sebaik saat sebelum diterjang badai. Padahal bagi Elisabeth, kebun pisangnya adalah pegangan saat usaha garam tidak lancar. Kendala yang dihadapi Elisabeth tidak hanya rusaknya kebun. Rumah produksi garam miliknya juga roboh. Hal yang sama juga dialami oleh Salma dan pengusaha garam lainnya. Pusat rumah produksi garam tradisional di Sumba Timur terletak berdekatan dengan hulu sungai dan pantai. Saat terjadi badai, kedua titik tersebut menjadi bagian dari wilayah paling terdampak. Dengan struktur bangunan berupa bambu tanpa pondasi permanen, rumah produksi roboh dan hancur diterjang badai Seroja. Secara otomatis, produksi garam sempat terhenti cukup lama karena para petani harus menunggu sampai banjir reda untuk bisa kembali mendirikan rumah produksi.

“Bantuan kompor yang pakai cerobong sudah rusak waktu tsunami. Eh waktu Seroja itu. Terbang sudah. Waktu Seroja itu kami masih di Kupang. Kami pulang dari Kupang maka rumah sudah terbongkar (roboh dan hancur)” (Elisabeth, pengusaha garam, kelas menengah bawah).

1. Berhemat, berhutang dan menggadaikan Kain Tenun

Bagi masyarakat Sumba Timur, pandemi memang memberi dampak pada mata pencaharian. Namun usaha yang dijalankan oleh perempuan di Sumba Timur umumnya bukan satu-satunya mata pencaharian yang dimiliki. Rata-rata masyarakat memiliki lebih dari satu mata pencaharian seperti pertanian, perkebunan dan ternak. Sektor ini banyak dimanfaatkan untuk konsumsi yang distribusinya terjadi dalam lingkup keluarga satu keturunan dan upacara-upacara adat. Umumnya, hasil tani dan ternak hanya dijual saat membutuhkan uang tunai atau saat hasil tani mengalami surplus. Namun gambaran ini tidak selalu sama bagi pengusaha lain yang memiliki lahan terbatas dan menjadi pendatang. Dampak menjadi berlapis pada kelompok ini karena tidak ditopang oleh lahan yang produktif untuk tanaman pangan serta tinggal jauh dari keluarga besar yang selama ini jadi mekanisme pemulihan kekerabatan yang paling kokoh.

Upaya-upaya bertahan pada kelompok ini cenderung memilih cara-cara yang meningkatkan kerentanan karena tidak memiliki alternatif lain. Perempuan disabilitas yang sekaligus kepala keluarga perempuan berstrategi dengan cara menghemat pengeluaran dengan menentukan prioritas. Kebutuhan makan menjadi prioritas utama yang harus dipastikan terpenuhi. Namun dengan kondisi uang yang terbatas, belanja lauk pauk harus dipangkas. Kondisi ini tentu mengurangi asupan gizi keluarga.

“Diatur sudah uang karena kita lihat orderan yang tidak terlalu lancar ya. Pastilah kita pandai-pandai atur uang. Disisip, dijaga. Kalau stok habis kan kita bisa pakai. Yang dikurangi ya yang tidak terlalu dibutuhkan. Karena yang paling utama kan pasti kebutuhan pokok beras sudah ini. Utama. Yang penting beras saja ada. Kalau soal lauk, mau ada ataupun tidak, tidak peduli karena kalau makan dengan lombok satu sa tidak masalah. Ini jujur saja sudah kalau lauk ini, lombok sudah. Tidak dibuat sambal, ulek biasa saja. Sama garam, masako kalau ada. Makan sudah. Kalau lancar itu semua lauk di pasar itu pasti kami beli. Pengen apa dibeli saja. Mau ayam pedaging juga, kepengen kan namanya uang

ada, stok banyak. Sekarang mau pengen juga tahan-tahan dulu” (Martalina, disabilitas penenun).

Mengurangi komponen belanja pangan juga dilakukan kepala keluarga perempuan disabilitas yang juga seorang lansia. Ia menjadi tulang punggung bagi 9 anggota keluarga yang tinggal di rumahnya. Dengan penghasilan yang kecil, ia juga memprioritaskan beras sebagai pangan utama dengan porsi makan yang dikurangi. Selain itu, ia juga berstrategi dengan cara berhutang. Strategi ini pada dasarnya telah dilakukan jauh sebelum pandemi untuk memenuhi kebutuhan pendidikan anak-anaknya. Namun saat pandemi, pinjaman uang juga digunakan untuk keperluan konsumsi keluarga.

“Pinjam dari lima koperasi. 3 koperasi harian, 2 yang mingguan. Kalau saya pikir-pikir itulah sudah rencana Tuhan. Kalau orang sehat itu aih. Kita tidak mampu ini dorang bilang (Kata orang kita ini tidak mampu)” (Hana, disabilitas lansia pengusaha kemoceng).

Mekanisme bertahan yang juga banyak menjadi pilihan di Sumba Timur adalah menggadaikan aset berharga dan memiliki nilai ekonomis tinggi seperti perhiasan emas dan kain tenun. Menurut petugas pegadaian, di masa pandemi pegadaian dipadati orang untuk menggadaikan kain tenun. Pegadaian terpaksa menutup layanan akibat jumlah pengaju di luar kapasitas yang bisa dilayani. Kain tenun di Sumba Timur memiliki nilai tinggi dan sebagai aset sehingga menjadi salah satu barang berharga yang umum digadaikan saat warga membutuhkan uang tunai.

2. Tetap berjualan dan berinovasi

Bagi kelompok rentan yang tidak memiliki alternatif pilihan sumber penghasilan berupa kepemilikan aset seperti lahan dan ternak, yang selama ini menjadi komponen penting diversifikasi pendapatan keluarga, tidak ada cara lain untuk bertahan di masa pandemi selain tetap berjualan sekalipun jumlah pembeli menurun. Pada kelompok rentan seperti perempuan disabilitas lansia dari kelas ekonomi bawah, berhenti sehari saja artinya dia tidak bisa membeli pangan untuk keluarganya. Kondisi usia membuatnya tidak memiliki

imajinasi dan cara untuk mencari alternatif usaha yang bisa dijalankan tanpa meningkatkan risiko terpapar virus. Untuk bisa tetap berjualan di masa pandemi, ia misalnya harus bernegosiasi dengan pihak yang diberi kewenangan untuk menjaga terlaksananya PPKM.

“Saya ‘kan jalan terus. Tetap ada (untuk makan). Kalau ketemu polisi saya dibawa. ‘Hei Mama, kalau Corona ini istirahat satu dua hari’. Saya bilang, ‘Ya Adik, kalau istirahat saya mau makan apa?’. Ini (badan) disemprot-semprot sampai basah semua. Saya bilang, ‘ini kenapa saya disemprot-semprot?’. ‘Hei Mama, ini penyakit. Ya Tuhan, ada-ada saja” (Hana, disabilitas lansia pengusaha kemoceng).

Tetap berjualan juga dilakukan oleh informan wirausaha perempuan muda meskipun jumlah penjualan menurun drastis. Tidak punya pilihan untuk berhenti karena dia sudah berkomitmen untuk membiayai hidup dan kuliah di Kota Waingapu. Menariknya, perempuan muda terlihat lebih adaptif pada pengembangan cara. Jika sebelumnya berjualan pakaian, saat pandemi dia mencoba beralih dengan berjualan aksesoris. Ini dilakukan berdasarkan pengamatan pasar dan animonya di Kota Waingapu. Ia kemudian memilih kalung karena sedang tren dan sangat digandrungi kalangan muda dengan harga jual yang relatif lebih rendah. Selain itu, kalung lebih ringan sehingga biaya pengiriman dari produsen lebih murah tapi dengan jumlah yang lebih banyak. Ini berhasil menekan modal yang semakin menipis.

“Kan modal mulai menipis tho. Saya coba berjualan kalung. Aksesoris perempuan dari Surabaya. Saya pesan tapi langsung pakai alamat di sini. Kan kalau kalung meskipun banyak tetap kurang dari satu kilo. Jadi saya coba jual kalung itu. ‘Kan lumayan toh. Posting terus tiap hari. Tetap ada (yang membeli) walaupun tidak sebanyak yang sebelum pandemi” (Ike, penjual sandang, usia muda)

3. Menjajal pasar digital

Seperti disebutkan sebelumnya, adaptasi pada teknologi untuk pemasaran produk di Sumba Timur masih rendah karena berbagai faktor. Namun inisiasi telah dilakukan

secara individual. Pada kalangan muda, inisiasi pemanfaatan teknologi terjadi seiring dengan tren belanja *daring* yang terus meningkat dan akses pada teknologi di kalangan anak muda. Faktor pendukung utama lainnya adalah akses pendidikan tinggi yang meningkatkan kemampuan adaptasi dan otodidak. Narasi wirausaha perempuan muda, khususnya informan yang ditemui, memperlihatkan bagaimana kalangan muda memulai bisnis. Bermula menjadi konsumen di *platform marketplace* kemudian menangkap peluang pasar lokal, hingga beralih menjadi *reseller*.

Narasi perempuan muda ini tidak hanya mampu membaca peluang pasar. Namun juga pengetahuan yang memadai untuk mengembangkan teknik pemasaran secara otodidak. Langkah yang ditempuh adalah memanfaatkan video tutorial dan belajar kepada teman sebaya dan kerabat yang dianggap punya pengetahuan pemanfaatan teknologi. Teknik yang dipelajari dimulai dari keterampilan teknis pemesanan produk dari produsen, langkah mengunggah produk di media sosial, cara menyajikan foto produk yang menarik minat, hingga cara untuk melindungi foto produknya dari penjiplakan penjual lainnya.

Pengetahuan yang memadai dan lebih adaptif pada teknologi pada perempuan muda juga terbaca dari kemampuannya mempelajari pasar dengan cara praktik dan mengamati animo di media sosial. Ia melakukan pemetaan grup-grup di media sosial yang ramai pembeli, memetakan mana media sosial yang digandrungi anak muda Sumba Timur dan mana yang tidak digandrungi. Ia juga mempelajari kebiasaan pengguna media sosial Sumba Timur untuk mengetahui waktu yang tepat untuk promosi produknya. Namun layanan COD (*cash on delivery*) adalah salah satu pembeda yang menjadi keunggulan dibandingkan penjual lainnya. Layanan COD dipilih melalui pengamatan pasar di Sumba Timur yang lebih tertarik belanja barang dengan melihat produk fisik. Layanan COD ini membantu membangun kepercayaan konsumen karena konsumen bisa melihat langsung bahwa produk yang dijualnya sesuai dengan iklan.

“Kalau orang Waingapu ini ‘kan dorang tidak mau kalau online. Kalau pesan online itu ya, jadi kasih DP dulu. Kalau barang

sudah datang, baru orang mau lihat. 'Kan orang trauma. Karena barang tidak sesuai. Tergantung dari cara kita punya promosi. Apalagi kebanyakan di sini, orang Waingapu tidak melayani antar toh? Langsung datang ke dorang. Di sini dorang mau bawa ke rumah. Supaya tidak capek pergi ke pasar, ke toko. Makanya menarik 'kan? Kalau posting, saya bilang melayani antar'" (Ike, penjual sandang, usia muda).

Dengan cara-cara di atas, perkembangan usaha dirasakan dari meningkatnya omset yang didapatkan. Dalam sebulan, keuntungan di luar modal misalnya bisa mencapai 5-6 juta rupiah. Seperti harapan di awal, usaha yang dijalankan mampu mandiri secara finansial sejak memulai usahanya pada akhir 2019. Pada saat pandemi, ia tetap menekuni usahanya dengan terus mengunggah produk yang ia jual meskipun pesanan menurun drastis. Ia juga berstrategi dengan menjual produk yang lebih murah namun tetap berdasarkan minat kalangan muda yang menjadi konsumen utamanya. Ada kesadaran dan pengetahuan perlunya konsisten mengunggah meskipun sepi pembeli agar akun miliknya tetap muncul di linimasa konsumen. Dengan ini, konsumen tahu bahwa ia masih aktif berjualan.

Pemanfaatan teknologi oleh wirausaha perempuan untuk bertahan selama pandemi juga muncul dari penenun. Media sosial mulai dimanfaatkan untuk berjualan pada 2021 saat pasar tidak memperlihatkan pulih. Kondisi yang tidak pasti ini menuntut strategi diluar skema pasar tradisional. Facebook menjadi media sosial andalan karena dominan digunakan warga Sumba Timur dibandingkan media sosial lainnya.

"Kalau untuk pasar di Kota Waingapu, saya rasa itu sudah menutup kemungkinan jangkauan. Makanya kita berterima kasih kepada teknologi canggih sekarang. Di Facebook membuat promosi. Jadi kalau Facebook bisa bantu pemasaran. Mulai pas tahun lalu. Tapi kalau sekitaran sini pasti langsung nonton. Katanya, oh saya tahunya dari FB. Kalau datang kunjungan ini, apalagi sudah diperkenal lewat itu tadi'" (Hermina, pengusaha tenun, kelas menengah bawah).

Pemanfaatan media sosial dianggap cukup membantu tenun produknya tetap laku walaupun dalam jumlah kecil. Mayoritas pembelinya sendiri masih terbatas di warga Sumba Timur

yang sebelumnya hanya membeli kain di pasar. Promosi yang dilakukan di Facebook membuatnya bisa menjangkau konsumen secara langsung. Dalam skema pasar tradisional, konsumen tenun di Sumba Timur biasanya membeli kain di pasar di Kota Waingapu. Hanya satu dua konsumen yang membeli langsung kepada penenun. Pemanfaatan Facebook memangkas satu bagian dalam rantai pasar tenun miliknya, yang tadinya dijual ke pengepul, pengusaha bisa menjangkau konsumen secara langsung.

Inisiasi menjangkau pasar digital juga muncul dari lembaga yang selama ini mempunyai program pendampingan seperti CD Bethesda. Tantri menyampaikan lembaganya secara konsorsium dengan dua lembaga lain memberikan pelatihan keterampilan pemasaran digital di empat desa wisata yang menjadi dampingan sebagai respon terhadap pandemi. Salah satunya di Kampung Raja Prailiu, desa wisata yang ikut terpuak akibat sepi pengunjung. Inisiasi ini diawali sendiri oleh para penenun yang kemudian didukung oleh lembaga melalui pelatihan-pelatihan.

“Karena ini tempat wisata ya, memang terasa sekali dampak terjadinya COVID-19 kemarin. Sepi pengunjung, baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara. Sehingga produk-produk mereka macam seperti di Prailiu, mereka ‘kan juga ada kelompok perempuan, kelompok pengrajin produk mereka itu. Dengan tidak adanya pengunjung, maka mereka banyak kendala di situ. Persoalan ekonomi, juga anak-anak sekolah. Tapi puji Tuhan, mereka sedikit demi sedikit bisa beradaptasi walaupun mungkin tidak ada tamu yang berkunjung langsung ke sana. Mereka menggunakan media sosial, yaitu dengan penjualan online. Mereka live begitu. Mereka pakai IG, dorang live itu. Terus juga promosi-promosi lewat FB” (Tantri, pendamping komunitas CD Bethesda).

4. Beralih, lalu mengembangkan

Upaya bertahan lainnya yang dilakukan oleh UMKM perempuan di Sumba Timur adalah diversifikasi usaha. Narasi ini bisa dilihat dari usaha olahan pangan pasca panen oleh kelompok Magic Kelor. Kelompok Wanita Tani (KWT) Magic Kelor berdiri pada

2008 yang beranggotakan 22 orang perempuan yang memiliki berbagai usaha. Mulai dari tenun, olahan makanan, hasil pertanian dan peternakan. Kelompok ini mengalami lini masa yang menarik. Awalnya produk olahan pasca panen kelompok ini adalah aneka keripik, olahan jagung dan hasil pertanian seluruh anggota kelompok. Pada prosesnya, anggota kelompok mendapatkan aneka pelatihan dan bantuan modal untuk mengembangkan usaha. Upaya ini beberapa kali mendapat rekognisi dengan menjuarai kompetisi pengolahan pangan lokal dari tingkat provinsi hingga nasional.

“Kelompok itu ada unit-unit usaha produktif termasuk salah satu usaha produktifnya dalam pengolahan pangan lokal Marangga Pandulang, dimana pada saat itu kami jelaskan terdampak dari COVID-19, sehingga ada kegiatan pengolahan kelor. Untuk ilmunya itu sendiri dari Dinas Koperasi dan Perdagangan yang waktu itu mengutus saya sebagai salah satu peserta Bimtek ke Provinsi” (Yuni, kelas menengah bawah, ketua KWT Magic Kelor).

Usaha kelompok mengalami kelesuan saat pandemi. Namun pada 2020, dua anggota kelompok kemudian mengikuti pelatihan olahan daun kelor. Pelatihan diadakan oleh pemerintah provinsi seiring dengan program kelorisasi yang mulai digaungkan Gubernur NTT sejak tahun 2018. Kelor memang banyak tumbuh secara alami di pekarangan rumah penduduk di Sumba Timur. Pemanfaatannya selama ini hanya untuk sayuran segar siap santap. Saat pandemi, kelompok memutuskan mengganti produk dagangan mereka untuk fokus pada pengolahan kelor.

Mereka kemudian mendapatkan modal pengembangan usaha dari skema KUR BRI sebesar 55 juta. Bantuan ini digunakan untuk membeli alat pengolahan serta membuat rumah pengeringan daun kelor. Setiap anggota lantas diwajibkan untuk menanam 10 sampai 15 pohon kelor. Mekanisme yang diterapkan kemudian, kelompok membeli daun kelor milik anggota dengan harga tertentu untuk tiap kilogram kelor. Model ini membuat uang bersirkulasi di dalam kelompok.

Kelompok Magic Kelor menghasilkan tiga produk turunan yaitu teh daun kelor, serbuk kelor dan aneka jajanan yang

memiliki kandungan utama daun kelor. Produk-produk ini dipasarkan dengan beberapa skema. Pertama, melalui kerjasama dengan pemerintah desa menjadi *supplier* untuk memasok kelor bagi program pemberian makanan tambahan (PMT) untuk desa di dua kecamatan di Sumba Timur. Program ini didanai melalui skema Bumdes. Dalam lima tahun terakhir atau sejak tahun 2019, kelor memang masuk dalam komponen PMT untuk bayi dan anak-anak di NTT. Ini adalah pasar terbesar kelor untuk kelompok karena rutin dilakukan. Kedua, skema yang diterapkan adalah pemasaran secara tradisional di warung-warung, terutama di warung milik anggota kelompok. Ketiga, skema pemasaran digital melalui *marketplace*, terutama Shopee.

Upaya diversifikasi usaha juga dilakukan oleh wirausaha perempuan di sektor pariwisata melalui program pendampingan CD Bethesda. Pada periode normal baru, CD Bethesda mulai kembali melakukan program pendampingan secara konsorsium bekerjasama dengan Lembaga SOPAN dan Solidaritas Perempuan Sumba Timur. Konsorsium ini mendampingi empat desa wisata yang berfokus pada pemulihan ekonomi masyarakat pasca Seroja dan COVID-19. Program yang digencarkan adalah pelatihan kewirausahaan.

“Kemarin dari Program Siap Siaga ini mulai memberi mereka pelatihan. Salah satunya untuk membangkitkan kembali perekonomian mereka. Kami melatih pijat refleksi, terus pembuatan herbal. Di sini ada rencana untuk pengolahan pangan lokal. Terus juga pemanfaatan media sosial, memanfaatkan paket wisata itu secara online dan kreatif. Secara kreatif dengan online. Aaa, itu sudah dilatih seperti itu. Itu salah satu. Masih banyak lagi bagaimana Siap Siaga dilatih untuk menjadi desa yang tangguh, adaptif terhadap bencana, baik bencana alam maupun non alam” (Tantri, pendamping komunitas CD Bethesda).

Pelatihan pembuatan herbal diberikan kepada desa wisata di perkampungan, di mana mayoritas warganya adalah petani pemilik lahan. Selama ini, hasil tani selalu dijual dalam bentuk segar keluar desa. Terutama untuk menyuplai kebutuhan pasar yang diakses di Kota Waingapu. Upaya ini menurut Tantri masih sangat awal sehingga belum

Krisis Panjang Pandemi Bagi UMKM Perempuan di Sumba Timur

sepenuhnya bisa dilakukan. Saat ini, konsorsium masih mendampingi untuk mendorong bertambahnya alternatif pilihan usaha.

1. Kebijakan PPKM dan pulihnya ekonomi

Bagi UMKM perempuan, krisis pandemi dirasakan sangat memukul usaha mereka selama sekitar satu tahun. Dimulai dari periode pertengahan sejak klaster pertama kasus COVID-19 terkonfirmasi pada Mei 2020 sampai dengan akhir tahun 2021. Pasar dirasakan mulai pulih sejak kebijakan penghapusan WFH (*work from home*) oleh Bupati Sumba Timur dikeluarkan pada pertengahan Juni 2021, yang disusul dengan penurunan status PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) di Sumba Timur dari level 4 menjadi level 2 pada September 2021. Kebijakan tersebut dikeluarkan seiring dengan menurunnya kasus penularan COVID-19 di Sumba Timur. Aktivitas dan mobilitas masyarakat yang mulai pulih ini secara perlahan memulihkan aktivitas ekonomi.

“Mulai naik lagi mulai masuk tahun 2022 ini. 2022 yang awal ini mulai naik kembali. Sudah bisa membantulah. Sudah bisa mulai membeli barang-barang untuk membantu orang tua membeli perlengkapan. Lemari, kursi. Keuntungan sama kayak awal. Cuma ini naik sedikit” (Ike, penjual sandang, usia muda).

Pulihnya ekonomi juga dirasakan oleh pengusaha tenun yang mengaku pesanan tenun sudah mulai meningkat pada awal tahun 2022. Namun pesanan belum benar-benar pulih karena upacara adat yang menjadi pasar tenun tingkat lokal belum sepenuhnya dilonggarkan. Jumlah kerumunan masih dibatasi dengan protokol kesehatan yang ketat. Sektor pariwisata juga mengalami pemulihan yang lambat karena terkait dengan kebijakan di daerah dan negara lain, terutama di kota-kota besar. Namun pada tingkat lokal, pasar telah kembali pulih pada pertengahan tahun 2022.

2. Diversifikasi Usaha

Dalam konteks Sumba Timur yang rural, krisis pandemi yang panjang dirasakan berbeda dibandingkan krisis yang

dialami di kota-kota besar. Pandemi memang memukul usaha, namun itu tidak sepenuhnya mematikan sumber mata pencaharian mereka. Hal itu karena ada pola diversifikasi penghidupan yang sudah dipraktikkan dari generasi ke generasi. Masyarakat Sumba Timur cenderung tidak bergantung pada sumber penghidupan tunggal, seperti yang disampaikan oleh Kepala Bidang Koperasi dan UMKM, *“Bertahan hidup ya selama ini juga ‘kan mereka tidak menentu. Tidak difokuskan pada tenun ikat. Mereka ‘kan ada usaha lain. Usaha tani, mungkin ada kerja sawah, atau kalau tidak usaha ternak-ternak kecil.”*

Praktik diversifikasi sumber penghidupan ini memungkinkan masyarakat Sumba Timur untuk beralih dan memaksimalkan sumber mata pencaharian lain saat terjadi pandemi dan krisis panjang yang dialami selama masa pembatasan sosial. Praktik ini juga dilakukan oleh pelaku usaha perempuan. Pada kelompok tenun misalnya, saat pandemi menurunkan permintaan pasar, kelompok menurunkan produksi dan memilih mempertahankan produk tenun mereka dan menunggu pasar kembali pulih, dibandingkan harus menjual dengan harga murah pada pengepul. Menjual dengan harga murah hanya dilakukan dalam keadaan terpaksa dan itu jarang dilakukan. Pilihan ini menjadi mungkin karena mereka beralih pada sumber penghidupan lainnya, terutama pada lahan untuk memenuhi kebutuhan. Produk pertanian dari lahan tidak hanya bisa dijual, namun juga memenuhi kebutuhan pangan yang bisa memangkas kebutuhan pada uang tunai.

Sama halnya dengan ternak. Rata-rata keluarga memiliki ternak dalam jumlah kecil yang menjadi sumber mata pencaharian tambahan. Selain itu, keluarga satu keturunan yang tinggal berdekatan menjadi jaring pengaman tradisional yang kuat karena ada praktik berbagi sumber daya dalam lingkaran keluarga. Memang, rantai pasok produk pertanian dan ternak juga terdampak pada saat pemberlakuan pembatasan sosial di level 4 serta terdampak oleh badai siklon, namun pasar lebih cepat pulih karena pengendalian penularan lebih cepat dilakukan berkat mobilitas yang terbatas di tingkat lokal serta program pemulihan pasca

bencana yang salah satunya fokus pada bantuan pemulihan sektor pertanian.

3. Perlahan keluar dari skema pasar tradisional

Sekalipun memiliki diversifikasi usaha, namun pola pasar UMKM pada dasarnya telah menunjukkan pergeseran. Hal ini karena sejak sebelum pandemi, animo pasar digital di Sumba Timur mulai tumbuh seperti dalam narasi pengusaha muda, di mana pasar utamanya adalah kalangan muda di Kota Waingapu dan sekitarnya. Pandemi mendorong percepatan transformasi pasar dari skema lokal yang bergantung pada pasar berbasis transaksi langsung di pusat-pusat usaha seperti pertokoan dan pasar, bergeser ke transaksi daring. Selama pandemi, peluang keluar dari skema pasar tradisional ini banyak dimanfaatkan oleh wirausaha industri tenun dan olahan pangan. Di industri tenun misalnya, sebelum pandemi, pengrajin menjual tenun pada pengepul yang menjualnya pada konsumen di pasar tradisional di Kota Waingapu.

“Untuk pasar Kota Waingapu saya rasa itu sudah menutup kemungkinan jangkauan. Makanya kita berterima kasih kepada teknologi canggih sekarang. Di Facebook buat promosi pas tahun lalu. Kalau sekitaran sini pasti langsung datang. Katanya, ‘oh saya tahunya dari FB’. Makanya saya bersyukur sekali sudah pakai Facebook. Karena ‘kan orang tidak tahu di sini ada pengrajin” (Hermina, pengusaha tenun kelas menengah bawah).

Adaptasi teknologi juga dilakukan oleh pengusaha tenun di Kampung Raja Prailiu akibat matinya wisata. Sejak tidak ada pengunjung, para pengusaha di Kampung Raja Prailiu beralih menggunakan Facebook dan IG live. Mereka menerapkan model penjualan yang saat ini sedang berkembang, yaitu dengan menawarkan barang secara *live*. Kedua media sosial ini menjadi aplikasi yang paling diandalkan karena memiliki layanan *live* maksimal 1 jam dan menyediakan ragam fitur untuk penjualan produk. Ini membantu para pengusaha tenun di Kampung Raja Prailiu untuk bertahan selama pandemi.

Upaya transformatif dengan adaptasi teknologi ini dilakukan oleh pelaku usaha perempuan secara mandiri dimana

keterampilan pemasaran dipelajari secara otodidak. Namun upaya adaptasi teknologi ini belum dilakukan oleh pelaku usaha kelompok rentan. Beberapa faktor yang menjadi kendala adalah usia lanjut yang menyulitkan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pengoperasian, serta kepemilikan alat pendukung. Ada narasi yang berbeda juga antara pelaku usaha perempuan dari kelompok umur dewasa dengan muda. Pada kelompok dewasa, adaptasi lebih lambat dilihat dari pola pemasaran dan pengemasannya. Sementara pada kelompok muda, inovasi pemasaran dilakukan dengan cepat, yang mampu disesuaikan dengan konteks kondisi pasar. Selain itu, perlu intervensi di tingkat daerah untuk memaksimalkan animo pasar digital tingkat lokal dengan pembangunan infrastruktur yang memadai.

Dukungan dan Kebutuhan Pemulihan Bagi UMKM Perempuan di Sumba Timur

1. Skema dukungan pemulihan UMKM di Sumba Timur

Dalam mendukung pemulihan ekonomi bagi UMKM pasca pandemi dan badai siklon, pemerintah Kabupaten Sumba Timur mendorong berbagai program yang mencakup jaring pengaman keluarga, akses pada pasar, bantuan akses permodalan, peningkatan kapasitas dan pengembangan bisnis. Program-program pemulihan tersebut melibatkan kerjasama lintas sektor, baik itu pada tingkat kedinasan di pemerintah daerah, maupun kerjasama antara pemerintah daerah dengan pusat dan sektor publik.

● Jaring Pengaman Keluarga

Dukungan jaring pengaman keluarga ini diberikan pada periode awal pandemi dan periode pemulihan pasca badai siklon. Skema jaring pengaman yang diberikan berupa bantuan langsung baik berupa uang dan sembako dari pemerintah pusat. Skema-skema yang telah ada sebelum pandemi juga masih diberikan seperti skema PKH yang menasar kelompok rentan. Pemerintah daerah sendiri mengalokasikan anggaran sebesar 7 miliar dalam dua tahun berturut-turut untuk menasar masyarakat yang tidak menerima skema bantuan pemerintah pusat dan desa. *“Dinas Sosial memberikan stimulus bantuan khusus. Substansinya*

sama, hanya nama-nama yang berbeda. Yang tidak menerima dari provinsi, tidak menerima BLT, dana desa. Setahun sekali saja. Penerima sekitar 4.000 lebih” (Yuwa, Dinas Sosial Kabupaten Sumba Timur).

- **Akses pasar**

Pemerintah juga berupaya mengembangkan pasar. Untuk meningkatkan akses pasar produk lokal, pemerintah daerah mengeluarkan Instruksi Bupati yang merupakan respon dari Instruksi Gubernur NTT tentang penggunaan produk lokal. Instruksi ini ditujukan bagi pemerintah daerah dan pengusaha sektor swasta seperti restoran dan perhotelan. Pemerintah juga mendorong perluasan pasar digital dengan pengembangan aplikasi pasar.id, kerjasama pemerintah daerah dengan Bank BRI. Pasar.id ini baru dikembangkan di pasar inpres di Kota Waingapu. Pasar.id merupakan aplikasi yang melayani jasa belanja secara digital yang menghubungkan antara konsumen dengan pedagang di pasar tradisional. Pengembangan pasar juga dilakukan dengan melibatkan pengrajin dalam berbagai kegiatan pameran serta mencoba mengintegrasikan UMKM dengan kepariwisataan, khususnya di daerah yang menjadi kawasan wisata dan beberapa titik yang menjadi pilot program pemerintah. Dukungan khusus pada pasar tenun yang merupakan produk unggulan Sumba Timur salah satunya adalah langkah legal pemerintah dalam tahap mengajukan hak paten motif tenun asli Sumba Timur pada Kemenkumham RI.

- **Akses permodalan**

Akses permodalan diberikan pada periode awal krisis pandemi berupa stimulus modal yang menjadi jaring pengaman untuk menjaga kelangsungan usaha. Sebanyak 2000 UMKM di Sumba Timur menerima dana sebesar 2.4 juta rupiah yang bersumber dari pemerintah pusat. Selain uang tunai, bantuan modal pada periode awal krisis yang banyak diberikan adalah bantuan bahan baku produksi. *“Bantuan masa*

COVID-19 dari kelurahan. Benang tekstil lima bantal. Waktu itu kan kita dapat per kelompok. Dalam satu kelompok ada empat, ada tiga bantal” (Kelompok Tenun Kalunga Luri). Bantuan benang juga diberikan oleh Dinas Pemberdayaan Perempuan bekerjasama dengan dinas lainnya.

Pada periode pemulihan ekonomi, kemudahan akses permodalan didorong melalui kerjasama antara pemerintah dengan perbankan. Bank BRI mendorong skema KUR yang bisa diakses oleh UMKM dengan basis kelompok. Bank NTT melalui program Kredit Merdeka menawarkan pinjaman modal tanpa bunga dengan periode pinjaman satu tahun sebagai stimulus untuk pengusaha baru di sektor pertanian. Program ini merupakan bagian dari pemulihan ekonomi pasca pandemi kerjasama lintas dinas yang berfokus pada agrowisata, upaya integrasi wisata dan sektor pertanian.

- **Peningkatan kapasitas dan pengembangan bisnis**

Pada aspek peningkatan kapasitas dan pengembangan bisnis, upaya yang dominan dilakukan adalah melalui pelatihan keterampilan pengembangan bisnis. Program pelatihan keterampilan dilakukan dengan skema kerjasama antara pemberi dana dengan penyelenggara. Program pelatihan banyak terhenti pada saat pandemi akibat *refocusing* anggaran. Program mulai kembali dilakukan pada periode pemulihan. Selain melalui pelatihan, peningkatan kapasitas dan pengembangan bisnis dilakukan melalui pendampingan. Dalam riset, narasi pendampingan yang muncul diberikan oleh CD Bethesda, SOPAN (Solidaritas Perempuan dan Anak Sumba) dan Kopesda melalui program Siap Siaga yang secara khusus menjadi program pemulihan ekonomi akibat pandemi dan badai siklon. Program Siap Siaga mendampingi empat desa wisata, *‘Kami konsorsium tiga lembaga. Fokus tujuan memulihkan kembali perekonomian pasca Seroja kemarin juga pasca COVID-19. Siap Siaga mulai memberi pelatihan. Di sini ada rencana pengolahan pangan lokal, pemanfaatan media sosial.*

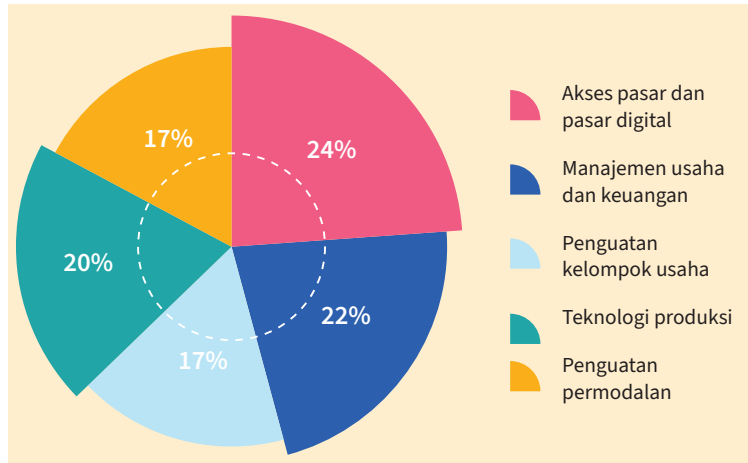
Masih banyak lagi. Bagaimana dilatih untuk menjadi desa yang tangguh, adaptif terhadap bencana, baik bencana alam maupun non alam” (Tantri, pendamping komunitas CD Bethesda).

2. Kebutuhan dukungan UMKM di Sumba Timur

Selain dukungan dan intervensi di atas, data riset menunjukkan lima prioritas kebutuhan penguatan UMKM perempuan. Data ini dihasilkan dari survei kecil yang dilakukan dalam workshop validasi data yang melibatkan informan kajian serta pemangku kepentingan seperti Pemerintah Daerah, Lembaga Keuangan, Pengusaha, Akademisi dan NGO. Prioritas kebutuhan penguatan UMKM paling tinggi adalah **akses pasar dan pasar digital** (24%). Ini menunjukkan bahwa masih ada banyak tantangan pada aspek tersebut. Jika melihat data dukungan di atas, terlihat bahwa program intervensi untuk akses pasar telah banyak dilakukan, namun masih dominan mendorong pasar tingkat lokal dengan skema pemasaran tradisional. Pola intervensi pasar yang sama juga diterapkan pada skema pemasaran yang diintegrasikan dengan pariwisata. Dalam narasi respon serta ketahanan, ditemukan bahwa upaya menjangkau pasar yang lebih luas dilakukan oleh beberapa informan dengan adaptasi teknologi secara terbatas karena literasi digital dan infrastruktur yang juga terbatas.

Tantangan kebutuhan di aspek pemasaran ini sejalan dengan temuan Linda, relawan PKK yang melakukan pendampingan usaha di masyarakat. *“Saya melihat di masyarakat, pelatihan-pelatihan yang sudah mereka ikuti itu banyak, tetapi hasil dari pelatihan atau pengelolaan tidak ada tempatnya. Ketika mereka selesai pelatihan, pemasarannya juga mereka agak mogok. Akhirnya tertumpuk lah. Ketika tertumpuk itu timbul kemalasan dari masyarakat sendiri.”* Temuan ini menunjukkan program intervensi peningkatan kapasitas pembuatan produk harus disertai dengan peningkatan kapasitas untuk pemasaran yang bisa mencakup keterampilan memetakan demografi konsumen serta sarana pemasaran yang sesuai dengan demografi tersebut.

Gambar 2.3: Survei Prioritas Kebutuhan Penguatan UMKM Perempuan



Prioritas kebutuhan kedua paling banyak adalah **manajemen usaha dan keuangan** (22%). Ini terkait erat dengan pengelolaan UMKM di Sumba Timur yang didominasi industri rumahan dan dipraktikkan secara subsisten tanpa menerapkan manajemen bisnis. Sehingga kesulitan menelusuri catatan usaha dari mulai modal hingga keuntungan dari usaha yang dijalankan. Prioritas ketiga paling tinggi adalah kebutuhan pada **teknologi produksi** (20%). Dalam konteks tenun misalnya, upaya mendorong perluasan pasar belum dibarengi dengan pengembangan teknologi produksi yang memungkinkan proses produksi dilakukan lebih cepat. Seperti kebutuhan pada mesin penggiling akar mengkudu yang disampaikan oleh beberapa informan. Salah satunya disampaikan oleh Hermina, penenun dari kelompok Kameli Monung. *‘Saya tertarik dengan alat pencacah mengkudu. Kita butuh ini to the point saja. Alat giling mengkudu. Bisa yang mesin giling pakan ternak. Lebih cepat (menghancurkan akar). Lebih bagus?’* Proses menghancurkan akar mengkudu sebagai sumber utama penghasil warna merah tenun Sumba selama ini menggunakan alu dan lesung berbahan kayu dan salah satu proses yang memakan waktu lama dan energi yang banyak. Kebutuhan pada teknologi produksi juga menjadi salah satu kebutuhan di sektor usaha olahan pangan. Prioritas penguatan berikutnya yang paling dibutuhkan adalah **penguatan kelompok usaha dan penguatan permodalan** (17%).

BAB III
STUDI KASUS
KABUPATEN
MAMUJU

Siasat Perempuan Menghadapi Krisis Bertubi



“Investasi terbaik kita adalah pikiran yang positif”

Husnawaty, seorang caregiver penyandang disabilitas dan pemilik usaha industri rumah tangga dengan produk aneka olahan pangan berlabel “Usaha Bu Husna” serta fokus menjadikannya produk unggulan daerah berMerk, berHAKI, dan berSNI. Usahanya dimulai pada 2015 di Kabupaten Mamuju. Rumah produksinya juga menjadi sarana pelatihan calon wirausaha yang bertujuan mendorong perempuan terampil untuk bekerja dan berpenghasilan.

Konteks Wilayah

Mamuju adalah simpul penting dari Provinsi Sulawesi Barat yang dimekarkan sebagai provinsi baru pada tahun 2004. Sebagai ibukota provinsi, Mamuju menjadi tak hanya pusat pemerintahan, namun juga pusat ekonomi di provinsi ini. Pada tahun 2021 penduduk Kabupaten Mamuju tercatat sebanyak 281.854 jiwa dengan perbandingan laki-laki 144.609 dan perempuan sebanyak 137.245 jiwa. Merujuk pada data pemerintah kabupaten Mamuju¹⁸, persentase penduduk miskin adalah sebanyak 7,46% (2021) dan 6,92% (2020). Sementara Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) sebesar 70,24%, dan tingkat Pengangguran Terbuka sebanyak 3,79% (2021).

Selain pandemi, Mamuju juga dihadapkan dengan guncangan besar setelah terjadi gempa berkekuatan 6,2 Skala Richter pada 15 Januari 2021. Gempa ini menelan korban jiwa sebanyak 106 orang, sementara sebanyak 278 lainnya mengalami luka berat. Gempa juga membuat sebanyak 3.341 rumah rusak berat dan 5.384 rusak sedang. Kerusakan akibat gempa di berbagai sektor diperkirakan mencapai 866,928 miliar Rupiah.¹⁹

Profil UMKM

Pertumbuhan ekonomi di Mamuju mengalami kontraksi karena pandemi dan kemudian gempa. Namun bila merunut kepada data Pemerintah Kabupaten Mamuju, penurunan pertumbuhan ekonomi pada tahun 2020 di Mamuju (-2,08%) masih lebih rendah daripada penurunan pertumbuhan ekonomi di Sulawesi Barat (22,42%) dan juga nasional (-5,32%). Ini merupakan capaian yang menarik, mempertimbangkan bahwa Mamuju juga dihadapkan dengan dampak dari gempa bumi pada 15 Januari 2021.

Menurut data pemerintah Kabupaten Mamuju, pada tahun 2020 terdapat 13.299 UMKM. Kebanyakan UMKM berada di sektor perdagangan, jasa boga dan makanan (termasuk catering) serta sektor pertanian. Data BPS Sulawesi Barat (2022) juga menunjukkan terdapat peningkatan jumlah UMKM pada tahun 2020 yaitu sebanyak 5.572 menjadi 5.898 pada

¹⁸ Khatmah Ahmad (2022), Kolaborasi Pemberdayaan Perempuan Pasca Bencana. Presentasi pada workshop validasi hasil kajian, Mamuju 29 Nov 2022

¹⁹ Khatmah Ahmad (2022), Kolaborasi Pemberdayaan Perempuan Pasca Bencana. Presentasi pada workshop validasi hasil kajian, Mamuju 29 Nov 2022

tahun 2021. Kondisi yang sama juga disampaikan oleh Dinas KUKM Kabupaten Mamuju bahwa jumlah UMKM meningkat tajam ketika pandemi. Data UMKM menurut Dinas KUKM Kabupaten Mamuju tergambar dalam tabel berikut.

Gambar 3.1: Data UMKM di Kabupaten Mamuju

Tahun	Jumlah UMKM	Usaha Mikro	Usaha Kecil	Usaha Menengah
2019	11.631	7.368	3.369	694
2021	14.545	10.454	3.598	903

Sumber: Dinas KUKM Kabupaten Mamuju

Pada tahun 2022 terjadi perubahan kategori usaha dimana kategori mikro mencakup usaha dengan omset dibawah Rp 2 Miliar, dari kriteria sebelumnya dimana usaha mikro mencakup usaha yang omsetnya dibawah Rp 50 juta. Hal ini menyusul dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, khususnya pasal 35-36. Perubahan kategori ini menjadikan usaha ultra mikro digabungkan dengan usaha mikro. Menurut Dinas KUKM Kabupaten Mamuju, penggabungan usaha ultra mikro ke dalam usaha mikro karena perubahan kriteria ini cenderung menyembunyikan kondisi dan kebutuhan riil dari usaha ultra mikro yang sebetulnya berbeda dengan usaha mikro. Menurut informan di dinas KUKM Mamuju, data UMKM terpilah gender tidak tersedia, namun diperkirakan sebanyak 70% pelaku usaha kecil-menengah adalah perempuan.

Menurut data Sensus Ekonomi 2016, mayoritas UMKM (54,5%) beroperasi secara informal dan bergerak di sektor perdagangan (besar dan kecil) serta industri pengolahan berteknologi rendah.²⁰ Dalam situasi krisis, peningkatan jumlah pelaku UMKM seperti data Pemkab Mamuju di tabel 3.1 atas, bisa terjadi karena sektor ini relatif mudah diakses. Sebagai contoh, ketika terjadi PHK di sektor formal, ia akan beralih ke UMKM. Walau jumlah pelaku UMKM bisa bertambah, studi yang lain menunjukkan kerentanan khas sektor UMKM

²⁰ <https://se2016.bps.go.id/umkumb/>

ketika menghadapi krisis, dan terlebih lagi adalah UMKM informal yang ketika krisis bisa dihadapkan dengan tekanan yang bertubi. Studi ADB (2020) yang juga mencakup Indonesia menunjukkan bahwa penjualan dan pendapatan UMKM turun tajam setelah pandemi, sehingga banyak diantara UMKM yang menghentikan karyawan dan menghadapi kekurangan modal kerja untuk melanjutkan usaha.²¹ Hal ini juga dikonfirmasi oleh pemerintah Kabupaten Mamuju yang menyebutkan bahwa pandemi dan bencana gempa membawa dampak yang serius bagi UMKM. Dalam database pemerintah, sebanyak 1.012 UMKM merasakan dampak dari COVID-19; sementara sebanyak 3.490 UMKM lainnya terdampak gempa. Perlu dicatat bahwa data yang disajikan ini belum terpilah berdasarkan jenis kelamin.

Dampak Sosial-Ekonomi Pandemi bagi UMKM Perempuan

Pandemi membawa dampak bagi berbagai bidang pembangunan, termasuk implikasinya pada pertumbuhan ekonomi. Narasi dari dampak pandemi sekaligus bencana gempa terhadap UMKM perempuan tergambar dalam bagian berikut ini.

1. Disrupsi terhadap rantai pasok dan rantai nilai

Gambaran rantai nilai produk yang menjadi komoditas UMKM di Kabupaten Mamuju sebetulnya relatif sederhana, karena lebih banyak terkonsentrasi di pasar lokal. Banyak usaha makanan olahan rumahan yang bertumpu pada bahan baku dan produksi skala mikro mendayagunakan sumber daya (seperti modal dan alat produksi yang terbatas) dan dipasarkan di pasar lokal. Sebagian usaha telah mengalami perkembangan, seperti membangun kemitraan dengan pihak lain, mengakses sumber pendanaan lain misalnya perbankan, dan mendapatkan program peningkatan kapasitas, dan terhubung dengan pasar yang lebih luas, antara lain melalui pasar *online* dan terkait dengan aktor pasar yang lebih luas (seperti pengepul dan pedagang besar). Bisnis di sektor ini dalam skala terbatas juga terkait dengan kebijakan pemerintah, seperti perizinan dan sertifikasi (misalnya sertifikat halal). Secara sederhana, skema ini bisa dilihat dalam model rantai nilai produk makanan berikut ini.

²¹ ADB (2020). Asia Small and Medium-Sized Enterprise Monitor 2020: Volume II—COVID-19 Impact on Micro, Small and Medium-Sized Enterprises in Developing Asia, <http://dx.doi.org/10.22617/TCS200311-2>

Gambar 3.2: Rantai Pasok Makanan Olahan di Kabupaten Mamuju



Sumber BPS-Kab Toba Dalam Angka 2022

Namun ketika pandemi dan bencana gempa terjadi, muncul banyak gangguan terhadap rantai nilai produk yang ada. Beberapa gangguan tersebut diantaranya: *pertama*, gangguan mobilitas yang berimplikasi pada daya beli masyarakat dan permintaan terhadap produk makanan olahan. *Kedua*, gangguan terhadap saluran dan distribusi logistik yang membuat alur rantai pasok menjadi tidak lancar, meningkatkan biaya produksi dan menurunkan permintaan dan penjualan. Usaha UMKM banyak bertumpu pada bahan baku yang didatangkan dari daerah lain, seperti tepung dan gula, dan ketika akan dipasarkan ke luar daerah juga bertumpu pada kelancaran jalur distribusi.

Problem-problem di atas membawa dampak yang nyata bagi banyak bisnis milik perempuan. Penurunan mobilitas pada beberapa usaha yang terkait dengan pariwisata, seperti toko oleh-oleh, menjadikan permintaan mengalami penurunan yang sangat tajam. Mirda, pemilik toko kerajinan dan oleh-oleh Mamuju, menyebutkan dampaknya pada penurunan omset. *“Bencana sangat berpengaruh, terlebih pandemi, karena tidak ada mobilitas. Padahal customer saya kan yang mau beli sebagai oleh-oleh. Omset turun hingga tinggal separoh, dan*

bahkan hingga 80% pada awal pandemi. Pokoknya kayak tidak ada simpanan. Banyak barang beberapa yang sampai rusak-rusak kayak makanan. Teman-teman UKM juga menghubungi, bagaimana ini karena nggak pesan lagi. Bagaimana caranya kalau nggak laku juga ‘kan?’

2. Kehilangan sumber penghidupan dan penurunan penghasilan

Sebagian usaha milik perempuan merupakan usaha subsisten yang juga rentan ketika menghadapi gejolak. Ketika gejolak terjadi bertubi, pandemi dan kemudian bencana gempa, sebagian perempuan bahkan kehilangan sumber penghidupannya. Hal ini dialami oleh Fatahu, perempuan warga Desa Taan, yang tidak lagi bisa berjualan makanan setelah gempa. *“Ya, sebelum gempa menjual di pasar. Menjual makanan. Seperti nasi, gado-gado, teh panas. Setelah gempa ya kegiatan ini. Selain posyandu, menjadi kader KB, sekarang ya PKD. Belum berjualan lagi.”*

UMKM, walaupun dengan skala yang terbatas, juga telah menjadi penyangga penting ekonomi karena menyediakan lapangan kerja. Namun ketika terjadi pandemi bersamaan dengan gempa banyak diantara UMKM yang terpaksa mengurangi jumlah pegawai, yang berarti kehilangan sumber penghidupan bagi pegawai yang terdampak. Hal ini bisa dilihat dari pengalaman Hartati di usaha amplang. *“Selama pandemi tidak ada permintaan pada amplang, bahkan yang melalui penjualan online. Omset turun sekitar 90%. Pegawai dari 10 menjadi 3. Mana peralatan banyak yang rusak karena gempa.”*

Pukulan bagi UMKM perempuan di Mamuju, terasa lebih berat karena datang bertubi-tubi akibat pandemi dan kemudian bencana gempa. Daya beli yang sudah menurun karena pandemi terasa menjadi lebih berat dengan dampak bencana yang menghancurkan, tak hanya rumah, namun juga peralatan produksi. Pukulan bertubi-tubi ini membawa implikasi juga pada tingkat makro seperti pertumbuhan ekonomi, inflasi dan kemiskinan. Hal ini dikonfirmasi oleh narasumber dari pemerintah daerah. *“Pandemi dan kemudian bencana gempa itu seperti pukulan bertubi-tubi bagi Mamuju.*

Inflasi tinggi, kerusakan rumah dan infrastruktur serta alat produksi. Belum lagi, data UMKM juga berbeda-beda, dan ada tantangan koordinasi program dari pusat sampai daerah” (Khatmah Ahmad, Asisten 2 Pemkab Mamuju).

3. Kerusakan alat produksi

Sebagian besar UMKM adalah usaha berskala dan berbasis rumah. Rumah tempat tinggal adalah juga rumah produksi. Proses produksi untuk usaha seringkali juga tidak terpisahkan dengan rumah tinggal dengan segala aktivitasnya, seperti memasak dan yang lainnya.

Ketika gempa terjadi, muncul persoalan karena kerusakan yang masif pada bangunan, baik rumah tinggal maupun infrastruktur publik, juga mengakibatkan kerusakan alat produksi bagi sebagian besar UMKM. Hal ini misalnya dituturkan oleh salah satu informan berikut ini. *“Gempa membuat rumah hancur, dan bahkan hampir rata dengan tanah. Gempa tak hanya merobohkan rumahnya, namun juga menghancurkan peralatan produksi” (Hartati, wirausaha perempuan menengah ke bawah).*

Persoalan kerusakan alat produksi karena bencana juga dialami oleh kelompok abon ikan di Desa Taan; terlebih karena pada pertengahan 2020 desa ini juga diterjang banjir bandang. *“(Alat-alat seperti pengering itu) rusak terkena banjir. Bulan keenam terjadi banjir bandang. Jadi alat terendam. Kampung dan jalanan terendam air semua. Sesudah banjir, gempa lagi. Sehingga alat produksi rusak.”*

Kerusakan alat produksi ini menjadi problem yang khas dihadapi UMKM di daerah bencana, yang mungkin berbeda dengan persoalan di daerah non bencana. Konstruksi bangunan karena belum mempertimbangkan aspek kelentingan terhadap bencana menyebabkan gangguan pada kelancaran usaha.

4. Beban ganda perempuan

Karena norma gender, peran pengasuhan dan perawatan dilekatkan sebagai peran dan tanggung jawab perempuan.

Ini mencakup aktivitas seperti memasak, mengasuh anak, membersihkan rumah dan juga mencuci baju dan piring. Di Desa Ahu, perempuan dewasa peserta FGD mengatakan bahwa perempuan bangun lebih pagi daripada laki-laki, karena harus memasak atau memandikan anak dan sambil mencuci piring. Laki-laki tidak terbiasa memasak dan hanya akan melakukannya kalau istrinya sakit.

Tak hanya pekerjaan domestik, perempuan juga melakukan aktivitas produktif. Seorang peserta FGD di Desa Ahu menyebutkan “*Membuat jalangkote akan dilakukan setiap pagi. Biasanya akan mulai jam setengah 5*”. Bila jam setengah 5 sudah memasak jalangkote, maka perempuan akan bangun sebelum itu. Sementara laki-laki di desa yang sama, biasanya baru akan bangun jam 5 pagi. Sebagian laki-laki membantu pekerjaan pengasuhan dan perawatan seperti menyapu atau mengantar anak ke sekolah.

Dalam situasi pandemi dan bersama dengan bencana, aktivitas pengasuhan dan perawatan menjadi lebih banyak dan lebih menyita waktu. Ketika masa belajar dari rumah, aktivitas perempuan bertambah dengan menemani anak belajar di rumah. Sementara karena bencana gempa, kerusakan sebagian infrastruktur dan rusaknya perlengkapan rumah bisa memperberat pekerjaan dan meningkatkan curah waktu kerja perempuan.

Keterbatasan waktu perempuan dan tersitanya waktu untuk kegiatan pengasuhan, perawatan dan kegiatan sosial juga disampaikan oleh kelompok abon ikan di Desa Taan. “*Kesibukan keluarga itu yang utama. Itu sudah rutin. Terus ada acara adat di desa, dan kedukaan berturut-turut (sehingga perempuan kehabisan waktu)*.” Peserta FGD yang lain menuturkan bahwa pada masa kedukaan, perempuan akan menghabiskan waktu bahkan hingga 40 hari untuk keluarga terdekat yang sedang ditimpa musibah, dan akan dianggap *pamali* (menyalahi adat) bila mereka tidak memenuhi norma ini. Tercurahnya waktu perempuan untuk aktivitas reproduktif dan sosial membuat terbatasnya waktu yang tersedia untuk melakukan kerja produktif terkait dengan pengembangan usaha.

Perempuan banyak melakukan aktivitas yang berbeda, produktif dan reproduktif serta aktivitas sosial. Beban ganda

ini menjadi praktik yang lazim dan dianggap sebagai hal yang normal untuk memenuhi peran gender yaitu menjadi ibu yang baik. Ironisnya, walaupun perempuan melakukan kerja pengasuhan dan perawatan dan juga aktivitas produktif, kontribusi ini sering tidak terlihat dan tidak dihargai. Perempuan tidak bekerja atau menjadi ibu rumah tangga adalah label yang menjelaskan ketidakhadiran kontribusi perempuan ini.

5. Perkawinan anak

Perkawinan anak merupakan salah satu persoalan serius yang dihadapi di Mamuju, sebagaimana juga di daerah lain di Sulawesi Barat. Dalam budaya setempat, perkawinan anak perempuan yang sudah menstruasi dianggap sebagai hal yang lazim. Data sebelum pandemi menunjukkan angka perkawinan anak di Sulawesi Barat sebesar 17,12%, yang menempatkannya sebagai provinsi ketiga dengan angka perkawinan anak tertinggi.

Sayangnya, data kasus perkawinan anak di Kabupaten Mamuju tidak tersedia. Meski demikian, FGD dengan anak dan remaja di Desa Ahu menunjukkan bahwa isu perkawinan anak merupakan persoalan harian yang dihadapi di desa tersebut. Hal ini dikonfirmasi oleh semua anak peserta FGD yang mengatakan bahwa mereka pernah mendengar atau mengetahui kasus perkawinan anak di lingkungan terdekat dalam 1 tahun terakhir. Dalam setahun terakhir terdapat 10 kasus perkawinan anak di desa ini. Pandemi dan bencana membuat risiko perkawinan anak meningkat, karena dianggap sebagai jalan keluar dari beban ekonomi. Remaja peserta FGD menyampaikan bahwa banyak orang tua yang ingin segera menikahkan anaknya, terutama karena hal ini dianggap sebagai solusi atas persoalan kemiskinan, dan kekhawatiran terjadi zina; sementara edukasi terkait dengan kesehatan reproduksi remaja dan dampak perkawinan anak sangat terbatas.

Persoalan perkawinan anak juga dikonfirmasi oleh perempuan dewasa peserta FGD di desa yang sama, dimana faktor-faktor pendorong risiko perkawinan adalah faktor ekonomi, 'kecelakaan' (kehamilan tidak dikehendaki) dan budaya

Respon dan Narasi Bertahan UMKM Perempuan

menjodohkan anak. Pandemi dan bencana membuat faktor pertama menjadi lebih terasa dan menjadikan perkawinan anak dianggap sebagai solusi.

Walaupun menemui berbagai hambatan dan tekanan bertubi-tubi, seperti juga dalam banyak situasi krisis, sektor UMKM merupakan sektor yang tidak mudah patah. Terlatih melalui berbagai guncangan, menjadi salah satu karakter yang melingkupi keseharian pelaku di sektor ini, termasuk UMKM perempuan. Narasi-narasi berikut menggambarkan bagaimana perempuan di sektor UMKM di Kabupaten Mamuju membangun upaya dalam merespon dan bertahan terhadap gejolak pandemi yang diikuti dengan bencana gempa bumi.

1. Pulih dan Bertumbuh Bersama

Mastura, seorang perempuan disabilitas yang bekerja sebagai pedagang sayur eceran. Sebelumnya, ia berjualan di gang dan kini sudah membuka kios kecil sayuran di tepi jalan besar dengan ukuran sekitar 2x3 meter. Kios ini bisa dibukanya, antara lain dengan dukungan bantuan permodalan untuk pemulihan ekonomi yang didapatkannya.

Mastura mengalami kecelakaan kerja ketika ia bekerja sebagai buruh migran tanpa dokumen di Serawak, Malaysia. Karena posisinya tersebut, ia tidak mendapatkan asuransi, dan hanya mendapatkan uang untuk berobat dan biaya untuk pulang ke tanah air. Mastura adalah seorang perempuan kepala keluarga dan menghidupi kedua anaknya.

Saat ini Mastura bergabung menjadi anggota Gema Difabel Mamuju, sebuah organisasi penyandang disabilitas yang baru berdiri beberapa tahun terakhir. Melalui keanggotaan ini, ia juga mendapatkan bantuan dari program bantuan pemulihan yang dikoordinasikan oleh Gema Difabel Mamuju. Program yang sama juga diterima oleh 67 wirausaha/calon wirausaha disabilitas. Besaran dana yang didapatkan adalah sebanyak Rp 2,5 juta yang dicairkan dalam 2 tahapan. Selain bantuan dana, ia juga mendapatkan pendampingan untuk pengembangan usaha, termasuk untuk pencatatan keuangan usaha. Sebagaimana penerima bantuan yang lain,

bila bisa menunjukkan catatan keuangan usaha harian dari pencairan bantuan tahap pertama, maka bantuan tahap kedua akan dicairkan.

Bagi Mastura, menjadi anggota DPO seperti Gema Alam, dan menjadi penerima bantuan modal usaha pemulihan ekonomi, tak hanya membawa manfaat untuk pendapatan. Namun, hal ini juga meningkatkan rasa percaya dirinya sebagai seorang perempuan dengan disabilitas.

2. Ikuti pasar!

Pada produk-produk yang memiliki muatan budaya dan sarat dengan pakem, mencari inovasi untuk tetap bisa relevan dengan zaman merupakan salah satu kunci UMKM untuk tetap bisa bertahan. Ini misalnya dialami oleh UKM yang memproduksi tenun Kalumpang yang merupakan tenun khas Sulawesi Barat. Tenun Kalumpang atau yang juga dikenal sebagai tenun Sekomandi, merupakan warisan leluhur masyarakat Kalumpang-Mamuju yang bahkan dipercaya menjadi salah satu tenun tertua di dunia karena sudah hampir berusia 5 abad. Sekomandi berasal dari kata seko (persaudaraan) dan mandi (kuat atau erat).²²

Awalnya tenun diproduksi terutama untuk kepentingan ritual adat dan menjaga warisan budaya. Hal ini dideskripsikan oleh Ranti, seorang pelaku usaha tenun khas Mamuju : *“Kayak ini (menunjuk kain tenun), dia ini panjang sekali. Untuk pesta untuk orang mati, tapi tidak sembarang dipasangkan ini. Kalau dipasangkan ini orang kalau meninggal atau menikah, di rumahnya harus dipotongkan yang bertanduk. ...Kalau orang-orang penting yang meninggal ya ambil satu helai untuk menutupi petinya. Dikuburkan sama petinya. Itu kehormatan.”*

Namun karena sekarang menyasar pasar yang lebih luas, Ranti juga memproduksi tenun sesuai selera pasar. Ia mengatakan, rata-rata tenun dibikin baju seperti untuk ornamen di blazer, atau dipakai sebagai selendang. Juga untuk kebutuhan seragam, seperti seragam pegawai bank ataupun pengurus partai politik. *“Tidak usah lebar sekali, tapi dia bilang cukup*

²² Kompas Online (2022). Mengenal Tenun Sekomandi Sulbar yang Berusia Lebih dari 400 Tahun 15 Juli .

Link: <https://bit.ly/3Kz8UIC>

untuk baju. Yang penting ada motifnya. Karena sekarang orang juga modifikasi, biasa hendak campur. Ada Mandar, Mamasa, yang penting ada dia tempel.” Ranti juga melakukan pengembangan produk dengan membuat peralatan rumah tangga seperti tempat tissue atau kap lampu dari kain tenun Kalumpang. Walaupun masih tahapan uji coba, namun hal ini dirasa penting karena banyak pertanyaan tentang bagaimana memanfaatkan kain tenun tersebut.

Selain kemampuan inovasi untuk bisa menyesuaikan dengan selera pasar, hal ini juga menunjukkan keterampilan UMKM untuk menjaga relasi dengan berbagai pihak yang berpotensi menjadi pelanggan, seperti perbankan, asosiasi profesi maupun partai politik. Keikutsertaan dalam kegiatan pameran yang digelar oleh pemerintah daerah juga dilakukan supaya tetap dikenal sebagai tenun Kalumpang khas Sulawesi Barat.

3. Bertahan sambil berbagi

Perempuan mendukung perempuan. Lebih khusus lagi, UKM perempuan mendukung UKM perempuan. Inilah yang dilakukan, antara lain oleh Hartati, seorang perempuan alumnus pelatihan teknologi tepat guna dari sebuah program pemerintah. Ia kemudian mengembangkan usaha yang berfokus pada produk amplang berbahan dasar ikan bandeng. Nama perusahaan miliknya adalah UMKM Ahar Sentosa yang sudah berdiri sejak tahun 2011. Sebelum pandemi, usaha ini mempekerjakan 10 karyawan yang semuanya perempuan. Bagi Hartati bisnis ini juga memiliki misi pemberdayaan. *“Saya ini bikin usaha begini juga untuk memberdayakan ibu-ibu yang tidak punya pekerjaan. Sementara kondisi keluarganya kekurangan.”*

Usaha ini telah mengalami pasang surut, ketika melalui berbagai dinamika. Namun pandemi merupakan salah satu krisis terpanjang yang sangat mempengaruhi bisnis amplangnya. Hartati menyebut, omsetnya turun hingga 90% ketika awal pandemi. Walau demikian, ia memutuskan tetap memproduksi demi menjaga komunikasi dengan pelanggan dan produknya tidak dilupakan. Selain itu, pandemi juga

mengajarkan pentingnya inovasi produk. Hartati melakukan diversifikasi produk dan mengembangkan produk yang lebih diterima pasar, seperti jahe instan, abon ikan, serta keripik kelor. Untuk mempertahankan usahanya, ia juga mulai memasarkan produknya melalui berbagai platform media sosial seperti Facebook dan Whatsapp.

Namun, pandemi tetap membuatnya melakukan berbagai langkah efisiensi. Walaupun berat, ia terpaksa harus memberhentikan beberapa pegawai untuk mengurangi biaya operasional. Sebagai gantinya, ia membuka program kerjasama magang bagi siswa SMK melalui program PKL. Saat ini telah terbangun kerja sama dengan 6 SMK yang masih terus berjalan. Tak hanya membantunya menyalakan persoalan biaya, kerjasama ini juga merupakan salah satu kontribusinya bagi dunia pendidikan dan sekaligus menyiapkan anak muda sebelum memasuki dunia kerja.

Hartati juga merupakan contoh UMKM yang sudah memasuki bisnis digital. Selain sudah memanfaatkan beberapa *marketplace* (Blibli dan Shopee), sejak pandemi ia juga melayani pembelian secara *cashless* dengan QRIS dan juga *e-wallet* seperti Gopay. Saat ini, omset dari usahanya telah membaik. Hartati menuturkan:

“(Omset per bulan sebelum pandemi) sekitar 10-12 juta per bulan. (Ketika pandemi) paling tinggi 2 juta. Itu pun kayak dipaksakan. Kadang malah tidak ada sejuta. Mulai merangkak sedikit sejak akhir tahun 2021 dan sekarang sudah 11-12 juta/bulan.”

Hartati merasa bahwa menjaga kualitas dan selalu melakukan inovasi untuk pengembangan produk merupakan kebutuhan yang tidak bisa dikesampingkan. Di luar itu, Hartati juga memberikan dukungan pendampingan bagi perempuan pelaku UMKM lainnya. Ia menjadi mentor bagi banyak perempuan calon wirausaha, berangkat dari pengalaman riil di lapangan. *“Ilmu itu, biarpun dibagi tidak akan berkurang. Justru sering muncul ide-ide baru kalau mau berbagi.”*

Meski demikian, selain tantangan terkait bisnis (utamanya adalah pemasaran), Hartati merasakan bahwa perempuan yang memiliki usaha juga dihadapkan pada stigma terkait

gender, dimana perempuan dianggap sebagai pencari nafkah tambahan. Terlebih lagi, ketika ia mengawali bisnisnya, suaminya masih bekerja sebagai pegawai negeri. Ia menuturkan kondisi yang dihadapinya tersebut. *“Kan waktu itu bapak masih bekerja. Saya tawarkan ke kantor-kantor, itu dianggap kurang bersyukur. Istri pegawai apa masih kurang? Itu yang saya bilang tadi tebal muka. Dianggap ngoyo, Mbak.”*

4. Ya Wirausaha, Ya Caregiver

Wirausaha bagi banyak perempuan tak hanya menjadi sebuah entitas bisnis yang dijalankan dengan pendekatan dan kalkulasi ekonomi semata. Narasi ini terlihat dari pengalaman Husnawati, yang akrab dipanggil sebagai Husna, seorang perempuan wirausaha yang berfokus pada olahan makanan. Hal ini dilakukannya, ketika mengembangkan usaha produk olahan makanan, sambil mendampingi kelompok pengajian ibu-ibu di lingkungannya. Salah satu produk hasil olahan dari rumah produksi yang dikelolanya adalah ikan penja goreng. Dengan harga jual sebesar Rp 15.000, ikan penja yang menjadi jajanan khas dari Mamuju digemari banyak pelanggan. Menurut Mirda dari toko oleh-oleh dan souvenir Mamuju, ikan penja produk Husna disukai pelanggan karena rasanya yang enak dan konsisten.

Seperti juga banyak wirausaha perempuan, jatuh bangun merupakan persoalan harian yang dihadapi juga oleh Husna. Namun, Husna juga melihatnya sebagai sebuah kesempatan untuk merefleksikan perjalanan hidupnya. *“Orang katakan bahwa gempa itu membuat kita jatuh, saya tidak, malah saya harus bangkit. Sebetulnya di saat gempa itu rumah saya hancur Bu, rumah saya rata dengan tanah. Tapi saya katakan ini merupakan satu bencana yang kalau kita ambil hikmahnya, justru dari situ kita bisa mengambil kekuatan.”*

Husna menata ulang rumah dan bisnisnya dengan memanfaatkan sumber daya yang ada. Karena rumahnya roboh, ia kemudian mengontrak rumah untuk tempat tinggal. Ketika kemudian bantuan pasca gempa untuk pembangunan kembali rumah turun, dananya dipakai untuk membangun kembali rumahnya sebagai rumah produksi. Ketangguhan

dan kelentingannya sebagai perempuan wirausaha juga ditunjukkan, karena selain mengelola bisnis, Husna adalah juga seorang *caregiver* disabilitas. Ini terjadi setelah suaminya mengalami stroke yang berakibat pada gangguan mobilitas. Perubahan kondisi suaminya, yang tadinya bekerja sebagai nelayan, mengakibatkan saat ini, Husna menjadi tulang punggung keluarga dan sekaligus menjadi *caregiver* bagi suaminya.

5. Perempuan dan rantai pasok

Salah satu pionier toko oleh-oleh di Mamuju dikelola oleh seorang wirausaha muda bernama Mirdawati. Perempuan berusia 29 tahun ini adalah seorang sarjana lulusan ilmu manajemen dari sebuah universitas yang memutuskan menjadi wirausaha setelah ia menamatkan pendidikannya. Ilmu yang didapatkannya di bangku kuliah merupakan salah satu bekal penting, walau menurutnya, pijakan utama adalah justru pengalaman orang tuanya jatuh bangun dalam merintis toko ini. Walau sudah menjadi pengelola utama, Mirda masih sering berkonsultasi dengan kedua orang tua terkait pengelolaan usaha. Menurutnya, mereka tidak selalu sejalan, terlebih karena Mirda menyadari perubahan bisnis yang sangat cepat, sementara orang tuanya cenderung mengambil pendekatan yang konservatif.

Sebagai sebuah toko oleh-oleh, bisnis ini merupakan bagian kunci dalam rantai pasok berbagai produk olahan makanan dan juga fashion khas dari Mamuju. Berbagai olahan makanan berbahan dasar ikan, kue-kue khas Mamuju, kain tenun ataupun kerajinan lainnya, merupakan produk utama yang dijual di tokonya. Pandemi memang berdampak sangat serius bagi bisnis. Diakuiinya, pandemi menurunkan omset bahkan hingga 80%, karena pembatasan mobilitas membuat oleh-oleh yang menjadi bagian tak terpisahkan dari perjalanan menjadi kehilangan pasarnya untuk sementara waktu. Saat ini, walaupun bisnisnya belum kembali pulih, Mirda tetap berupaya membayar secara tunai, barang-barang yang dipasok oleh berbagai usaha rumahan yang mayoritas merupakan usaha perempuan.

6. Manfaatkan media sosial dan digital marketing

Cerita lain yang juga menarik bisa dilihat dari pengalaman Mirda adalah pemanfaatan berbagai *platform* bisnis digital. Ia menggunakan pembayaran *cashless* dengan QRIS, dan sudah mulai masuk ke *marketplace* seperti Shopee walau nilai omsetnya masih kecil. *“Mulai di penjualan online, terutama di WA dan e-commerce. Ada di Shopee, tapi ndak semua sih kita jual. Ada beberapa saja. Ya, lumayan sih, ada. Tapi masih yang utama di offline. Harganya sama (antara offline dan online), seperti abon ayam sama-sama Rp 28 ribu.”* Di tokonya, juga terpampang kode pembayaran dengan QRIS, walaupun menurut Mirda, masih lebih banyak yang menggunakan pembayaran tunai.

Dalam bentuk yang lain, pemanfaatan media sosial juga memungkinkan keterbatasan yang dihadapi oleh perempuan untuk bisa mencari terobosan. Contohnya adalah pengalaman Rosmini, perempuan dengan disabilitas daksa ringan yang memiliki usaha sampingan dengan berjualan kosmetik secara online. Selain bekerja sebagai staf keuangan, teknologi digital memungkinkannya menjadi *reseller* kosmetik dari sebuah brand internasional. Sebagai sebuah produk dengan harga yang lumayan, segmentasinya adalah kelas menengah atas di Mamuju yang ia pelihara dari jaringan pertemanan ketika kuliah. Walaupun omsetnya masih terbatas, namun Rosmini meyakini bahwa bisnis ini akan semakin berkembang di masa depan. Ia juga menyebutkan fleksibilitas yang memungkinkannya mengelola bisnis dan pekerjaan kantor sebagai salah satu alasan mengapa ia masih bertahan di bisnis ini. Pandemi, menurutnya, tidak banyak berpengaruh terutama karena segmentasi produknya yang menasar kelas menengah, dimana memenuhi standar sosial tentang kecantikan dianggap sebagai sebuah kebutuhan. *“(Pandemi terus bencana ini, daya beli untuk kosmetik turun enggak?) Kalau di aku malah semakin ini (meningkat), Mbak. Karena ‘kan pada rusak gara-gara tinggal di lapangan, pada perawatan, gitu (jadi butuh kosmetik).”*

Setelah Krisis Bertubi

Krisis yang panjang dan bertubi telah menjadikan banyak usaha terdampak secara serius, sebagaimana diuraikan pada bagian dampak sosial ekonomi pandemi dan bencana. Namun,

studi juga menemukan narasi-narasi yang menunjukkan ada usaha yang tidak hancur karena pandemi dan bencana. Beberapa kondisi berikut, menjadi faktor-faktor yang menjelaskan, bagaimana kondisi wirausaha perempuan, setelah krisis yang datang bertubi-tubi tersebut.

- **Ekonomi yang semakin pulih.** Beberapa perempuan wirausaha menyebutkan bahwa iklim usaha telah semakin baik, daya beli masyarakat telah kembali meningkat, dan hal ini berimplikasi positif bagi usaha mereka. Salah satunya bisa dilihat dari pengalaman ibu Hartati berikut ini. *“Sebelum pandemi, omset saya 10-12 juta per bulan. Ketika pandemi, paling tinggi 2 juta/bulan. Itupun kayak dipaksakan. Kadang malah tidak ada 1 juta. Kemudian mulai merangkak sedikit-sedikit, mulai akhir 2021. Waktu itu, omset mencapai 5-6 juta. Saat ini, omset sudah seperti semula, 11-12 juta/ bulan.”*
- **Adopsi teknologi digital.** Hal ini bisa dilihat antara lain dengan mulai memanfaatkan *platform* penjualan digital dan pembayaran *cashless*. Adopsi teknologi digital ini, terutama dilakukan oleh pelaku usaha muda yang berada di rantai nilai dan berbasis di kota. Walau demikian, kemampuan untuk bisa mengadopsi teknologi digital sangatlah bervariasi, karena pada perempuan wirausaha yang berbasis di desa ataupun yang sudah relatif berusia agak lanjut atau dengan pendidikan terbatas, tidaklah mudah untuk belajar dan menerapkan pemakaian teknologi digital dalam praktik bisnisnya.
- **Jejaring sosial sekaligus bisnis.** Pengalaman melalui saat berat sebagai wirausaha juga membangun solidaritas bagi sesama wirausaha yang lain, termasuk perempuan wirausaha. Di Mamuju ditemukan beberapa *champion* perempuan yang mengambil bagian sebagai mentor bagi perempuan pelaku usaha lainnya, seperti yang dilakukan oleh Hartati dan Husna. Demikian juga dengan pengalaman GEMA, yang menggunakan program pemulihan ekonomi untuk mengorganisir para disabilitas, membangun kepercayaan diri, dan saling mendukung bagi sesama disabilitas.

Dukungan dan Kebutuhan Pemulihan UMKM Perempuan

Dalam mendorong pemulihan UMKM karena gempa, pemerintah Kabupaten Mamuju mengeluarkan SK Bupati No. 188.45/94/KPTS/III/2021 tentang Satgas Pemulihan dan Rehabilitasi/Rekonstruksi Pasca Gempa Bumi di Kabupaten Mamuju. Kebijakan ini mewadahi tak hanya upaya pemerintah, namun juga inisiatif kolaboratif dengan organisasi masyarakat sipil (dalam data pemerintah Kabupaten Mamuju tercatat sebanyak 79 NGO) yang diwadahi melalui 7 Pokja. Salah satu Pokja yang dibuat adalah Pokja Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Berbasis Gender serta Perlindungan Anak dan Psikososial. Total dana untuk pemulihan bencana adalah sebesar Rp 31.647.757.200,-.²³

Dalam mendukung pemulihan bagi UMKM, pemerintah Kabupaten Mamuju memberikan dukungan berupa kemudahan berusaha, perluasan akses pasar, akselerasi pembiayaan, peningkatan kapasitas SDM dan penguatan koordinasi lintas sektor.²⁴ Secara arah kebijakan, pemerintah Kabupaten Mamuju menempatkan penguatan reformasi birokrasi sebagai penopang utama pemulihan ekonomi dengan fokus pada prioritas pembangunan, diantaranya implementasi single data yang didukung oleh teknologi informasi terintegrasi, peningkatan kapasitas UMKM, dan pengembangan UMKM kreatif.

Dukungan pemerintah diberikan antara lain bagi UMKM pada bidang perdagangan, jasa boga, pertanian dan juga catering dalam bentuk seperti alat produksi, bahan habis pakai, dan juga rehabilitasi rumah produksi. Jumlah UMKM yang menerima bantuan gempa adalah sebanyak 200 UMKM, sementara untuk UMKM terdampak COVID-19 adalah sebanyak 1.201 UMKM (dengan dana bantuan sebesar Rp 600.000 selama 3 bulan. Selain itu, menurut Dinas KUKM, juga terdapat bantuan dari Kementerian KUKM sebesar Rp 2,4 juta yang diberikan bukan hanya melalui pemerintah daerah (melalui Dinas KUKM), namun juga melalui perbankan dan pegadaian. Skema ini masih diteruskan pada tahun 2021 dengan nilai bantuan sebesar Rp 1,2 juta, dan ketika wawancara dilakukan, belum ada kepastian untuk skema bantuan yang sama pada tahun 2022. Skema bantuan ini

²³ Khatmah Ahmad (2022). Kolaborasi Pemberdayaan Perempuan Pasca Bencana. Presentasi pada workshop validasi hasil kajian, Mamuju 29 Nov 2022.

²⁴ Ahmad (2022). op.cit

diperuntukkan bagi yang tidak menerima bantuan Rp 1,8 juta yang dicairkan dalam skema di atas, walau dalam praktiknya, ditengarai ada yang menerima keduanya. Selain persoalan moral hazard berupa ketidaktepatan penyaluran bantuan seperti ini, dalam monitoring bantuan juga ditemukan bahwa tidak semua pelaku UMKM menggunakan dana bantuan ini untuk modal usaha, karena sebagian juga dipergunakan untuk kebutuhan konsumsi harian terutama makanan.²⁵

Pemerintah Kabupaten Mamuju juga telah mengembangkan skema untuk mendukung “UMKM Go Digital” yang diperuntukkan bagi UMKM yang terdata di OSS. Proses ini melibatkan lintas stakeholder, seperti koordinasi di Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian, pendataan melalui Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Atap (DPMPSTP), survei kelayakan dan standar keamanan (terutama bagi UMKM di sektor pangan) oleh Dinas Kesehatan, Kementerian Agama untuk sertifikasi produk halal dan Diskominfo untuk menyiapkan platform digital bagi UMKM.

Walau berbagai terobosan sudah dilakukan oleh pemerintah, keterbatasan anggaran merupakan salah satu tantangan utama. Dalam kondisi pandemi dan juga bencana gempa, *refocusing* anggaran dilakukan secara masif, dan alokasi anggaran untuk kegiatan yang terkait dengan pemberdayaan ekonomi perempuan atau kelompok rentan merupakan salah satu kegiatan yang paling berdampak. *“Hampir 60 persen itu anggaran yang normal di 2019 tersedot untuk refocusing. Nah, (saat) ini karena sudah mulai ada pelanggaran sekitar 50 persen, maka kegiatan-kegiatan yang dulu-dulu sifatnya memihak ke pengembangan SDM perempuan, kelompok rentan itu, sudah mulai dibuka lagi untuk pemulihan ekonomi masyarakat”* (Dinas Sosial Provinsi Sulawesi Barat). Pelanggaran anggaran pada tahun 2022 memungkinkan berbagai bantuan termasuk untuk Kelompok Usaha Bersama yang dikhususkan bagi mereka yang terdata dalam DTKS.

Selain pemerintah, dukungan bagi wirausaha perempuan juga dilakukan oleh dunia usaha. Salah satunya adalah terkait dengan akses pada permodalan yang menjadi bidang usaha PT Permodalan (atau yang dikenal sebagai PM

²⁵ Wawancara dengan Dinas KUKM Kabupaten Mamuju, 12 September 2022

Mekar). Menurut Rusmin dari PM Mekar, awalnya mereka memiliki 8000an nasabah dan semuanya adalah nasabah perempuan. Jumlah nasabah terus berkembang, dan data terakhir menunjukkan angka sebanyak 15.710 nasabah, baik yang sudah atau sedang memulai usaha. Dalam rangka meminimalkan risiko, skema pinjaman diberikan melalui skema berkelompok, melalui skema tanggung-renteng. Selain menyediakan skema pinjaman dan tabungan, PM Mekar juga memberikan dukungan dengan memperkenalkan bisnis digital dan pencatatan keuangan usaha.²⁶

Tak kalah penting adalah upaya yang dilakukan oleh organisasi masyarakat sipil. Keterlibatan mereka dalam upaya pemulihan pasca bencana dan sekaligus pemulihan pandemi dilakukan melalui berbagai cara. Salah satu yang menarik adalah program pemulihan ekonomi yang dilakukan oleh Gema Difabel yang diperuntukkan bagi orang dengan disabilitas, baik yang sudah memiliki ataupun baru memulai usaha sendiri. Dengan anggota terdata sekitar 200an, Gema Difabel digerakkan oleh aktivis muda difabel yang memiliki program berupa bantuan permodalan bagi anggota yang memiliki usaha sendiri. *“(Kami ada program) pendampingan difabel yang kemarin kita latih untuk usaha. Ada 69 difabel beserta orang tua dan caregivernya. Itu yang sekarang masih kita dampingi. Monitoring dan hal-hal apa yang sekiranya bisa kita bantu lagi. Kemudian kami juga ada pendampingan di 3 desa. Ada kelompok difabelnya”* (Sahat, Ketua Gema Difabel Mamuju). Selain bantuan modal sebesar Rp 2,5 juta yang dicairkan dalam 2 tahap, mereka juga memberikan pendampingan terutama dalam manajemen keuangan. Dengan skema ini, bantuan tahap kedua akan dicairkan kalau penerima bisa menunjukkan penggunaan dana yang dibuktikan dengan catatan keuangan harian. Usaha yang digeluti oleh anggota penerima bantuan juga bermacam-macam. Mayoritas perempuan difabel penerima bantuan didominasi usaha makanan, penjual sayur, dan kemudian ada juga yang punya usaha kosmetik ataupun ternak.

Inisiatif lain bisa dilihat dari kegiatan pemulihan pasca bencana yang difasilitasi oleh Yasmib, sebuah organisasi non pemerintah, dengan pembentukan usaha minyak

²⁶ Workshop Validasi Mamuju, 29 November 2022

berkelompok yang diwadahi melalui Kelompok Kalupu Berkah di Desa Ahu, Kabupaten Mamuju. Kalupu sendiri, berarti kelapa. Kelompok terbentuk tahun 2021 (setelah gempa), dan dibentuk karena mempertimbangkan banyaknya pohon dan produksi kelapa di desa. Biasanya, kelapa akan dibuat kopra, dan warga sudah memiliki keterampilan membuat minyak kelapa. Proses pembuatan minyak kelapa dimulai dengan memarut kelapa, kemudian diambil santan dan didiamkan semalam, sebelum kemudian dimasak sekitar 2 jam dan menghasilkan minyak goreng. Selain menghasilkan minyak, proses produksi juga menghasilkan ampas dan tempurung kelapa yang kemudian bisa dijual kembali. Proses produksi dilakukan secara berkelompok, dan tersedia dukungan modal awal dan perlengkapan. Namun demikian, proses produksi terkendala karena pemasaran yang terbatas, daya beli masyarakat yang menurun, sementara di lain sisi, terjadi fluktuasi harga kelapa dan biaya produksi (khususnya memarut kelapa) yang mahal. Kondisi yang kurang lebih mirip juga ditemukan dalam program serupa di Desa Taan yang memproduksi abon ikan secara berkelompok. Tantangan utama adalah daya beli yang rendah, pasar yang terbatas, sementara biaya produksi (terutama ikan) yang mahal dan ketersediaan bahan baku ikan yang tergantung musim. Mereka juga masih kesulitan dalam menghitung biaya produksi, dan menentukan harga jual yang pas, memberi keuntungan namun bisa diterima pasar. Perempuan juga mengaku, mereka tidak bisa melanjutkan usaha karena kesibukan rumah tangga dan sosial seperti acara adat dan desa yang dilekatkan sebagai tanggung jawab perempuan.

Kelompok UMKM juga menghadapi kendala terkait syarat dan prosedur administratif untuk bisa mengakses berbagai program pemulihan ekonomi pemerintah. Kelompok abon ikan di Desa Taat menceritakan kendala ketika harus mendaftarkan pengurusan ijin usaha kelompok (PIRT) secara online. *“Belum mendaftar online. Itu kesulitan (mendaftar online melalui email). Di kelompok, hanya 2 orang yang pakai android, jadi harus ada yang mendampingi (karena yang lain tidak bisa memakai email). Ada email, gimana caranya? Tidak semua ibu-ibu tahu.”* Kondisi ini telah direspon oleh

Dinas UMKM, dimana mereka menyediakan pendamping untuk pengurusan pendataan OSS sehingga bisa memenuhi standar dan prosedur yang ada. Menurut Dinas KUKM Mamuju, terdapat 2 pendamping di Provinsi Sulawesi Barat untuk kebutuhan ini. Yang mungkin perlu dilihat kembali, seberapa 2 pendamping untuk skala provinsi ini memadai dan seberapa informasi tentang ketersediaan pendamping ini diketahui oleh pelaku UKM itu sendiri.

Isu ini penting menjadi perhatian berbagai pihak, karena krusialnya peran kecakapan digital bagi UKM. Komunikasi melalui email menjadi persyaratan penting bagi pelaku usaha kecil dan menengah dalam pengurusan PIRT, karena PIRT menjadi syarat bila akan masuk dalam skema kerjasama pemasaran dengan jejaring ritel yang difasilitasi pemerintah. Belum lagi syarat teknis, seperti rumah produksi yang terpisah dari tempat tinggal dalam pengurusan PIRT, juga menjadi kendala bagi banyak usaha berskala rumahan. Bagi UKM, rumah produksi dan rumah tempat tinggal seringkali menjadi satu, karena alasan baik kapasitas maupun fleksibilitas yang penting dalam mempertemukan kerja dan keluarga.

Hal lain yang juga menjadi tantangan adalah terkait kerjasama pemasaran dengan jejaring ritel/ supermarket besar. Kerjasama ini dirasakan membantu untuk meningkatkan akses pasar bagi UMKM. Namun problemnya adalah skema pembayaran yang tidak tunai; ini dirasakan memberatkan bagi pelaku UKM. Pembayaran berjangka setelah produk laku membuat UMKM harus menyiapkan setidaknya 3x modal kerja: untuk produksi, modal untuk stok, dan modal untuk barang yang dijual di supermarket besar tersebut. Dengan kondisi ini, tidak semua UKM bisa memenuhinya karena keterbatasan modal yang mereka miliki.

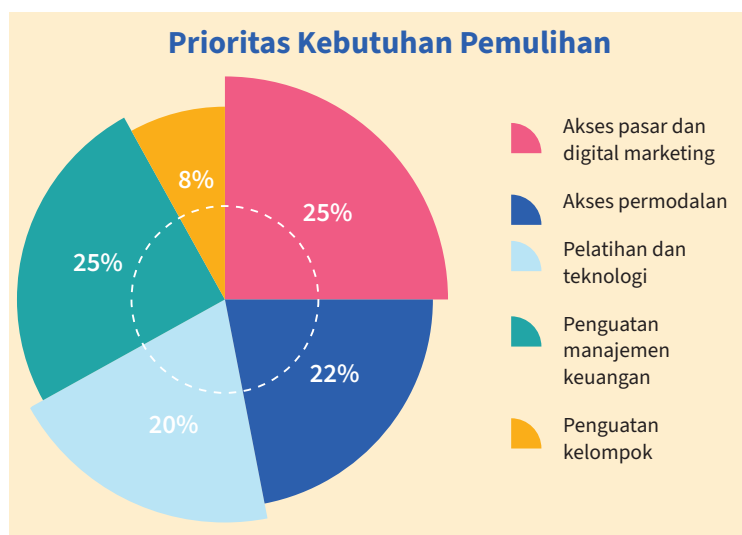
Kebutuhan akan pendampingan usaha juga banyak disampaikan, sebagai kebutuhan bagi UMKM perempuan. Sayangnya, kebanyakan program pemulihan dan pemberdayaan ekonomi perempuan tidak dilengkapi dengan kegiatan pendampingan bagi UMKM. Yang lebih sering terjadi adalah bantuan seperti permodalan ataupun peralatan saja, dan setelah itu, akan bergantung kepada penerima bantuan untuk bisa melanjutkan usahanya. Inovasi telah

mulai dikembangkan, dengan mengembangkan skema koordinasi yang diwadahi melalui silaturahmi komunitas UMKM yang dikemas sebagai sebuah forum informal untuk saling mendukung dan menguatkan pelaku UKM. Dalam forum bulanan ini, berbagai persoalan seperti perijinan atau konsultasi pengembangan usaha dan problem pemasaran menjadi topik yang mendominasi pertemuan komunitas. Walaupun merupakan forum informal, beberapa OPD dan lembaga (seperti Kanwil Kemenkumham, Dinas Kesehatan) juga menjadi bagian dan aktif terlibat dalam forum ini. Ketika wawancara dilakukan, forum sudah berjalan 2 bulan, dan beberapa pelaku UMKM termasuk UKM disabilitas, juga aktif terlibat dalam forum. Selain sebagai ruang belajar, berbagai akses pasar (misalnya untuk memenuhi order secara bersama) juga dilakukan secara informal di dalam forum ini.

Kendala lain dalam pengembangan usaha perempuan, sebagaimana juga terlihat dalam uraian dampak sosial ekonomi di atas, adalah terkait dengan norma gender yang kaku dan membatasi kesempatan bagi wirausaha perempuan untuk berkembang. Menurut salah satu NGO yang menjadi peserta workshop validasi di Mamuju, perempuan menghadapi berbagai lapis persoalan terkait norma gender yang membatasinya dalam mengembangkan kapasitasnya, termasuk dalam berbisnis. *“Apa yang ada di lapangan, tentunya yang menjadi persoalan adalah yang pertama adalah cara pandang yang menganggap bahwa perempuan itu bukan pencari nafkah utama. Jadi sangat sulit mengakses modal bagi perempuan itu satu poinnya. Kemudian yang kedua cara pandang yang kemudian yang juga mempengaruhi bagi mental, karena benar-benar sangat membebani perempuan. Dia harus mengurus usahanya, kemudian mungkin pada saat hamil, punya anak dan ini juga sebuah persoalan yang kemudian harus dicarikan solusi”* (Dian, Yayasan Kartini Manakarra). Ilustrasi atas kondisi ini juga diutarakan oleh informan wirausaha muda yang berstatus single, yang menyebutkan bahwa ia menghadapi tantangan sebagai wirausaha karena status dan identitasnya. Yang utama adalah dalam pengambilan keputusan dimana terkadang ia tidak cukup dipercaya untuk bisa mengambil

keputusan yang berkualitas. Ia juga menghadapi stigma sebagai perempuan muda, single dan memilih usaha walau ia cukup berpendidikan. Tak terhitung pertanyaan dari teman sebayanya yang keheranan karena ia tidak mendaftarkan diri ketika ada formasi pegawai negeri di daerahnya.

Dengan menimbang persoalan dan sekaligus juga upaya respon dan bertahan yang sudah dilakukan, kebutuhan untuk penguatan dan pemulihan usaha bagi UMKM perempuan dalam workshop validasi di Kabupaten Mamuju adalah sebagai berikut:



Tiga kebutuhan prioritas pemulihan menurut peserta workshop validasi dan penjelasannya adalah sebagai berikut:

Akses pasar dan digital marketing (25%). Khatmah Ahmad, Asisten 2 Pemkab Mamuju, dalam workshop validasi menyampaikan bahwa pemerintah daerah sedang menyusun regulasi terkait produk lokal di setiap gerai supermarket dan hotel. Beliau juga menyampaikan bahwa Kalimantan dan IKN adalah pasar potensial bagi produk UMKM Kabupaten Mamuju. Sejalan dengan yang disampaikan oleh Khatmah Ahmad, Husna mengatakan “*pasar produk UMKM terbuka di luar daerah, seperti Gorontalo dan Kalimantan. Pasar menjadi poin kunci, tanpa pasar bank tidak akan bantu.*” Selain itu risiko bencana yang dihadapi oleh Mamuju juga membutuhkan skema pasar yang lebih ramah. Pasar *online* menjadi satu

keniscayaan. Krusialnya peran kecakapan digital bagi UKM, dan masih banyak wirausaha perempuan yang gagap digital, menjadikan peningkatan kapasitas *digital marketing* sangat dibutuhkan oleh wirausaha perempuan. Menggandeng para pihak termasuk anak muda sebagai sistem pendukung dalam digital marketing wirausaha perempuan menjadi alternatif yang bisa dikembangkan di Kabupaten Mamuju.

Penguatan manajemen keuangan (25%), kebutuhan yang sama besarnya dengan akses pasar dan digital marketing ini untuk menjawab tantangan banyaknya pelaku UMKM rumahan dengan modal yang terbatas dan belum memisahkan keuangan usaha dan rumah tangga. Dengan penguatan manajemen keuangan, wirausaha perempuan rumahan ini bisa memonitor dan menyusun strategi pengembangan usaha termasuk mengakses modal.

Akses permodalan (22%) menjadi bentuk dukungan pengembangan wirausaha perempuan berikutnya. Kerusakan alat produksi yang terjadi saat gempa, minimnya penghasilan saat pandemi menjadikan modal usaha tersedot untuk kebutuhan harian. Meski penyaluran KUR sudah di atas target dan lembaga keuangan seperti PM Mekar, namun modal juga masih sangat diperlukan. Husna mengatakan “*Yang memberatkan UMKM untuk masuk ke supermarket pertama harus membayar 2,5 juta Rupiah untuk masuk atau display. Bila ada pasar. UKM harus siapkan 3 modal (produksi, stok barang dan di supermarket/pasar). Perlu bantuan modal karena pembayaran tidak cash tapi nunggu jangka waktu tertentu.*”

BAB IV

STUDI KASUS KABUPATEN TOBA

**Perempuan Tulang Punggung, Laki-laki
adalah Raja**

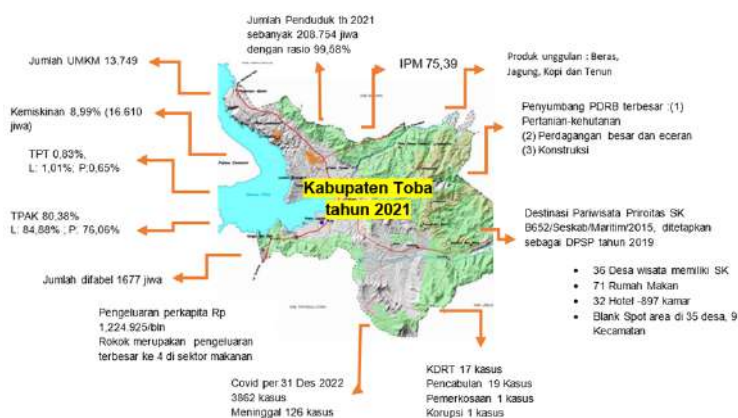


Seorang model sedang memperagakan busana Wastra Nusantara (tenun Toba/ulos) yang diproduksi oleh desainer perempuan dalam acara Toba Fashion Week 2022. Toba Fashion Week adalah salah satu upaya untuk pemulihan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat Toba; merupakan kerja sama Kemenparekraf dengan komunitas pelaku usaha muda di bidang ekonomi kreatif.

Konteks Wilayah

Kabupaten Toba merupakan satu dari 8 kabupaten di kawasan Danau Toba di Provinsi Sumatera Utara yang pada tahun 2019 dipersiapkan menjadi Destinasi Pariwisata Super Prioritas (DPSP). Kebijakan DPSP adalah upaya mengembangkan destinasi wisata selain Bali. Lima kawasan yang dikembangkan sebagai DPSP adalah Danau Toba, Borobudur, Labuan Bajo, Likupang dan Mandalika. Adanya kebijakan DPSP ini membawa konsekuensi logis tingginya alokasi sumber daya untuk memoles Kawasan DPSP. Penetapan Toba sebagai DPSP menjadi peluang pengembangan usaha dan ekonomi kreatif termasuk bagi perempuan pelaku usaha. Pada tahun 2021 tercatat 201.335 wisatawan domestik mengunjungi Kabupaten Toba. Dalam membangun sektor wisata, Toba menerapkan kepribadian Batak Naraja, yaitu *Namarugamo* (saling peduli), *Namaradat* (sopan santun), *Namarparbinotoan* (berpengetahuan) dan *Namaruhum* (mematuhi hukum). Gambaran umum Kabupaten Toba tampak pada gambar 4.1 berikut:

Gambar 4.1: Profil Kabupaten Toba



Sumber: BPS, Kabupaten Toba dalam Angka 2022

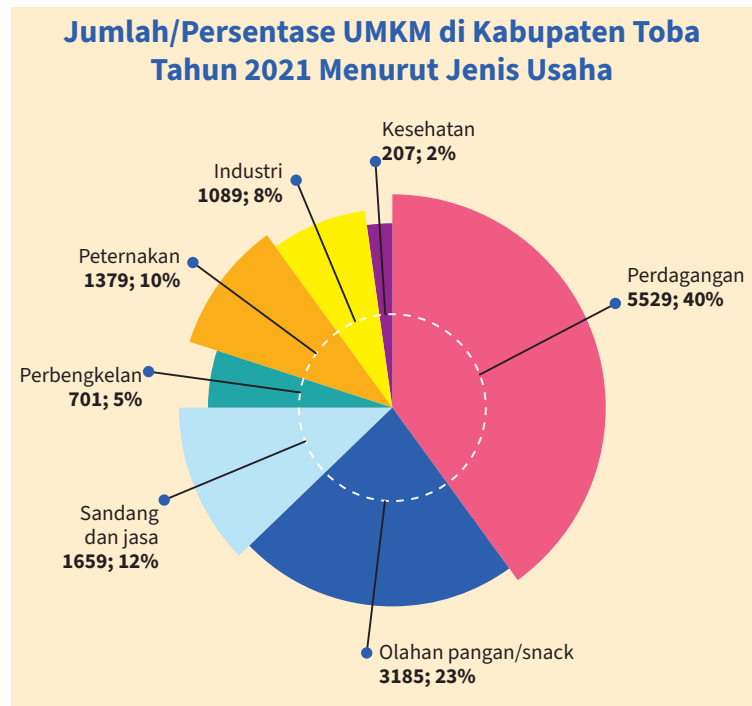
Profil UMKM

Mata pencaharian pokok masyarakat Kabupaten Toba adalah bertani. Hal ini tergambar dari 4 produk unggulan dimana 3 diantaranya merupakan produk pertanian, yaitu beras, jagung, dan kopi, sementara satu produk unggulan lain adalah tenun. Lebih dari 90% penenun di Kabupaten Toba adalah perempuan. Bagi perempuan Toba, menenun adalah bagian dari tradisi dan adat sekaligus upaya untuk mendapat penghasilan dan biaya pendidikan “*Kita gak bisa sekolah*”

kalau cuma ngandalin hasil dari sawah sama kebon. Semenjak menginjak usia remaja kita menenun. Kita bisa sekolah itu dari hasil tenun juga.” Ungkap Dotor Sitorus, penenun di Desa Maju. Berdasarkan data Penilaian Mandiri Kota/Kabupaten Kreatif Indonesia (PMK3I) jumlah penenun di Kabupaten Toba berkisar 1.017 orang, sementara data di Diskoperindag terdapat 604 pengrajin tenun dimana 589 merupakan industri rumah tangga, 9 industri kecil, dan 6 industri sedang.²⁷

Sektor informal mendominasi penyerapan tenaga kerja utamanya pada sub sektor pekerja keluarga, pengusaha tanpa buruh, dan usaha yang dibantu pekerja keluarga. Sub sektor usaha sendiri didominasi perempuan dengan sebanyak 15,28%, dibandingkan laki-laki 13,05%.

Gambar 4.2: Komposisi UMKM Kabupaten Toba



Sumber: BPS - Kabupaten Toba Dalam Angka 2022

UMKM di Kabupaten Toba mayoritas masih dalam skala usaha rumahan, bersifat subsisten, dan praktik kelola keuangan usaha campur aduk dengan keuangan keluarga

²⁷ <https://Benuanews.com/program-unggulan-pemkab-toba-menyasar-pertanian-padi-jagung-kopi-dan-tenun/>

masih dilakukan oleh banyak pelaku UMKM. Berdasarkan data Kabupaten Toba Dalam Angka 2022, terdapat 13.749 UMKM dengan komposisi menurut jenis usaha terlihat dalam Gambar 4.2. Pendamping UKM Dinas Perindagkop-UKM Kabupaten Toba mengatakan bahwa perempuan mendominasi sektor olahan pangan dan sandang/jasa. Terkait dengan pandemi, Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi UKM mencatat 14,341 UMKM di Kabupaten Toba dan Samosir mendapatkan bantuan langsung tunai BLT UMKM atau Bantuan Produktif Usaha Mikro (BPUM). Sebagian dari mereka adalah UMKM yang mendaftar di saat pandemi. Selama pandemi jumlah UMKM dan pendaftaran merek mengalami peningkatan yang sangat signifikan, dari 7.000 menjadi sekitar 40.000 UMKM.²⁸ Peningkatan jumlah ini bisa mengilustrasikan problem legalitas UMKM dimana pada masa sebelum pandemi banyak UMKM informal, belum terdaftar, namun disisi lain juga menggambarkan sektor UMKM sebagai alternatif sumber penghidupan yang relatif terbuka bagi pelaku usaha baru yang bermunculan akibat krisis pandemi.

Dampak Sosial Ekonomi Pandemi pada UMKM Perempuan

Dalam kajian Jitupasna²⁹ pandemi di 9 provinsi yang dilakukan oleh konsorsium dimana SRI Institute terlibat di dalamnya, dampak pandemi di sektor ekonomi UMKM memperlihatkan narasi yang tidak jauh berbeda. Gangguan mobilitas, gangguan sumber penghidupan, gangguan pasar terjadi di semua lokasi kajian. Hal yang sama juga ditemukan di Kabupaten Toba.

Berbagai dampak pandemi pada UMKM di Kabupaten Toba terangkum dalam narasi berikut.

1. Gangguan rantai pasok/pasar dan berkurangnya penghasilan

Gambaran rantai pasok UMKM olahan makanan sebagaimana Gambar 4.3 memperlihatkan alur mulai dari input, produksi

²⁸ <https://sumut.kemenkumham.go.id/berita-kanwil/berita-utama/kusuma-laksanakan-pengumpulan-data-pada-dinas-perindustrian-perdagangan-dan-koperasi-ukm-kabupaten-toba-samosir>

²⁹ Pengkajian Kebutuhan Pasca Bencana (Jitupasna) pandemi di 9 provinsi, yaitu Jawa Barat, Nusa Tenggara Barat, Sulawesi Tengah, Sulawesi Barat, Riau, Gorontalo, Papua, Kalimantan Selatan dan Jawa Timur, dilakukan atas kerjasama UNDP-BNPB, BPBD Provinsi dan Konsorsium, tahun 2020.

dan perdagangan produk. Profil UMKM olahan makanan mayoritas masih skala rumah tangga, dimana proses produksi dilakukan sendiri ataupun dibantu keluarga/pekerja tidak berbayar, buruh tidak tetap yang dipanggil saat dibutuhkan, namun ada pula yang sudah memiliki buruh tetap. Secara umum, pasar UMKM olahan makanan lebih banyak menasar pasar lokal (dalam satu kabupaten). Sebagian pelaku UMKM sudah merambah pasar luar daerah dalam satu provinsi dan sebagian kecil sudah menasar pasar nasional. Pasar nasional ini terbuka pada masa pandemi dengan dukungan bebas ongkos kirim dari Kementerian KUMK dan Kemenparekraf, juga dukungan PT POS saat ada event beli produk Toba. Perdagangan dilakukan baik melalui toko/warung sendiri, *door to door*, menitipkan di toko/warung juga berjualan online melalui media sosial ataupun *platform online*.

Gambar 4.3: Rantai Pasok Makanan Olahan Kabupaten Toba



Selain olahan pangan, Kabupaten Toba juga terkenal dengan UMKM kriya utamanya tenun/ulos. Tenun/ulos Toba merupakan salah satu produk tenun terbaik yang banyak dicari oleh masyarakat Batak di seluruh tanah air. Sebagai DPSP Toba juga mendorong pengembangan UMKM kriya berbasis budaya lokal, seperti aneka souvenir berbahan

tenun. Sedikit berbeda dengan rantai pasok olahan pangan, rantai pasok UMKM kriya - tenun sebagaimana Gambar 4.4 pada aspek input dan perdagangan ditemukan lebih banyak aktor yang berperan, seperti tengkulak. Tengkulak menyediakan benang dan ketika tenun sudah jadi, penenun menyetorkan hasil tenunnya kepada tengkulak yang bersangkutan dan akan mendapat ongkos tenun sesuai kesepakatan. Pasar tenun/ulos Toba sudah merambah pasar nasional sejak sebelum pandemi.

Gambar 4.4: Rantai Pasok Kriya-Tenun Kabupaten Toba



Pada Maret 2020 Bupati Toba mengeluarkan kebijakan pembatasan mobilitas, sekolah dari rumah dan larangan penyelenggaraan kegiatan/pesta adat. Pembatasan mobilitas ini sangat mempengaruhi distribusi bahan baku maupun produk UMKM. Gangguan rantai pasok/pasar yang dialami oleh pelaku UMKM perempuan terjadi baik di level input, produksi maupun pemasaran produk. Pada level input gangguan terjadi pada akses bahan baku, akses modal, dan terbatasnya akses pelatihan. *Refocusing* anggaran mengakibatkan berkurangnya anggaran untuk pelatihan dan bantuan alat produksi. Pada level produksi gangguan terjadi karena meningkatnya beban pengasuhan selama pandemi dan berkurangnya kemampuan

membayar buruh. Sementara pada level pemasaran terjadi gangguan akses pasar karena terhambatnya distribusi, berkurangnya daya beli masyarakat dan tidak adanya pembeli karena pembatasan mobilitas.

Wirausaha sektor olahan makanan yang mayoritas perempuan, selain kesulitan mencari bahan baku juga tidak bisa menyetorkan dagangan kepada pedagang/outlet yang selama ini bekerja sama dengan mereka. Penghasilan menurun drastis. Begitupun pelaku usaha ultra mikro yang berjualan di sekitar sekolah. Mereka tidak bisa menggelar dagangan karena pemberlakuan sekolah daring dan siswa belajar dari rumah.

Meidar, seorang wirausaha, perempuan kepala rumah tangga penyintas kekerasan, pemilik usaha keripik pisang mengatakan bahwa pada tahun 2019 dia memiliki 10 outlet yang tersebar di Porsea, Balige, Siantar dan Medan. Saat pemerintah memberlakukan pembatasan mobilitas karena pandemi, semua outlet tutup. Hanya teman yang bekerja di rumah sakit yang masih terus mengambil dan menjual keripik pisangnya.

Bukan hanya bisnis olahan makanan yang mengalami gangguan pasar, informan lain yang selain membuat olahan makanan juga menekuni bisnis ATK dan percetakan mengatakan jika pada awal pandemi pesanan spanduk dan kaos bisa dibilang mati. *“Kalau penjualan secara offline waktu pandemi dulu bisa dibilang jauh merosot di bawah 50% ke bawah bahkan lebih” (Julianty Simamora, wirausaha percetakan dan olahan pangan).*

Begitupun para penenun, mereka kesulitan menjual hasil tenunnya karena terbatasnya transportasi/angkutan umum. Aktivitas pasar mingguan juga tidak berjalan sebagaimana biasanya. Tiadanya permintaan tenun menyebabkan penghasilan penenun di Desa Maju sangat terbatas, bahkan ada masa dimana tidak ada penghasilan sama sekali. Kalaupun bisa menenun, harga benang melonjak dan ketersediaan benang sangat terbatas. Hal ini berdampak pada berkurangnya keuntungan yang bisa didapat dari selembar kain. *“Sudah saya bilang tadi kan, modal yang ini aja 300 cuma dapat untungnya 200 lah. Tenaganya 7 hari. Yang paling sakitnya lagi kemarin 3 tahun kan masa pandemi, gak laku.*

Ibarat kata sudah jatuh tertimpa tangga berkali-kali, sakitnya minta ampun” (Respina Simanjuntak, penenun).

Profil wisatawan Toba selama ini didominasi oleh wisatawan lokal terutama kunjungan adat dan agama. Tidak adanya pesta adat sangat mempengaruhi tingkat hunian hotel/*homestay*, juga bisnis warung makan. Jumlah rumah makan selama pandemi mengalami penurunan sangat signifikan dari 165 di tahun 2019 menjadi 71 di tahun 2021. Lebih dari 50% rumah makan tutup. Kondisi ini menggambarkan matinya pasar baik karena terbatasnya mobilitas juga berkurangnya daya beli masyarakat setempat. Trisna Pardede, pemilik Batista dan Hutanta Coffee dalam satu podcast mengatakan bahwa outletnya di Silangit bahkan tutup selama tahun 2020.

2. Beban ganda

Kepala Bappeda mengatakan bahwa di Toba perempuan adalah tulang punggung dan laki-laki adalah raja. Senada dengan kepala Bappeda, narasumber dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam sebuah group interview membenarkan pernyataan tersebut, meski menurutnya saat ini sudah ada sedikit perubahan. *“Kalau laki-laki kan disini raja. Raja itu tidak bekerja. Laki-laki tuh dilayani. Raja dalam arti kewenangan bukan dalam arti tanggung jawab. Dulunya itu bapak-bapaknya itu di warung, di ladang, ibunya di sawah. Saat ni bapak-bapak sudah mulai mau gendong anak. Ya sama-sama kerja di rumah ga apa-apa.”* Relasi kuasa patron-klien yang dibangun berimplikasi pada subordinasi dan tanggung jawab yang diemban perempuan. Tanggung jawab domestik dan pengasuhan yang tidak berbayar ini dilekatkan kepada perempuan tetapi perempuan juga dibebani tanggung jawab ekonomi produktif. Pada ekonomi pertanian subsisten seperti di Kabupaten Toba, perempuan juga bekerja di sawah.

Menjadi wirausaha pada masa pandemi banyak tantangan dan hambatan yang harus diatasi. Membagi perhatian dan waktu antara kerja domestik, pengasuhan dan ekonomi produktif dialami oleh hampir semua informan kajian. Semua informan bahkan dari perangkat daerah mengatakan bahwa bagi masyarakat Toba, perempuan melakukan segalanya, mulai

dari menyiapkan makan keluarga, membersihkan rumah sampai kerja di kebun/sawah. Begitupun para wirausaha perempuan, selain memikirkan dan menjalankan usaha, mereka masih harus menyelesaikan urusan rumah tangga. *Double burden* ini mempengaruhi produktivitas dan kadang memunculkan stigma bahwa perempuan kurang produktif. *“Mood yang kadang naik turun. Ketika lelah dengan urusan rumah tangga pasti akan kelelahan juga urus produksi dan jualan. Meskipun punya teman kerja tetap saja lelah”* (Julianty Simamora, *Wirausaha percetakan dan olahan pangan*).

Selama pandemi, tanggung jawab domestik dan pengasuhan perempuan bertambah terutama dalam urusan menemani anak belajar. Jika sebelum pandemi, peran mendidik anak banyak dibagi dengan guru sekolah, namun pembelajaran *online* menjadikan orang tua terutama ibu harus ikut belajar agar bisa menemani dan membantu anaknya memahami pelajaran sekolah.

Pembelajaran *online* juga menuntut orang tua menyediakan paket data untuk proses belajar anak. Mengelola keuangan yang terbatas tentu bukan hal yang mudah. Perempuan dituntut lebih pandai mengelola keuangan agar semua kebutuhan terpenuhi. Bila tidak cukup, perempuan pula yang dituntut bisa menemukan solusi. Apakah harus menjual aset atau berhutang. Beban ganda ini sangat dirasakan oleh informan perempuan kepala keluarga. Disaat permintaan pasar turun drastis, dia justru harus mengeluarkan tambahan biaya untuk paket data dua orang anaknya yang masih bersekolah.

Pada perempuan kepala rumah tangga penyintas kekerasan, beban ganda ini makin berlipat dengan stigma yang dilekatkan kepadanya. Informan kajian menceritakan bahwa seringkali mereka menerima ungkapan negatif dan dilecehkan kemampuannya sebagai wirausaha. Ungkapan negatif tersebut dilontarkan baik oleh baik laki-laki maupun perempuan. Ketika menawarkan dagangan dia pernah ditanya tentang status perkawinan, mereka melontarkan kata-kata yang menyakitkan, *“Kamu janda, pasti tidak hanya kerja begini, pasti kerjamu ga beres.”* Begitupun saat dia mengungkapkan harapan bisa membeli kendaraan untuk sarana transportasi

memasarkan dagangannya, dia justru menjadi bahan ejekan dan berkomentar bahwa tidak mungkin dia punya kendaraan kalau hanya hasil dari keripik. *“Dengan kerja keras dan berhemat, dengan izin Tuhan, saya bisa membeli motor di tahun 2020. Banyak pemikiran negatif tentang saya, tapi selama saya tidak melakukan hal negatif saya tidak perlu takut, tidak perlu klarifikasi, cukup saya tunjukan dengan kerja keras. Mereka tidak tahu bagaimana perjuangan saya. Tuhan ganti airmata dengan suka cita.”* Stigma yang dilekatkan kepada perempuan yang menjadi kepala keluarga karena perceraian membuat perempuan ketika mengalami kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) berpikir puluhan kali sebelum memutuskan bercerai. Ketergantungan secara ekonomi perempuan kepada laki-laki juga menjadi salah satu pertimbangan sebelum memutuskan bercerai. Keputusan berpisah yang diambil oleh informan kajian juga berimplikasi pada keterpurukan secara mental dan ekonomi. Dukungan ekonomi dan spiritual lembaga keagamaan gereja menjadi penolong pertama saat krisis. Kesempatan mengabdikan/mengajar menjadi sumber pendapatan utama di awal perceraian. Pengabdian di gereja menjadi pintu akses pada relasi sosial yang lebih luas sampai akhirnya dia memutuskan mengelola bisnis keripik pisang.

Gangguan pasar, berkurangnya penghasilan serta meningkatnya pengeluaran berimplikasi pada meningkatnya kecemasan baik pada laki-laki maupun perempuan. Pada titik tertentu kecemasan dan kelelahan yang tidak mampu lagi dikelola berpotensi memunculkan kekerasan dalam bentuk verbal maupun tindakan fisik. Data BPS Sumatera Utara memperlihatkan bahwa perceraian di Kabupaten Toba meningkat tajam dari 4 kasus pada tahun 2020 menjadi 33 kasus pada tahun 2021, dengan alasan perselisihan/pertengkarannya yang terus menerus.

3. Meningkatnya kemiskinan

Data kemiskinan Kabupaten Toba secara umum memperlihatkan trend yang menurun, namun sejak pandemi jumlah penduduk miskin Kabupaten Toba meningkat dari 15,780 pada tahun 2019 menjadi 16,050 tahun 2020 dan pada

tahun 2021 meningkat menjadi 16,610 jiwa.

Ti adanya permintaan ulos, minimnya penghasilan dari tenun, membuat penenun terjerat rente. Pinjaman yang bertumpuk, mengagunkan hasil panen, gali lubang tutup lubang dialami oleh penenun di Desa Maju. Merembaknya sistem ijon ini juga menjadi salah satu indikator meningkatnya kemiskinan selama pandemi.

Respon dan Narasi Bertahan UMKM Perempuan: Na Ikkon Sai Dapotan do (Proses Tidak Menghianati Hasil)

Mekanisme bertahan/*coping mechanism* saat krisis dapat dipilah menjadi adaptasi negatif dan adaptasi positif. Untuk bertahan saat krisis, tidak sedikit adaptasi positif yang dilakukan oleh wirausaha perempuan. Adaptasi yang dilakukan membuat mereka mampu melewati krisis dan saat krisis berlalu, wirausaha perempuan ini justru bertransformasi menjadi wirausaha yang lebih tangguh.

Mekanisme bertahan ini juga sangat dipengaruhi oleh modal sosial yang ada di masyarakat. Semakin kuat modal sosial, daya lenting akan semakin tinggi. Kuatnya modal sosial masyarakat menjadi oase di tengah krisis. Di Kabupaten Toba ditemukan narasi tentang skema kelentingan khas perempuan seperti memanfaatkan secara optimal apa yang dimiliki, berbagi dan mensyukuri apapun yang masih bisa dinikmati. Di Desa Maju misalnya, untuk menyiasati penghasilan yang terbatas, mereka berhemat dalam membelanjakan uangnya. Untuk memenuhi kebutuhan akan sayur mereka masih bisa petik daun singkong di kebun, saat tidak punya garam masih ada tetangga yang bersedia membagi garam miliknya. Sikap religius inang penenun juga menguatkan mereka di saat krisis sebagaimana tercermin dari ungkapan *Otik godang taha mauliate hon* (sedikit atau banyak harus disyukuri).

Beragam mekanisme bertahan baik negatif maupun positif yang dilakukan oleh wirausaha perempuan di Toba terangkum dalam catatan berikut.

1. Menjual aset hingga berhutang

Pembatasan mobilitas, dan larangan kegiatan adat menjadikan penenun yang selama ini banyak memproduksi kain adat

menjerit dan kebingungan memenuhi kebutuhan sehari-hari. Untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka menjual tenunnya atau aset jika ada. Jika tidak ada yang bisa dijual mereka akan meminjam kepada tengkulak. *“Kalau selesai (tenunnya) ya dibawa, kalau nggak selesai ya apa yang ada di rumah dulu dipakai untuk beli kebutuhan rumah. Gak bisa kita ngomong ngga ke pasar, apalah nanti buat makan sehari-hari kita kan (Dotor Sitorus, perempuan lansia, penenun).”* Mereka tetap menenun, karena tenun yang bisa diharapkan bisa cepat menghasilkan uang, tidak seperti hasil pertanian yang harus menunggu panen berbulan-bulan. Benang tenun harus mereka beli sendiri, atau bisa juga mengambil dari tengkulak dengan konsekuensi menjual hasil tenun kepada tengkulak yang memberi benang.

Seorang informan dari Bappeda mengungkapkan bahwa secara umum sektor pertanian di Kabupaten Toba relatif tidak terdampak pandemi. Namun menurut penenun yang juga petani di Desa Maju, harga produk pertanian di tingkat petani mengalami penurunan. *“Kemarin waktu masa pandemi, gimana ya sakitnya gitu kan. Jadi kita banyaklah ke orang berduit, minjemlah. Minjem, minjem. Belum lagi kita bayar udah minjem lagi. Sementara kita gak bisa kerja kan. Putus sama sekali. Hasil panen kaya gini kan kalau musim panen 60 ribu (harga beras per kaleng ±11kg). Nah kan sebelum panen kita udah butuh duit kan, kita minjamlah ini ke orang punya duit, harganya dibikin berapa, 40 ribu. Padahal harga sebenarnya 60. Jadinya kan nanti datanglah panen, utang kita udah menumpuk, menumpuk, menumpuk, datang panen habis dia ambil. Itulah pengaruh pandemi kemarin. Memang sakit”* (Refina Simanjuntak, perempuan penenun). Ungkapan yang disampaikan oleh penenun Desa Maju ini sejalan dengan survei yang dilakukan oleh McKinsey pada tahun 2020 terhadap para petani Indonesia. Survei ini menemukan bahwa 75 persen responden memperkirakan setidaknya 5 persen penurunan pendapatan untuk tahun ini, termasuk 35 persen yang mengkhawatirkan penurunan sebesar 25 persen atau lebih.³⁰

³⁰ <https://www.mckinsey.com/featured-insights/asia-pacific/ten-ideas-to-unlock-indonesias-growth-after-COVID-19>

2. Pengurangan pegawai dan pengembangan jejaring melalui aktivitas sosial

Salah seorang informan perempuan lansia mengatakan sebelum pandemi dia mengelola dua Pertashop (Pertamina Shop) dan mempekerjakan 4 orang untuk melayani pembeli di Pertashop miliknya. Langkanya pembeli saat pandemi memaksanya merumahkan 2 orang pegawai. BPS mencatat pada tahun 2021, sebanyak 10.186 penduduk usia kerja di Kabupaten Toba kehilangan pekerjaan karena pandemi dimana 49,42% adalah perempuan. Selain Pertashop, perempuan yang merupakan aktivis gereja ini juga memproduksi olahan pangan seperti sasagon dan aneka keripik. Bisnis olahan pangan ini yang menjadi tumpuan selama pandemi. Pergaulan dan relasi sosial yang dilakoni selama ini menjadi peluang pasar produk makanan olahannya. *“Menjadi wirausaha dilakukan untuk membantu meningkatkan perekonomian keluarga. Usaha itu bukan melihat uangnya tetapi soal relasi. Banyak kegiatan sosial, banyak teman, banyak sahabat, menjadi peluang usaha.”* Beliau membawa produknya dalam setiap pertemuan sosial (terbatas) dan gereja. Satu hal penting yang dipesankan oleh perempuan lansia bagi pelaku UMKM adalah *“Nikmati setiap prosesnya, Jangan laku satu kita merepet (patah semangat). Laku banyak-laku sedikit, happy aja.”* (Nurlinda Simanjuntak, perempuan pelaku usaha olahan makanan & pertashop.)

3. Diversifikasi produk

Pada saat krisis, bisnis ATK dan percetakan turun drastis, Julianty Simamora seorang informan perempuan pelaku usaha yang memiliki 4 anak mencoba bertahan dengan membuat barang cetak dalam bentuk lain seperti masker kain dan kaos dengan pesan – pesan menjaga kesehatan. *“Kalau di percetakan waktu itu kami hanya membuat sablon masker dari kain dan laku keras. Ada orderan ratusan bahkan ribuan, namun terputus ketika pemerintah membuat aturan masker kain tidak diperkenan lagi (saat menjelang pilkada). Masker kain-kain itu masih tertumpuk banyak di gudang hingga sekarang.”* Selain percetakan, informan ini juga mengembangkan bisnis olahan

pangan dengan mengembangkan makanan khas Toba yang sudah jarang diminati orang menjadi snack yang kekinian, cookies tipa-tipa misalnya. Perempuan ini juga membuat makanan-makanan yang bisa tahan lama seperti sambal andaliman juga kacang Toba. Bisnis olahan pangan ini yang membuatnya mampu bertahan saat pandemi. Meidar, seorang wirausaha perempuan muda, kepala keluarga, penyintas kekerasan mengembangkan beberapa varian rasa keripik pisang sebagai upaya mendongkrak pasar. Saat ini keripik pisangnya ada berbagai varian rasa yaitu rasa original, gurih, pedas manis, pedas manis andaliman dan pedas manis teri medan-andaliman. Selain keripik pisang, Meidar juga membuat donat kentang dan kue yang dititipkan di warung-warung. Dari hasil jualan itu dia bertahan selama pandemi. Karena tidak terdaftar dalam DTKS Meidar tidak menerima skema jaminan sosial dari pemerintah seperti BLT maupun PKH. Informan lain seorang wirausaha madu yang bekerjasama dengan petani, juga mengembangkan usaha olahan pangan seperti cookies berbagai varian untuk meningkatkan pendapatan.

Di sektor tenun, untuk bisa bertahan di masa pandemi, Rita Simanjuntak, perempuan penenun, perangkat desa yang menjadi motor kelompok tenun mandiri di Desa Meat melakukan diversifikasi produk tenun dari ulos menjadi sarung, juga beralih dari pewarna sintetis ke pewarna alam. *“Dulu bertenun ulos ragi hotang, tapi karena Covid, pesta dilarang jadi gimana lah biar ada pekerjaan penenun gitu kan. Terus aku mintalah untuk pelatihan pewarna alam sama Koperindag. Puji Tuhan dikabulkan. Terus dibina kami untuk mewarnai alam. Kami cobalah untuk buat ke sarung, ya betul-betul laku gitu, banyak pesanan gitu. Ya amin lah nggak sempat pengangguran gitu.”* (Rita Simanjuntak, penenun.)

4. Optimalisasi media sosial untuk pemasaran

Menghadapi kondisi penjualan offline yang merosot tajam, Julianty Simamora pemilik PT Cakra yang bergerak di sektor percetakan dan olahan pangan menerapkan pemasaran online melalui media sosial. Penjualan olahan pangan keluar daerah saat pandemi justru meningkat. *“Untuk penjualan secara*

online ada peningkatan. Kalau kita rajin-rajin memposting di group keluarga, grup anak-anak sekolah. Kadang 10 kali kita posting dari 5 atau 6 pasti ada satu orderan. Berarti ada peningkatan dari penjualan secara online.”

Rita Simanjuntak mengungkapkan bahwa sebelum pandemi pembeli tenun/ulos banyak datang ke Desa Meat. Pemasaran produknya ke luar daerah karena dukungan ketua Dekranasda yang membawa tamu pengusaha mengunjungi Desa Meat. Selanjutnya mereka memesan tenun dan terus berlanjut sampai sekarang. Kelompok tenun mandiri mengirimkan tenun secara berkala ke Medan, Bandung, Bogor, dan Jakarta. Rita juga mempromosikan produk tenun kelompok melalui media sosial Facebook. Sebagian kecil penenun di Desa Maju juga melakukan hal yang sama. Mereka memposting produk di Facebook terutama penenun/panirat muda yang membuat stola.

5. Investasi peningkatan kapasitas sumberdaya manusia

Seorang wirausaha perempuan kelas menengah, pemilik dan pengelola Pizza Andaliman memulai usaha dari membuka kedai ikan bakar di halaman rumahnya, dan pada 2015 mengembangkan warung kekinian dengan cita rasa Toba. Informan ini memilih pizza andaliman sebagai produk unggulan. Alam Toba yang luar biasa indah adalah modal yang mendorongnya mengembangkan usaha, bukan hanya di makanan olahan namun juga jasa *homestay* dan *spa*. Ia menyewa lahan di samping rumahnya dan mengembangkan *homestay* dan *spa*. *Homestay* yang menawarkan konsep natural dan tenang dengan pemandangan danau yang indah. *“Saat pandemi, usaha bisa dikatakan mati. Cafe berantakan, tidak terurus dan semua pegawai keluar.”* Ketika pandemi keluarganya terjebak di Bali selama beberapa bulan dan tidak bisa kembali ke Balige karena pembatasan mobilitas. Untuk memulai lagi usahanya, dia berinvestasi mendatangkan trainer dari Bali untuk melatih 10 trainee terkait *hospitality*, manajemen *café*, *homestay*, dan *spa*. Menurutnya mengelola sumber daya manusia bukanlah hal mudah. Budaya agraris masyarakat Kabupaten Toba masih harus dikuatkan untuk

memasuki industri pariwisata. Dari 10 orang pegawai yang ikut pelatihan, saat ini hanya 3 orang yang bertahan, tapi hal ini tidak menyurutkan langkahnya dalam bisnis. Meski menyadari banyak cafe-cafe baru yang berkembang, namun dia yakin pizza andaliman akan tetap eksis dan makin berkembang.

6. Peningkatan kapasitas dan penguatan kelompok

Desa Meat yang terletak di Kecamatan Tampahan sudah lama terkenal sebagai desa penghasil tenun ragi hotang yang berkualitas bagus. Meat juga merupakan satu dari 36 desa wisata di Kabupaten Toba yang sudah memiliki Surat Keputusan (SK) Desa Wisata. Penenun ulos biasanya memiliki kemampuan yang spesifik, ada yang hanya bisa menenun motif kepala, motif samping, ataupun manirat. Ada juga yang spesifik menenun sarung. Kemampuan menenun diwariskan secara turun temurun dalam keluarga. Selama ini penenun Desa Meat menggunakan benang pewarna sintetis/pabrikasi.

Rita Simanjuntak mendengar bila tenun warna alam harganya jauh lebih tinggi dibanding tenun warna sintetis yang biasa mereka buat. Ia menghubungi Dinas Koperindag untuk meminta pelatihan tenun pewarna alam. Sebelum pandemi, di Desa Meat memang telah berdiri 2 kelompok penenun yaitu kelompok tenun Mandiri dan kelompok tenun Bintang. Meski pelatihan tenun pewarna alam dilakukan di Desa Meat, tetapi tidak semua penenun bisa mengikuti pelatihan, hanya perwakilan dari 2 kelompok tenun. Selain sebagai pendamping 2 kelompok tenun pewarna alam, Rita juga berperan sebagai perancang motif sekaligus sebagai *marketing*. Tidak banyak penenun yang bisa merancang motif, karena masing-masing penenun sudah memiliki pakem tenun masing-masing. Tenun pewarna alam adalah pengetahuan baru, proses pewarnaan benang membutuhkan pengetahuan dan pengalaman dalam meramu bahan alam untuk bisa menghasilkan warna yang diinginkan. Kelompok bersepakat pewarnaan dilakukan oleh satu orang sehingga mereka tidak harus sibuk mewarnai benang. Pewarnaan benang dilakukan oleh suaminya yang terus menerus melakukan penelitian memadu bahan alam untuk menemukan warna-warna baru. Berbekal informasi

saat pelatihan, bila bahan yang pahit akan menghasilkan warna, mereka mencoba-coba meramu dari berbagai bahan alam yang ada di desa maupun dibeli dari *pajak* (bahasa Batak untuk pasar) dan online. Sebagai perancang motif, ia biasanya akan membuat satu contoh. Bila hasilnya bagus ia akan mendistribusikan paket benang dan melakukan mentoring kepada setiap penenun bagaimana menyusun benang dalam alat tenun sehingga menghasilkan motif yang diinginkan. Di rumahnya, ibu mertua yang sudah berusia 70 tahun lebih dan tidak lagi menenun, berperan menggulung benang. Mereka akan mendapatkan penghasilan sesuai peran masing-masing. Setelah penenun menyelesaikan tenunan, mereka menyetorkan hasil tenunnya dan jika sudah terkumpul dalam jumlah yang cukup, Rita akan mengirimkan tenun melalui JNE/JT/Pos kepada pelanggan/pihak yang bekerja sama dengan mereka yang lokasinya berada di Medan, Bogor, Jakarta, dan Bandung. Saat ini hasil tenun mereka ada yang dimodifikasi menjadi kain, baju, tas, ataupun kraft lain.

Sedikit berbeda dengan penenun Desa Meat, penenun Desa Maju tergerak membentuk kelompok ketika mengetahui ada penenun di desa lain yang mendapat bantuan benang maupun pelatihan dari pemerintah. *“Ada perasaan iri gitu loh. Desa lain bisa dapet kita ga dapet sama sekali gitu. Mereka dapat bantuan benang, dapat bantuan ini. Kok orang itu bisa, kenapa? Kita dengar-dengar juga karena orang itu punya kelompok. Nah kita buatlah kelompok kita disini. Dapat info dari desa lain. Nah katanya datanglah kalian ke kantor desa minta pengantar. Saya bawa ini nenek-nenek berapa orang ini. Kita nyarter mobil. Bawalah ini, ini, itu, di kantor Koperindag. Oh benar, ini diperiksa semua berkas benar. Tunggulah hasilnya katanya. Tetapi saya dengar, untuk bisa dapat bantuan harus mengajukan proposal. (Helena Sianipar, perempuan penenun).”* Pihak Dinas Perindagkop UKM membenarkan bahwa untuk mendapat bantuan harus mengajukan proposal. Mereka melakukan pembinaan dan pendampingan. Menurut pendamping koperasi Perindagkop UKM, saat ini ada beberapa kelompok yang sedang mengajukan proposal.

Menurut sumber di Disbudpar, tantangan untuk membuat kelompok bisa berjalan antara lain soal esensi pembentukan

kelompok dan budaya organisasi yang tidak dipahami pelaku UMKM. *“Kalau di kita itu sangat gampang buat persatuan, tapi kesatuan enggak ada. Esensi atau tujuan dibentuknya persatuan itu kadang nggak tercapai. Itu satu sisi. Tapi kemudian di sisi kedua, mungkin kita tidak memahami budaya berorganisasi itu, jadi menganggap semua itu tugas ketua loh. Jadi yang lain itu tidak berperan seperti itu- Disbudpar.”*

Budaya masyarakat yang masih memilih menjual produk mentah, terutama hasil pertanian, menjadi tantangan pengembangan UMKM. Menurut sumber yang ditemui saat pengambilan data di lapangan, mereka menyebut ada tantangan dimana masyarakat kadang susah menerima hal baru, juga soal efektivitas pelatihan. *“Ada yang sudah ikut 3 kali itu pelatihan, ada bantuan modal jadi produk, tapi katanya lagi tidak ada pasar.”* Hal ini mengindikasikan pentingnya monitoring evaluasi atas pelatihan yang telah dilakukan. Bisa jadi pelatihan yang dilakukan belum cukup kuat membantu pelaku UMKM untuk menemukan pasar yang terbuka bagi produk yang dikembangkan. Misalnya pengembangan bisnis model kanvas, dimana pelaku UMKM mampu melakukan pemetaan pasar, sehingga bisa menentukan produk yang akan dijual.

Tantangan lain adalah soal bagaimana penerima manfaat menganggap bahwa bantuan dari pemerintah adalah bantuan hibah yang tidak harus dikembalikan. *“Salah satu kelemahan kita, organisasi itu pasti ada ribut juga, apalagi kita orang Batak. Menganggap bantuan sebagai pemberian menjadi milik mereka” (Natali, pendamping koperasi Dinas Perindagkop UKM).*

7. Membangun koperasi difabel sebagai rumah bersama

Yayasan Cahaya Bersama Rakyat (CBR) didirikan tahun 2020 dan mendampingi 170 dari 954 penyandang disabilitas dari 9 desa. CBR bergerak untuk pendampingan dan advokasi pemenuhan hak disabilitas, terutama terkait dengan kepemilikan identitas kependudukan, pendidikan dan pelatihan, peningkatan ekonomi serta keterbukaan akses dan informasi. Dengan dukungan berbagai pihak seperti

Dinas Penanaman Modal, Disperindagkop, Inalum, Allianz dan juga pihak bank, mereka melakukan berbagai pelatihan kepada penyandang disabilitas seperti pelatihan menjahit, membuat tas, sabun juga pelatihan *digital marketing*. Pada tahun 2022 mereka membentuk Koperasi Produksi Mitra Difabel Berdikari yang menjadi perkumpulan disabilitas yang bekerja di berbagai sektor seperti jahit, sablon, pertanian, perikanan, peternakan, perbengkelan dan olahan pangan. Pembentukan koperasi ini sebagai upaya untuk mendorong peningkatan ekonomi disabilitas. Mereka membangun kerjasama pemasaran produk dengan para pihak termasuk Inalum seperti pembuatan souvenir. Saat ada order, sekitar 25 orang melakukan aktivitas produksi bersama di sekretariat CBR. Namun beberapa anggota memilih membawa pulang untuk dikerjakan di rumah.

Menurut Natalia, pendamping koperasi, Dinas Perindagkop UKM memang mendorong pembentukan koperasi utamanya koperasi produksi seperti Koperasi Produksi Mitra Difabel Berdikari. Selain Koperasi Difabel Mitra Berdikari masih ada satu koperasi disabilitas berdaya yang dikembangkan oleh Yayasan Hepata. Saat kajian ini berlangsung di Kabupaten Toba tercatat 16 Koperasi Serba Usaha (KSU), 11 Koperasi Simpan Pinjam (KSP), dan 1 Koperasi Wanita dengan anggota 25 orang. Data lain menyebutkan terdapat 46 koperasi dengan 14.062 anggota aktif yang tersebar di 12 kecamatan.³¹

Setelah Krisis Panjang Pandemi

1. Pulihnya pasar

Di sebelah salah satu hotel di Kota Balige, terdengar suara *jedag-jedug* 6 mesin tenun yang dioperasikan oleh 3 perempuan dan tampak satu laki-laki yang sedang memperbaiki mesin tenun. Setiap 1 orang operator mengawasi 2 mesin tenun yang sedang produksi. Sebelum pandemi, 20 mesin tenun beroperasi semua, namun saat pandemi maksimal hanya 50% yang dioperasikan.

Di Desa Maju dan Desa Meat, beberapa perempuan partonun sedang menenun. “*Tenun itu perempuan, industri tenun juga perempuan*” (*Dinas Kebudayaan dan Pariwisata*). Di pelataran parkir hotel, beberapa mobil terparkir dengan

³¹ BPS, Kabupaten Toba Dalam Infografis 2022

rapi. Saat kajian ini dilakukan pada Juli-November 2022 Kabupaten Toba tidak lagi memperlihatkan wajah dingin pandemi.

Sebagaimana sebelum pandemi, setiap hari Rabu, Pasar Porsea menjadi pusat jual beli hasil pertanian, ikan, juga tenun. Begitupun bagi penenun Desa Maju, mereka bersama naik mobil *colt* dengan ongkos Rp 20.000 pulang-pergi menuju Pasar Porsea. Mereka kadang menjual tenun dan hasil kebun ke Pasar Laguboti, namun Pasar Porsea menjadi pasar tujuan utama karena jumlah tengkulak tenun paling banyak. Setiap hari Jum'at pagi hingga sore, sepanjang jalanan di depan pelabuhan sampai Pasar Balige dipenuhi pedagang dan pembeli dari penjuru Kabupaten Toba. Pada hari pasaran ini, produsen tenun bisa menjual hasil tenun langsung kepada pembeli dengan harga yang lebih baik atau menyetorkan produksi tenun kepada tauke/pengepul/tengkulak. Tauke/pengepul ini akan memasarkannya bukan hanya di Kabupaten Toba, namun hingga ke Pematang Siantar, Medan bahkan Jakarta. Berbeda dengan hasil tenun Desa Maju, hasil tenun Desa Meat selain pasar *offline*, tenun juga dikirim langsung ke Medan, Jakarta, Bogor dan Bandung secara berkala oleh kelompok tenun mandiri.

2. Membuka gerai/toko *offline*

Pemasaran *offline* masih menjadi strategi pemasaran yang menarik bagi pelaku UMKM. Penetapan Toba sebagai DPSP membuka peluang banyaknya orang yang akan datang ke Kabupaten Toba. Membuka toko *offline* memang membutuhkan keberanian dan modal yang cukup. Dukungan keluarga menjadi poin penting dalam pemilihan strategi membuka toko *offline*. Julianty Simamora menyampaikan bahwa suaminya mendorong dia untuk mengembangkan usahanya bukan hanya rumah produksi, tetapi memiliki gerai yang memudahkan orang untuk menemukan produknya. Dia memutuskan membuka toko *offline* Silua Toba di Porsea yang rencananya akan diresmikan di bulan Februari 2023. *Soft opening* Silua Toba dilakukan pada akhir Desember 2022. Silua Toba selain menjadi *showroom* olahan pangan khas

batak, *merchandise* seperti kaos, topi yang diproduksi sendiri, juga menjadi outlet beberapa produk UMKM lain. Berbagai event yang digelar di Toba menjadi peluang bagi dia untuk memperkenalkan makanan khas Toba sekaligus peluang meraup penghasilan.

3. Menguatnya pasar digital

Penggunaan media sosial seperti Whatsapp, Facebook, Instagram menjadi banyak pilihan pelaku UMKM dalam pengembangan pasar dan mempromosikan produk. Pemasaran produk menggunakan digital marketing dapat menjangkau konsumen secara langsung dan dapat menekan biaya promosi. Informan kajian di sektor olahan pangan semuanya memanfaatkan media sosial demikian juga beberapa penenun. Data BPS terkait penggunaan telepon seluler/laptop/komputer pada perempuan mencapai 93%, lebih tinggi dibanding laki-laki, namun kepemilikan akun media sosial pada perempuan hanya 69%. Meski pasar digital menguat, yang juga menjadi tantangan pemasaran online adalah terkait ongkos kirim keluar daerah yang dirasakan cukup mahal terutama untuk pengiriman antar pulau. Pelanggan akan berpikir ulang ketika tahu ongkos kirimnya terkadang bahkan lebih mahal daripada harga produk yang dibeli. Tantangan ini terutama terjadi pada wirausaha yang mengandalkan media sosial sebagai pilihan *e-commerce*. Dukungan PT POS dan jasa pengiriman dengan insentif bebas ongkos kirim seperti yang berlaku pada *marketplace* masih dibutuhkan oleh wirausaha untuk optimalisasi praktik *e-commerce* yang bertumpu pada media sosial.

4. Membangun jejaring lebih luas

Narasi lain tentang menguatnya ketanggungan perempuan pasca krisis juga terlihat pada sosok Meidar. Pada akhir tahun 2022, Meidar menjalin kerja sama dengan Hotel Grand Mercure Medan. Kerja sama ini merupakan dukungan pasca inkubasi bisnis UMKM dari Kementerian Parekraf. Meidar mengembangkan varian keripik pisang baru yaitu rasa pedas gurih teri andaliman yang hanya bisa ditemukan di Hotel

Grand Mercure Medan. Saat ini Meidar juga menerima pesanan catering dan menjadi ibu dapur KSDT (Komunitas Spearfishing Danau Toba).

Dukungan dan Kebutuhan Pemulihan bagi UMKM Perempuan

“Tantangan terbesar sebagai wirausaha perempuan adalah bagaimana memperluas pasar, keterbatasan waktu, tenaga dan pikiran, komunikasi pada outlet (mitra), termasuk modal, pemasaran digital, membagi waktu untuk membuat laporan keuangan. Meski sekarang ada pembukuan tetapi masih lemah dalam keuangan” (Meidar, wirausaha olahan makanan, kepala keluarga, penyintas kekerasan).

1. Skema dukungan

Refocusing anggaran memang menjadikan program/kegiatan untuk UMKM menjadi terbatas. Bahkan pernah satu bidang hanya memiliki anggaran 25 juta untuk kegiatan satu tahun. Meski begitu ada berbagai upaya dukungan untuk menguatkan UMKM di Kabupaten Toba baik melalui APBD maupun dari program pusat dan pihak ketiga. Selama pandemi di tahun 2020-2022, Kementerian Koperasi dan UKM, Kementerian Parekraf, BPODT, dan BUMN bekerjasama dengan berbagai pihak seperti perbankan, perguruan tinggi dan pelaku usaha seperti Toba Tenun melakukan pembinaan kepada UMKM. PT Toba Tenun Sejahtera (lebih dikenal sebagai Toba Tenun) adalah perseroan terbatas (PT) yang berkomitmen memperkenalkan dan melestarikan tenun wastra Batak melalui program kerja yang mencakup antara lain pelestarian budaya, pelatihan dan pendidikan perajin (termasuk mengembangkan tenun pewarna alam), serta pengembangan komunitas dan perempuan. Para pihak tersebut berkolaborasi memberikan dukungan bagi UMKM untuk mampu bertahan melewati pandemi dan lebih berdaya. Beberapa dukungan penguatan wirausaha antara lain:

- **Jaring pengaman sosial berbasis rumah tangga**

Selama krisis pandemi, pemerintah tetap mengucurkan bantuan kepada keluarga dalam beberapa kategori seperti PKH, BLT dari pemerintah pusat, juga bantuan

kepada kelompok masyarakat rentan masalah sosial dan ekonomi. Bantuan ini menysar kepada kelompok masyarakat yang masuk dalam DTKS. Selama pandemi, dana desa juga dialokasikan untuk BLT kepada masyarakat yang rentan miskin, namun tidak mendapatkan bantuan dari pemerintah pusat. Penenun Desa Maju mengatakan bahwa mereka mendapatkan bantuan dari pemerintah. Mereka menegaskan jika mendapat PKH, tidak mendapat BLT. Skema ini membantu meringankan beban ekonomi perempuan wirausaha terutama memenuhi sebagian kebutuhan makan harian keluarga.

- **Bantuan krisis UMKM**

Untuk mengurangi risiko pemutusan hubungan kerja pada beberapa industri, pemerintah melalui Kemenparekraf memberikan bantuan lauk siap saji, juga hibah pada usaha perhotelan. Besaran hibah tergantung besaran perusahaan setor pajak. Semakin besar sebuah perusahaan setor pajak, semakin besar hotel tersebut mendapatkan hibah. Perusahaan mendapatkan bantuan selama dua bulan, tetapi bantuan tidak diberikan kepada semua hotel. *“Ada syarat yang harus dipenuhi oleh perusahaan. Kalau tidak salah bayar pajak 1 M. Jadi ketat memang. Industri ulos itu, dia paling dapat bantuan paket sembako. Ada beras, ada teri goreng, ada minyak goreng itu. Dia udah langsung di kotak dari sana. Pelaku usaha kita yang kena dampak mendapat bantuan paket sembako selama 3 bulan- ada juga dari APBD. Kalau bantuan modal untuk usaha paling dari UMKM yang dua jutaan itu”* (Barmin Sianipar, Disbudpar). Kementerian KUKM juga memberikan BPUM kepada pelaku UMKM yang terdaftar dan diajukan oleh Dinas Perindagkop UKM. Menurut penenun Desa Maju yang terlibat dalam FGD, hanya 1 orang pelaku usaha di desa yang mendapatkan BPUM.

- **Peningkatan kapasitas dan bantuan peralatan**

Berbagai dukungan untuk meningkatkan kapasitas UMKM dilakukan selama pandemi. Pelatihan teknis,

digital marketing, pelatihan manajemen keuangan, juga kurasi dan inkubasi bisnis dilakukan baik oleh pemerintah maupun non pemerintah. Toba Tenun misalnya melakukan peningkatan kapasitas melalui pelatihan teknis, kurasi dan inkubasi bisnis. Pelatihan digital marketing juga dilakukan dengan menggandeng Institute Teknologi DEL. Pelatihan kiat sukses kewirausahaan dan kehidupan keluarga dilakukan oleh PT Toba Pulp Lestari & Yayasan DR Syahrir. Kurasi dan inkubasi bisnis juga dilakukan oleh Allianz melalui *Allianz Empowered Competition (Economic Empowerment for Entrepreneurs with Disability)*, juga pelatihan *e-commerce* dari Kementerian KUKM. Dari berbagai kegiatan ini lahirlah wirausaha yang mampu melewati krisis dan bertransformasi menjadi wirausaha yang tangguh.

Selama pandemi, selain pelatihan dan pendampingan ada juga bantuan peralatan yang digulirkan oleh dinas. Meidar adalah salah satu wirausaha yang menerima bantuan peralatan produksi dari pemerintah. Namun beberapa pelaku usaha menyampaikan bahwa bantuan yang diterima tidak sesuai dengan kebutuhan. Misalnya peralatan yang dibutuhkan adalah oven dengan kapasitas yang cukup besar, tetapi yang didapatkan adalah oven dengan spesifikasi yang tidak sesuai kebutuhan. Juga peralatan seperti *sealer* yang tidak sesuai kebutuhan. Bantuan alat tidak menyesuaikan dengan kebutuhan, namun tergantung jenis alat yang datang. Bantuan desain kemasan yang dibuat oleh tim pendamping dalam sebuah pelatihan tidak seperti yang diharapkan oleh pelaku UMKM. Menurut Julianty Simamora, pemilik PT Cakra, Toba harusnya sudah punya rumah kemasan. Belajar dari pengalaman mangkraknya bantuan mesin tenun yang diberikan oleh kementerian kepada SMK pariwisata yang tidak dilengkapi dengan kapasitas *maintenance*, menjadi penting untuk memastikan kebutuhan calon penerima bantuan agar bantuan tersebut tepat guna dan efektif.

- **Digitalisasi marketing dan digitalisasi produk UMKM**

Salah satu upaya untuk mendorong pemasaran dilakukan melalui pemasaran online. Pelatihan digital marketing dilakukan oleh pemerintah daerah dan pusat seperti Dinas Perindagkop maupun dari Kementerian Parekraf dan Kementerian KUKM. Dalam beberapa pelatihan mereka berkolaborasi diantaranya dengan Institute Teknologi DEL dan Telkom. Pelatihan juga dimaksudkan untuk mendorong pelaku UMKM agar dapat memanfaatkan marketplace untuk memperluas pasar. Pelaku UMKM yang telah mendapatkan pelatihan digital marketing juga mendapatkan suport untuk membuat aplikasi pembayaran online QRIS.

Selain pelatihan, Pemerintah Kabupaten Toba bekerjasama dengan IT DEL membuat aplikasi digital motif tenun yang diberi nama itenun untuk membantu pendokumentasian motif tenun Toba. Pemerintah Kabupaten Toba juga mengembangkan Rumah Kreatif Toba dimana masyarakat bisa mengakses produk UMKM Kabupaten Toba secara online melalui kreatif.tobakab.go.id

- **Bantuan modal dan keringanan cicilan kredit**

BUMN dan perbankan juga memberikan dukungan agar UMKM mampu bertahan melewati pandemi. Beberapa dukungan yang diberikan antara lain bantuan peralatan dan keringanan cicilan. Pelaku usaha yang selama ini menjadi mitra Inalum misalnya, mendapatkan pembebasan cicilan UMKM selama 3 bulan. *"Inalum membebaskan cicilan selama 3 bulan. Dia juga menawarkan pinjaman meskipun ada batasan besaran pinjaman. Bunga pinjaman juga sekarang sama seperti KUR"* (Nurlinda Simanjuntak, perempuan wirausaha olahan makanan, lansia). Hal yang sama juga disampaikan oleh informan pemilik usaha madu yang menjadi mitra Inalum. Pembebasan cicilan selama 3 bulan pada masa pandemi ini membuat pelaku usaha bisa sedikit bernafas, karena penghasilan yang berkurang jauh bisa dikumpulkan untuk tetap bertahan melakukan

produksi. Meski mereka mengaku sebagian penghasilan digunakan untuk memenuhi kebutuhan harian.

- **Promosi pariwisata dan produk UMKM**

Kalender pariwisata Toba kembali digulirkan. Berbagai event digelar dengan kerjasama berbagai pihak untuk menarik wisatawan dan menghidupkan UMKM Kabupaten Toba, misalnya:

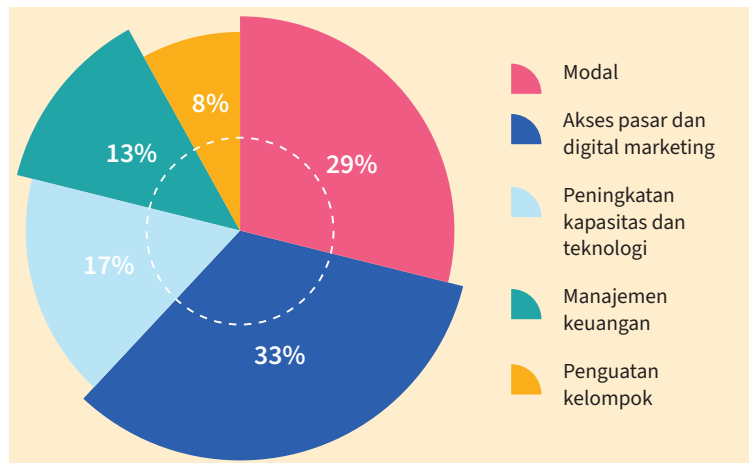
- 2019: Event 1000 Tenda Kaldera Toba di Desa Meat, salah satu desa wisata di Kabupaten Toba.
- Pemerintah Kabupaten Toba menyelenggarakan Pekan Kreatif Toba. Pada saat yang bersamaan pemerintah kabupaten juga mendorong pelaku UMKM bisa menjual produknya melalui kreatif.tobakab.go.id.
- Gelaran W20 dilakukan di Kabupaten Toba sebagai momentum untuk mempromosikan UMKM khas Danau Toba yang banyak digeluti perempuan. Empat isu utama W20 adalah (1) Bebas dari diskriminasi; (2) UMKM yang dimiliki atau dipimpin oleh perempuan sebagai kunci pertumbuhan inklusif; (3) Promosi respon kesehatan untuk pulih bersama secara merata; dan (4) Pertumbuhan ekonomi inklusif untuk membangun ketahanan yang berfokus pada perempuan pedesaan dan perempuan penyandang disabilitas.
- 2022: Kementerian Parekraf bekerjasama dengan pengusaha muda Trisna Pardede mencoba menumbuhkan kecintaan pada wastra nusantara melalui Toba Fashion Week yang dilakukan berbarengan dengan penghargaan UMKM.
- 2022: Kaldera Toba Marathon Festival merupakan event marathon pertama yang digelar di Kabupaten Toba. Event ini diinisiasi oleh IA-ITB berkolaborasi dengan berbagai pihak. Event ini diikuti oleh 1400 pelari dari seluruh Indonesia. Agenda ini diharapkan dapat mengangkat keindahan dan pariwisata Toba serta tentu UMKM.

- F1 Powerboat World Championship ke 40 yang dilaksanakan pada tanggal 24-26 Februari 2023 diharapkan dapat mengangkat pariwisata Toba khususnya Kabupaten Toba. Ditargetkan akan ada 25.000 pengunjung, dan menjadi peluang bagi UMKM untuk mengembangkan produk dan pasar. Kesiapan pelaku UMKM tentu menjadi kunci pemanfaatan optimal dari perhelatan tingkat dunia ini.
- UKM Vaganza yang digelar atas kerjasama berbagai pihak seperti pemerintah kabupaten, perbankan juga perusahaan yang ada di Toba.

2. Kebutuhan pengembangan wirausaha perempuan

Workshop validasi, selain dimaksudkan untuk melakukan triangulasi data juga dilakukan untuk menggali aspirasi prioritas kebutuhan wirausaha perempuan melalui survei kepada peserta. Gambar 4.5 memperlihatkan 5 prioritas dukungan pengembangan wirausaha perempuan di Kabupaten Toba.

Gambar 4. 5: Prioritas Dukungan Pengembangan Wirausaha Perempuan



Akses pasar dan digital marketing menjadi kebutuhan utama (33%). Pasar menjadi tantangan yang banyak dihadapi oleh wirausaha perempuan. Untuk meningkatkan pendapatan, wirausaha membutuhkan akses pasar yang lebih terbuka.

Sebagai DPSP, galeri-galeri produk UMKM di lokasi wisata menjadi suatu kebutuhan. Sebagaimana disampaikan Rita Simanjuntak, mereka mengharapkan adanya galeri di desa, sehingga wisatawan ataupun orang yang datang berkunjung ke desa bisa langsung membeli produk UMKM. Sebelum pandemi, kantor Dekranasda yang terletak di pusat kota menjadi galeri dan sekaligus pasar produk UMKM. Setiap hari beberapa pelaku UMKM akan berjaga dan melakukan aktivitas produktif di kantor Dekranasda. Optimalisasi Dekranasda dan dibukanya kembali galeri UMKM menjadi salah satu poin yang diusulkan oleh pelaku UMKM. *"Yang paling bagus jika Toba punya Galeri UMKM, jadi teman-teman yang belum punya toko offline bisa menitipkan barang/produknya di sana"* (Julianty Simamora, wirausaha olahan makanan dan percetakan, pemilik Silua Toba).

Sertifikasi halal merupakan tantangan pasar untuk produk olahan pangan. Dalam mengembangkan pasar bagi produk olahan pangan dukungan para pihak dalam membantu pelaku usaha mendapatkan sertifikasi halal masih sangat dibutuhkan.

Digital marketing masih banyak dibutuhkan oleh pelaku usaha perempuan sehingga mereka bisa memanfaatkan teknologi untuk pengembangan usahanya. Pengembangan digital marketing UMKM semestinya juga dibarengi dengan upaya mengurangi area blank spot. Keterbatasan infrastruktur seperti sarana prasarana transportasi juga masih menjadi tantangan distribusi produk UMKM dalam mendukung Kabupaten Toba sebagai salah satu DPSP.

Kebutuhan utama kedua adalah **modal**. 29% responden survei menyatakan modal merupakan bentuk dukungan yang masih dirasakan oleh banyak wirausaha perempuan. Dalam berbagai kajian, perempuan memiliki keterbatasan akses modal karena keterbatasan sumberdaya yang dimiliki. Terjeratnya penenun pada kasus ijon menjadi salah satu fakta terbatasnya akses modal perempuan pelaku usaha.

Di sisi lain keberadaan BUMN seperti Inalum, Bank BRI yang siap memberikan dukungan modal bagi pelaku usaha perempuan menjadi angin segar bagi pulih dan berkembangnya usaha

yang dikelola oleh perempuan. Ini memperlihatkan bahwa perempuan mampu mengembangkan usaha ketika memiliki akses terhadap modal. Insentif modal bagi pelaku usaha mikro perlu mempertimbangkan skala usaha dan mekanisme yang ramah terhadap perempuan kelompok rentan.

Prioritas dukungan ke-3 sebesar 17% adalah **peningkatan kapasitas dan teknologi**. Terkait dengan peningkatan kapasitas, kurasi dan inkubasi bisnis terbukti melahirkan wirausaha perempuan yang mampu terus berkembang seperti pelaku usaha perempuan Meidar. Selain pelatihan yang relevan seperti pelatihan teknis, digital marketing, kemasan, mentoring yang menjadi menu dalam kurasi bisnis memperlihatkan hasil yang positif bagi UMKM Kabupaten Toba. Kegiatan serupa dan dikuatkan dengan monitoring dan evaluasi berkala bagi para pemenang kurasi ini akan mempercepat pertumbuhan wirausaha, utamanya perempuan. Hal yang tidak kalah penting adalah mempertimbangkan mekanisme inkubasi bisnis bagi wirausaha disabilitas. Program kurasi dan inkubasi bisnis yang diberikan oleh Kemenparekraf juga memberi ruang bagi peserta untuk belajar dari para peserta periode sebelumnya yang sudah sukses. Kurasi dan inkubasi bisnis bisa berkontribusi dalam menguatkan *business talent* wirausaha perempuan juga mendorong lahirnya *champions* yang menjadi *role model*. *“Mungkin perlu tenaga-tenaga dari luar yang bisa menjadi contoh. Sebenarnya ada sih, ada champion-champion kita, tapi saya katakan itu bukan asli lokal. Dalam artian dia sudah akulturasi dengan luar lah. Misalnya dia berpendidikan di luar gitu, pernah merantau gitu” (Barmin Sianipar, Disbudpar)*. Peningkatan kapasitas juga perlu dibarengi dengan dukungan teknologi yang ramah perempuan dan disabilitas.

Prioritas dukungan **manajemen keuangan** dipilih oleh 13% responden survei menunjukkan bahwa masih banyak pelaku usaha perempuan yang mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan bisnis. Pengelolaan keuangan bisnis yang bercampur dengan keuangan keluarga menjadi tantangan yang dihadapi wirausaha perempuan, terutama pada pelaku usaha ultra mikro. Wirausaha perempuan di Kabupaten Toba mayoritas adalah usaha rumahan. Mereka adalah ibu rumah

tangga yang ingin berkontribusi pada perbaikan perekonomian keluarga. Mayoritas berangkat dari niat dan tekad yang besar didukung keterampilan produksi, namun minim pengetahuan tentang bagaimana menjadi wirausaha, termasuk dalam manajemen keuangan dan pembukuan. Sebagai usaha rumahan, mereka seringkali tidak menghitung tenaga sendiri sebagai komponen dalam ongkos produksi. Keuangan bisnis bercampur dengan keuangan rumah tangga adalah hal yang lumrah mereka lakukan saat memulai usaha, bahkan sampai sekarang pencatatan keuangan usaha masih sulit dilakukan. *“Karena tidak ada pencatatan dan pemisahan keuangan bisnis dan rumah tangga, pernah habis modal tidak bisa produksi, modal terpakai untuk makan. Pelan-pelan membaik sampai hari ini”* (Meidar, Perempuan wirausaha olahan pangan, kepala keluarga penyintas kekerasan). Dukungan manajemen keuangan ini akan meningkatkan kemampuan manajemen keuangan dalam melakukan pencatatan dan pengelolaan administrasi keuangan serta perencanaan pengembangan bisnis pelaku usaha perempuan.

Penguatan kelompok menjadi prioritas kelima (8%). Penguatan kelompok masih sangat diperlukan, terlebih masih banyak pelaku usaha yang tidak memahami pentingnya kelompok sebagai sarana untuk bisa mengakses sumber daya pelatihan maupun modal usaha. Penguatan kelompok ini menjadi langkah strategis melatih keterampilan manajerial wirausaha perempuan, menguatkan posisi tawar sekaligus menjadi langkah penting mendorong meningkatnya jumlah wirausaha perempuan, sebagaimana target Kementerian KUKM.

BAB V

STUDI KASUS KOTA BANDUNG

**Perempuan Tulang Punggung, Suami
Tulang Rusuk**

Konteks Wilayah

Di Kota Bandung, tren pertumbuhan UMKM cukup tinggi. Demikian halnya dengan inovasi yang dikembangkan, baik yang bertumpu pada inisiatif komunitas maupun sinergi dengan pemerintah daerah. Berdasarkan data statistik, perempuan mendominasi di sektor usaha UMKM ini. Situasi ini dapat dimaknai sebagai potensi dalam konteks upaya pemberdayaan perempuan di sektor ekonomi. Kendati demikian, dalam situasi krisis panjang seperti pandemi COVID-19, pelaku UMKM juga menghadapi tantangan yang kompleks. Dibandingkan dengan wilayah lain yang menjadi lokasi penelitian ini, Kota Bandung memiliki dinamika yang berbeda. Selain kawasan urban dengan pilihan fasilitas, akses, serta dukungan infrastruktur/teknologi yang lebih beragam, kategori pelaku UMKM tidak hanya berbeda secara gender, tapi juga usia. Bab ini secara spesifik akan menguraikan pengalaman para pelaku UMKM perempuan kelompok rentan dengan menggunakan perspektif gender termasuk interseksi isu dengan aspek lain seperti usia.

Kategorisasi UMKM Secara Umum

Secara umum, kategori UMKM di Kota Bandung dibagi berdasarkan besaran modal, yakni kriteria usaha mikro, kecil, menengah, dan besar. Menurut perhitungan BPS Kota Bandung, 75% pelaku usaha di Kota Bandung adalah usaha mikro atau para pelaku usaha dengan kepemilikan modal <Rp 1 miliar (BPS, 2021). Sementara jumlah pelaku usaha kecil sekitar 19,49% dan sektor usaha menengah adalah 4,48% (BPS, 2022).

Gambar 5.1: Kategori Pelaku Usaha Berdasarkan Kepemilikan Modal di Kota Bandung

Jenis Pelaku Usaha	Jumlah	Presentase	Kepemilikan modal
Mikro	111.627	75%	<1 Miliar
Kecil	28.852	19,49%	1-5 Miliar
Menengah	6.694	4,48%	> 10 Miliar

Terkait dengan jenis usaha yang dikembangkan, kebanyakan ada pada bidang kuliner dan fashion. Sebagaimana dampak

pandemi terhadap krisis global baik secara kesehatan, ekonomi, dan sosial, sejumlah literatur telah menjelaskan berbagai kesulitan yang dialami oleh UMKM (Smeru, 2022; Investing Woman, 2021). Misalnya, akses terhadap modal, keterbatasan mobilitas, dan penurunan jumlah omset/konsumen. Namun yang menjadi menarik di Kota Bandung adalah terkait dengan pendayagunaan teknologi digital sebagai salah satu strategi menyaingi dampak pandemi (Satariah & Yusuf, 2021). Ini merefleksikan studi lainnya bahwa pembatasan sosial menjadikan sebagian besar aktivitas harus dialihkan secara daring (*online*) termasuk dalam menjalankan usaha jual-beli. Strategi ini diyakini dapat mengurangi risiko penularan namun aktivitas ekonomi tetap dapat dilakukan, terutama pada bidang usaha kuliner dan fashion. Beberapa artikel bahkan menyebutkan bahwa usaha penjualan fashion seperti hijab justru meningkat di masa pandemi dan sebagian besar pelakunya berasal dari Bandung (Open Data Jawa Barat, 2021). Pemetaan yang pernah dilakukan oleh Dcode (2020) terdapat beberapa sektor usaha yang ternyata justru keuntungannya meningkat (*potential winner*) seperti sektor kesehatan, teknologi, dan jasa yang dapat ditransaksikan secara daring. Sementara sektor-sektor usaha lain yang memiliki kebutuhan tinggi pada interaksi langsung atau luring akan mengalami kerugian besar (*potential looser*), seperti wisata, manufaktur, dan konstruksi.

Peran, Kontribusi dan Tantangan Perempuan di Sektor UMKM

Selaras dengan data nasional, perempuan juga mendominasi sektor UMKM di Kota Bandung (Dinas KUKM, 2022). Lebih dari 50% pelaku UMKM di Kota Bandung adalah perempuan. Rata-rata dari mereka adalah lulusan SLTA yang kebanyakan menjalankan sektor usaha kuliner, fashion, dan konveksi. Tidak dipungkiri bahwa keterlibatan perempuan di sektor UMKM memainkan peranan yang sangat penting terhadap ketahanan ekonomi mulai dari level rumah tangga hingga nasional. Dari segi produktivitas, sektor UMKM memungkinkan perempuan untuk bekerja secara lebih fleksibel baik dalam konteks ruang dan waktu. Melalui sektor UMKM, perempuan yang memiliki keterbatasan untuk berkompetisi di sektor kerja formal dan terhimpit oleh hambatan kultural dapat tetap bersiasat untuk menopang

kesejahteraan ekonomi keluarga. Kemampuan untuk tetap berdaya di sektor UMKM ini lebih jauh dapat membantu menekan tren angka kemiskinan.

Di Kota Bandung, cukup banyak diskusi mengenai isu yang terkait dengan kontribusi sekaligus tantangan perempuan di UMKM. Misalnya, inisiasi pemerintah daerah melalui lembaga pelatihan seperti Sekolah Perempuan Capai Impian dan Cita-cita (*sekoper cinta*) cukup menarik perhatian publik. Sekoper Cinta adalah upaya Pemerintah Provinsi Jawa Barat memberdayakan dan memperkuat perempuan ibu rumah tangga. Tingginya angka perceraian karena kasus Kekerasan Dalam Rumah Tangga (KDRT) dan faktor ekonomi menjadi salah satu hal penting yang melatarbelakangi inisiasi sekoper cinta. Aktivitas dan minat untuk mengakses lembaga pelatihan tersebut merefleksikan bahwa aspirasi perempuan di sektor UMKM sangat tinggi. Tapi selain itu, kebutuhan mereka untuk dapat menjalankan usahanya secara berkelanjutan juga masih belum optimal terpenuhi.

Menurut data BPS, TPAK perempuan masih tertinggal dibandingkan laki-laki. Tahun 2021, TPAK perempuan masih hanya mencapai 65.31%. TPAK ini tentu saja merujuk pada perhitungan di sektor formal. Tapi data tersebut dapat menggambarkan masih terbatasnya kemampuan perempuan untuk mengakses ruang publik. Meskipun kesempatannya ada, tapi dampak dari hambatan budaya yang juga berpengaruh terhadap bangunan struktur kebijakan yang bias masih sulit diantisipasi. Situasi ini termasuk yang juga terjadi pada perempuan yang bekerja di sektor informal. Dapat dikatakan tantangannya menjadi lebih kompleks karena isu gender bersinggungan dengan keterbatasan lain yang dimiliki seperti rendahnya pendidikan, kesulitan beradaptasi dengan teknologi dan akses modal. Lapis-lapis masalah juga muncul bagi keberadaan perempuan kelompok rentan seperti perempuan dengan disabilitas, perempuan kepala rumah tangga, dan perempuan migran. Di Kabupaten Bandung sendiri, jumlah perempuan kepala rumah tangga mencapai 136.550 (Disdukcapil, 2021).

Meskipun problem tersebut merupakan problem hampir semua perempuan, namun poin penting pada konteks

Bandung adalah bahwa hambatan budaya di wilayah urban juga masih tinggi.

Gambar 5.2: Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja

Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja	Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (Persen)								
	Laki-laki			Perempuan			Laki-laki dan Perempuan		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja	-	79,41	80,44	-	49,82	50,00	65,90	64,71	65,31

Dikutip dari Kota Bandung Dalam Angka

Keberhasilan perempuan untuk berpartisipasi di sektor publik tidak selalu berarti menghilangkan seluruh tatanan nilai patriarki. Meskipun perempuan berdaya secara ekonomi namun secara sosial masih sulit mendapatkan rekognisi yang setara dengan laki-laki yang diasosiasikan dengan peran sebagai pencari nafkah. Situasi ini berimplikasi terhadap berbagai tantangan yang harus dihadapi terutama yang berkaitan dengan akses modal, dukungan sosial, jaringan pasar, dan jaminan perlindungan. Demikian halnya dalam situasi kebencanaan seperti pandemi COVID-19. Dalam perspektif gender, dampak bencana terhadap perempuan dan laki-laki bisa jadi berbeda dan itu bukan kondisi terberi; melainkan sangat erat kaitannya dengan aspek budaya, struktur kebijakan, dan politik yang berlaku di dalam masyarakat tertentu (Ayesha 2005; Asriani, dkk, 2021). Misalnya, oleh karena struktur masyarakat patriarki lebih mengasosiasikan beban pengasuhan dengan peran perempuan, dalam situasi bencana seperti pandemi COVID-19 peningkatan beban domestik cenderung dialami oleh perempuan. Demikian halnya dengan isu teknologi. Meskipun perempuan dan laki-laki memiliki akses yang sama terhadap teknologi, perempuan lebih sering mengeluhkan keterbatasannya untuk beradaptasi dengan teknologi selama pandemi COVID-19. Oleh karena dampak yang dialami berbeda, maka cara meresponnya juga berbeda antara perempuan dan laki-laki.

Gambar 5.3 menunjukkan situasi-situasi spesifik berbasis pada kelompok informan yang berpartisipasi di dalam riset ini di Bandung. Terdapat beberapa karakter yang dapat dilihat sebagai faktor dan modalitas yang menguatkan yakni

kemampuan para perempuan untuk membangun jejaring kerja informal dan jenis usaha yang khas seperti fashion dan kuliner. Dalam praktiknya etos kerja para perempuan sangat kuat meski motifnya seringkali bersinggungan dengan kebutuhan keluarga yang mendesak. Selain itu, mereka menerapkan kerja yang fleksibel yang dapat dilihat sebagai modalitas karena mereka menjadi tidak terpaku pada satu jenis usaha maupun jam kerja tertentu. Terakhir adalah kemampuan perempuan untuk mendayagunakan nilai-nilai spiritualitas sebagai upaya untuk mengekspresikan “kepasrahan” sekaligus mereproduksi harapan untuk terus berusaha dan mencoba kembali (jika gagal). Namun, berbasis pada pengalaman perempuan terdapat juga situasi-situasi yang rentan menjadi hambatan seperti keterbatasan perempuan dengan teknologi dan isu beban ganda. Jika keberhasilan usaha diukur dengan peningkatan produktivitas ekonomi, maka berjaraknya perempuan dengan teknologi dan terjebaknya mereka pada beban ganda dapat menjadikan waktu dan kesempatan produktif mereka berkurang. Selain itu, akses perempuan terhadap modal juga lebih rendah dibandingkan laki-laki. Pada kondisi ini, pengelolaan keuangan usaha/bisnis juga sering bercampur dengan konsumsi harian keluarga. Bagi perempuan, mekanisme ini bisa jadi adalah cara mereka menyeimbangkan antara bisnis dan pemenuhan kebutuhan keluarga. Namun dalam logika ekonomi (makro), sistem pengelolaan keuangan tersebut dapat menghambat upaya untuk mengakumulasi keuntungan.

Gambar 5.4: Dampak Pandemi COVID-19 pada Konteks Urban



Pengalaman (dampak, respon, dan situasi setelah krisis panjang)

Pada sub-bab ini, diskusi tentang pengalaman perempuan akan berfokus pada tiga hal, yakni dampak pandemi COVID-19, upaya atau mekanisme adaptasi yang dilakukan, dan situasi saat ini setelah krisis panjang. Dapat dikatakan bahwa dampak pandemi COVID-19 secara global terutama yang berkaitan dengan isu kesehatan, ekonomi dan sosial juga terjadi di kelompok perempuan pelaku UMKM di Bandung. Misalnya, dari segi ekonomi atau penghidupan (*livelihood*), mereka juga mengalami kesulitan karena pembatasan sosial berdampak pada penurunan jumlah konsumen. Kesulitan ini sangat dirasakan terutama di masa-masa awal pandemi. Tapi sumbangsih dari bab ini terdapat pada analisis naratif atau berpusat pada subjektivitas perempuan rentan dalam memaknai kesehariannya yang tinggal di wilayah urban dengan peran ganda (*multiple*) yakni sebagai pedagang, istri, dan ibu. Gambar 5.4 berikut ini menggambarkan secara general dampak yang dialami perempuan UMKM dalam konteks urban. Sama halnya dengan pelaku usaha lain bahwa di masa pandemi COVID-19, penurunan mobilitas berakibat pada turunnya permintaan. Sehingga pemasukan atau perhitungan harga jual di bawah rata-rata. Sementara harga bahan baku meningkat dan berbagai program pemerintah yang berkaitan dengan pengembangan usaha terhenti. Pada konteks urban, mekanisme bertahan para perempuan UMKM ini hanya bertumpu pada skema bantuan.

Gambar 5.3: Pemetaan tentang Karakter Perempuan Pelaku UMKM di Wilayah Urban: Studi Kasus Bandung



Dampak Sosial-Ekonomi di Masa Pandemi COVID-19

Sehingga narasi dampak sosial-ekonomi yang disampaikan merefleksikan pengalaman subjek marginal dengan peran beragam ketika hidup di tengah krisis panjang seperti pandemi COVID-19.

1. Tutup toko/warung

Semua informan, terutama perempuan kepala rumah tangga dan miskin mengatakan bahwa di masa awal pandemi COVID-19 pilihan yang paling rasional adalah menutup usaha mereka. Pembatasan sosial berakibat pada berkurangnya mobilitas individu sehingga jumlah konsumen berangsur-angsur menurun. Sehingga pada akhirnya, mereka memutuskan untuk menutup toko atau warungnya karena tidak mampu lagi melakukan produksi. Temuan ini secara umum mengkonfirmasi temuan-temuan studi sebelumnya terkait dampak pandemi terhadap gangguan penghidupan (Fatimah, dkk 2020; Asriani, dkk, 2021). Namun berdasarkan pengalaman para informan, keputusan untuk menutup toko/warung juga distimulasi oleh ketidakpastian para pengambil kebijakan dalam merespon pandemi COVID-19. Misalnya, terdapat salah satu informan yang memiliki toko *visual art* dimana mahasiswa jurusan seni rupa adalah konsumen utamanya. Namun saat awal pandemi COVID-19 terdapat ketidakpastian kebijakan apakah kampus hanya akan ditutup sementara atau tidak. Situasi ini membuatnya cukup sulit membuat keputusan:

“Awal 2020 itu daerah sana (wilayah kampus) tiba langsung jadi sepi, karena mahasiswanya tidak ada. Jadi kampus itu kan mahasiswanya hampir 6000. Jadi semua warga disana usahanya sangat mengandalkan keberadaan mahasiswa. Pihak kampus mengatakan bahwa mereka tidak akan beroperasi sampai Februari. Namun hingga Maret dan April belum juga buka. Nah, dari September-Desember, kampus tetap tidak buka. Akhirnya Januari 2021 saya menutup toko yang di dekat kampus tersebut” (Yun, wirausaha produk seni kriya, kepala keluarga).

Demikian halnya dengan pengalaman perempuan lainnya yang memiliki warung dan berjualan makanan. Mereka mengatakan bahwa pandemi COVID-19 membuat situasi pasar tidak stabil. Meskipun dalam kondisi normal, mereka juga memiliki tantangan untuk mendapatkan konsumen,

ketidakpastian di masa pandemi COVID-19 merupakan salah satu faktor mendasar yang membuat mereka kesulitan secara ekonomi. Seperti yang disampaikan oleh informan berikut ini:

“Iya waktu awal pandemi itu, saya waktu pandemi itu kan nggak ada penghasilan tuh. Akhirnya itu untungnya ada bantuan sembako itu” (Tati, wirausaha kuliner, kelas menengah bawah).

Informan lainnya mengatakan:

“Yang kerasa ya sebelum pandemi semuanya stabil. Walaupun warung kadang sepi setidaknya gitu ada yang beli. Tapi ketika covid ya semuanya sepi berimbas ke semuanya”. (Vinka, Perempuan, wirausaha kuliner, kelas menengah bawah).

Informan lain juga menegaskan bahwa ketidakpastian situasi pandemi COVID-19, terutama yang berkaitan dengan kebijakan pembatasan sosial, menjadikan mereka kesulitan untuk mengelola bisnis mereka. Dalam praktiknya, mereka mengandalkan penghasilan harian dan membaginya untuk biaya produksi dan konsumsi rumah tangga. Jika jumlah konsumen tidak stabil dan cenderung berkurang maka modal mereka juga terbatas. Sehingga ketika warung makan tetap buka, mereka kebanyakan tidak mendapatkan untung tapi hanya sebatas dirinya dan keluarganya dapat ikut makan.

“Saat pandemi memang yang beli sepi saja. Modalnya itu ngambil dari warung gitu, jadi memutar pendapatan dari warung. Tapi karena sepi jadi modalnya tidak ada lagi. Kalau buka warungnya, biasanya makanannya tidak habis lalu untuk lauk-pauk keluarga” (Titin, kelas menengah bawah).

2. Pemasukan kecil, pengeluaran besar

Selama pandemi, para informan mengatakan jika konsumsi sehari-hari tidak berkurang dan bahkan ada yang bertambah. Meskipun terdapat pembatasan sosial dan hampir semua aktivitas dilakukan di rumah, pengeluaran sehari-hari tidak juga berkurang. Pengeluaran yang besar kebanyakan untuk konsumsi sehari-hari dan biaya sekolah anak.

“Meskipun pemasukan banyak berkurang, pengeluaran juga lebih banyak. Anak saya ada tiga dan semuanya kuliah” (Vinka, wirausaha kuliner, kepala rumah tangga).

Berdasarkan pengalaman perempuan, orang tua yang paling sering dicari anak-anak adalah ibunya. Termasuk ketika mereka ingin menyampaikan kebutuhan sehari-harinya. Di masa pandemi, tuntutan kebutuhan anak-anak, mulai dari biaya sekolah, uang jajan, dan biaya kuota internet tidak mengalami perubahan yang signifikan. Sementara, sebagai seorang ibu, para perempuan ini merasa harus tetap bertanggung jawab secara penuh meski dalam kondisi krisis.

“Kalau punya anak sekolah, kita (orang tua) kan otomatis dan mau tidak mau tiap pagi diminta uang jajan. Anak-anak juga kadang tidak mau tahu kondisi kita seperti apa. Apakah orang tua sedang punya atau tidak punya uang, mereka tidak peduli. Kita sebagai orang tua juga tidak tega. Masa kita bilang kalau sedang tidak punya uang. Kan kasihan juga. Jadi sebagai orang tua ya jadi gimana caranya uang itu tetap ada” (Rina, wirausaha kuliner, kelas menengah bawah).

Sementara bagi perempuan dengan disabilitas mengatakan bahwa pengeluaran yang juga tidak berubah selama pandemi adalah untuk biaya sewa rumah. Kebutuhan ini yang dirasakan cukup berat bagi mereka.

“Walaupun saya belum memiliki anak yang sekolah, tapi biaya sewa rumah ini juga mahal dan tidak ada keringanan meskipun pandemi COVID-19”. (Yati, penjahit, disabilitas.)

3. Pergeseran peran di dalam rumah tangga

Berdasarkan pengalaman perempuan yang berpartisipasi dalam studi ini, pandemi COVID-19 juga meningkatkan beban ganda terutama yang berkaitan dengan pekerjaan domestik. Namun hal menarik lainnya adalah ketika peran-peran produktif semakin banyak dilakukan perempuan di masa pandemi COVID-19. Jika sebelum pandemi, penghasilan perempuan dianggap sebagai dukungan atau peran pelengkap, perempuan justru menjadi tumpuan di masa krisis.

Para perempuan yang memiliki warung mengatakan bahwa

suami mereka mengalami PHK saat pandemi COVID-19; sehingga untuk tetap memenuhi kebutuhan sehari-hari terutama untuk anak-anaknya, apa yang dihasilkan perempuan di sektor UMKM menjadi sumber ekonomi utama keluarga.

“Kayak kemarin pandemi kan suami jualan es kelapa. Jualan dia rame sekali. Tapi saat pandemi langsung sepi sekali. Akhirnya bangkrut. Terus tempat yang di sana, foodcourt di Dago itu ditutup. Jadi mau nggak mau kita sebagai istri, harus cari uang. Soalnya kalau nggak, mau dapat tambahan dari mana. Karena laki-laki kalau nggak ada itu juga sudah WA. Aduh, kudu mikir punya uang 50 ribu jadi jualan naon yah, gitu” (Yati, wirausaha fesyen/penjahit, dengan disabilitas).

Narasi serupa juga disampaikan oleh informan yang lain bahwa jika dikalkulasi maka penghasilan perempuan, meskipun tidak tetap dan berbasis keseharian, lebih banyak dibandingkan penghasilan suami secara keseluruhan:

“Pencari nafkah utama ya suami, tapi bisa dibilang memang penghasilan saya lebih besar daripada suami saya” (Yati, wirausaha fesyen/penjahit, kepala rumah tangga).

Dalam refleksi yang lebih dalam, para perempuan menyampaikan bahwa fleksibilitas perempuan dalam mengelola kehidupan menjadi lebih menguntungkan di situasi pandemi. Pengalaman hidup di situasi krisis, pergeseran peran yang terjadi justru membuat perempuan menjadi tulang punggung utama di dalam keluarga, sehingga ada ungkapan bahwa perempuan tulang punggung sementara laki-laki tulang rusuk, seperti testimoni berikut ini.

“Kayaknya sekarang kita semua begitu ya. Sekarang mah kadang, bukan merendahkan kaum lelaki ya, cuma kadang sekarang perempuan jadi tulang punggung, laki tulang rusuk” (Yati, penjahit, disabilitas, kepala rumah tangga).

Respon dan Narasi Bertahan UMKM Perempuan

Narasi adaptasi di tengah krisis pandemi COVID-19 merupakan sebuah upaya untuk merespon berbagai perubahan baik dalam hal kehidupan maupun peran sosial. Sehingga meskipun temuan data tentang adaptasi di bawah ini terdiri dari beberapa praktik, namun masing-masing adalah siasat yang dilakukan perempuan ketika kondisi kehidupan

sulit sekaligus saat terjadi pergeseran terhadap peran-peran sosialnya. Namun berbeda dengan daerah lainnya, narasi perempuan di Bandung ini lebih merefleksikan strategi yang bersifat individualis. Artinya meskipun perempuan terlibat dalam aktivitas kelompok seperti arisan, pengajian, dan gotong royong, struktur masyarakat urban juga berpengaruh terhadap bentuk praktik keseharian mereka yang cenderung individualis.

1. Menerima, menunggu, dan mencari pinjaman

Seperti yang dijelaskan di atas, bahwa para informan berupaya bertahan di dalam ketidakpastian sebelum akhirnya mereka menutup toko/warungnya. Sehingga dapat dikatakan bahwa para perempuan berupaya bertahan dengan menunggu dan memantau setiap perkembangan kebijakan terkait pembatasan sosial di masa pandemi COVID-19:

“Nah kebetulan karena aku buka usahanya udah dari beberapa tahun ya. Waktu itu saya masih bisa bertahanlah sambil menunggu janji-janji kan. Jadi 2020 tuh janjinya gini: Semester ini nggak akan ada perkuliahan dulu nih. Nanti kita akan buka lagi perkuliahan normal bulan September semester berikutnya. Kita nunggu kan, sampai September sambil nyemangatin gitu sama UKM-UKM yang di sekitar. Karena memang sepi banget di situ nggak ada orang lewat, nggak ada yang datang” (Yun, wirausaha produk seni kriya, kepala keluarga).

Pilihan untuk menunggu dan berharap mendapat kepastian juga berkaitan dengan perannya sebagai pencari nafkah di keluarganya. Oleh karena tanggung jawab terhadap kesejahteraan ekonomi keluarga, mereka berharap bahwa sektor usahanya dapat segera kembali menghasilkan.

“Ya karena ada warung yang masih buka, saya tiap pagi tetap masih jualan gorengan, dari jam setengah 6 sampai jam 7, meskipun kadang nggak habis. Tapi bagaimana karena penghasilan dari situ” (Titin, wirausaha kuliner, kelas menengah bawah).

Pilihan untuk bertahan dan menunggu tentu memberikan konsekuensi terhadap macetnya perputaran modal. Oleh

karena terjadi penurunan omzet, maka pemasukan yang juga dapat digunakan untuk permodalan menjadi sangat terbatas. Sehingga beberapa perempuan, terutama mereka yang dari kalangan menengah ke bawah, berstrategi dengan melakukan pinjaman kepada kerabatnya.

“Untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari, ya bisa bisanya kita saja. Seadanya saja. Kadang jadinya ya pinjam (uang) sana sini. Kalau sangat terpaksa, kita akhirnya pinjam (uang)” (Tris, wirausaha kuliner, kelas menengah bawah).

2. Menunggu sambil meningkatkan keterampilan dan diversifikasi usaha

Selain berupaya bertahan dengan menunggu, beberapa perempuan berupaya mengikuti pelatihan untuk menambah keterampilan yang lain.

“Apalagi waktu kemarin 2020 awal, kalau pandemi kan banyak banget seminar online. Aku berusaha buat ngikutin sih seminarnya. Kalau sisanya karena kayak memang bisnis aku masih dalam bentuk digital juga, makanya semuanya tuh masih online, semuanya dalam segi materi dan lain-lain masih online. Itu sambil kuliah aja sih, karena kebetulan ada mata kuliahnya juga di kampus buat manajemen media sosial itu seperti apa, jadi aku curi-curi ilmunya juga disitu. Tapi aku prakteknya itu di usaha aku itu” (Fia, usia muda, wirausaha produk kecantikan).

Bagi para informan, ketika warung/tokonya benar-benar tidak lagi memberikan penghasilan, mereka berupaya untuk beralih usaha. Peralihan usaha juga bukan hal yang mudah; sebab secara umum, potensi-potensi ekonomi yang dapat dikembangkan pada masa pandemi COVID-19 juga sangat terbatas. Kendalanya bisa jadi ada pada keterbatasan modal, keterampilan dan pengalaman yang tidak optimal, serta ketidakpastian tentang kapan pandemi akan berakhir.

“Saya lebih ke memulai dari hobi. Seperti yang kubilang kalau aku suka melakukan kayak let do it yourself, udah kayak aku tuh buat apa buat apa sendiri, coba-coba lah gitu. Nah aku tahu dari apa yang sedang tren. Aku lihat nih, oh ternyata

ini bisa jadi peluang. Misalnya, ini loh ada card readernya bisa nyetak di fotoin sama orang. Fotonya yang terdekat mirip user. Kan pada saat pandemi itu, orang-orang itu kan ada yang di rumah mereka, terus lama. Pokoknya vibes di rumah gitu. Mungkin salah satunya adalah dengan bikin design di kamarnya. Karena supaya relaxing kayak gitu kan. Aku kayak mikir wah ini ada opportunity-nya. Terus aku cek nih kayak target pasarnya gimana. Untuk itu target pasarnya bagus, terus juga kayak kompetitornya seperti apa” (Fia, usia muda, wirausaha produk kecantikan).

Informan lain juga memiliki pengalaman serupa untuk bersedia menjadi lebih fleksibel dalam melakukan inovasi usaha.

“Kami melakukan diversifikasi usaha dan mau menerima apa yang diberikan oleh pemerintah, misalnya pelaku-pelaku UMKM ada pelatihan pastry dan kemitraan dengan pengusaha yang lebih maju” (Rina, wirausaha kuliner, kelas menengah ke bawah).

3. Pemanfaatan teknologi

Oleh karena pembatasan sosial dan peralihan aktivitas luring ke daring, para informan juga berupaya untuk mendayagunakan teknologi dalam menjalankan usahanya. Mereka belajar untuk menggunakan media sosial sebagai tempat baru mereka berjualan.

“Di Facebook, di IG, tapi nggak di iklan sih. Lebih ke postingan-postingan. Postingan di akun pribadi sama di grup-grup Facebook gitu. Soalnya kan kalau pake iklan prabayar tuh kan lumayan tuh ya ngeluarin” (Vinka, wirausaha kuliner kelas menengah bawah).

Informan lain juga mengatakan hal yang serupa:

“Jadi aku punya gudang online kan, toko online di Jalan Karangutan. Pindahan tuh toko tiga lantai, pakai bolak balik berapa kali tuh ngeluarin barang semua. Dari Januari 2021 sampai sekarang, berarti toko offline aku udah nggak ada kan, semuanya cuma bisnis online aja sekarang” (Yun, wirausaha produk seni kriya, kepala keluarga).

Informan yang lain berusaha memanfaatkan tren berjualan *online* melalui sistem *e-commerce* (perdagangan elektronik). Namun sejumlah perempuan yang mengandalkan penghasilan sehari-hari justru merasa kesulitan dengan sistem pencairan dana yang hanya dapat dilakukan dalam kurun waktu tertentu.

“Iya. Di Gojek, Grab dan Shopee food itu tidak bisa mengambil penghasilan kita hari itu juga. Hari-hari libur juga tidak bisa dicairkan tapi harus di hari kerja di jam-jam yang tidak sama. Jadi itu justru menyulitkan ya apalagi saat benar-benar butuh hari itu juga” (Vinka, wirausaha kuliner, kelas menengah ke bawah).

Sementara terdapat juga beberapa informan yang memanfaatkan tren *viral* seperti media *TikTok*. Asumsinya ketika banyak aktivitas beralih ke interaksi berbasis daring, maka para konsumen juga akan mengalihkan aktivitas konsumsinya melalui media daring. Namun tetap saja logika ekonomi yang dibangun melalui sistem teknologi digital tidak selalu sejalan dengan keseharian perempuan di sektor UMKM yang mengandalkan penghasilan harian.

“Nah sekarang, saya lagi coba di TikTok. Soalnya kan yang lagi viral kan di TikTok. Tapi di TikTok tuh kendalanya sama saja terkait dengan pencairan uang dan ekspedisi. Sedangkan produknya adalah makanan ya, jadi tidak bisa lama. Juga produknya tidak menggunakan pengawet. Kalaupun di vakum, tetap ada masa kadaluarsanya. Aduh, gimana ya, sedangkan aku nggak berani ngasih lebih dari 3 hari” (Vinka, wirausaha kuliner, kelas menengah ke bawah).

Setelah Krisis Panjang Pandemi COVID-19: Apa Yang Terjadi?

Saat penelitian ini dilakukan, pandemi COVID-19 belum dapat dikatakan selesai. Namun dampak yang dianggap paling berat tampak berangsur membaik. Artinya, jika krisis akibat pandemi COVID-19 dimaknai dalam konteks sosial-ekonomi, saat penelitian ini dilakukan, masyarakat sudah dapat lebih leluasa untuk berkegiatan di luar rumah. Sehingga kerja atau aktivitas ekonomi dapat kembali dilakukan. Namun dalam kondisi tertentu, terdapat juga perubahan situasi yang justru menjadi tantangan baru, seperti ada perubahan sifat pasar karena pemanfaatan teknologi digital. Berikut ini adalah

narasi-narasi informan yang menjelaskan ragam situasi setelah krisis panjang akibat pandemi COVID-19.

1. Situasi membaik

Para informan, terutama yang bergantung pada penghasilan sehari-hari seperti berjualan makanan merasa situasinya membaik di akhir tahun 2021, meskipun masih ada kecemasan jika tren penularan kembali meningkat. Semakin banyak orang yang berkegiatan di luar rumah karena baik kerja maupun sekolah menerapkan sistem bauran. Sehingga para pelanggan mulai berdatangan meskipun belum sebesar seperti sebelum pandemi COVID-19 terjadi. Namun pada kondisi tertentu, dilema antara kebutuhan untuk memiliki aktivitas ekonomi dan kekhawatiran pada risiko penularan tetap masih menjadi tantangan.

“Awal, akhir tahun 2021 sih baru mulai membaik. Tapi kerasa lebih baik tuh sekarang. Tapi karena sekarang udah Covid naik lagi, takutnya gitu ya. Soalnya kan yang jajan itu sekitaran sini. Misalkan kaya pegawai rumor dia yang kesini, atau yang online. Sedangkan kalau Covid tuh yang biasanya jajan jadi jualan kan?” (Rina, wirausaha kuliner, kelas menengah ke bawah).

Selain itu, kebiasaan aktivitas online selama pandemi COVID-19 juga mengubah cara atau pola konsumsi masyarakat. Beberapa konsumen telah beralih pada penggunaan jasa aplikasi *online* untuk memesan atau membeli makanan. Namun tidak semua informan dapat mengoptimalkan aplikasi *online* tersebut. Sehingga meskipun mereka dapat berjualan seperti biasanya lagi, jumlah pelanggan tidak otomatis sama.

“Saat pandemi, warung tetap buka. Walaupun ya apa ya, muternya hanya di modal lah, gitu. Berimbang omzet 80% lah turun. Terus sekarang mulai membaik ya mulai naik walaupun belum stabil” (Tris, wisata kuliner, kelas menengah ke bawah).

Tapi dalam pemaknaan yang lain, meskipun terdapat perubahan yang signifikan terhadap pemanfaatan teknologi selama pandemi COVID-19, banyak diantara para informan

yang berharap agar dapat kembali pada cara-cara “tradisional” seperti sebelum pandemi terjadi. Situasi ini lebih lanjut dapat menjadi catatan penting untuk gagasan “new normal” dalam konteks teknologi yang ternyata tidak sepenuhnya dapat dijalankan. Artinya, istilah “new normal” diberlakukan dalam konteks pemanfaatan teknologi sebagai alternatif interaksi sehari-hari tidak sepenuhnya dapat dilakukan ketika situasi krisis pandemi sudah berangsur menurun. Saat penelitian ini dilakukan, status pandemi COVID-19 belum berakhir, meski tingkat penularan jauh berkurang. Namun interaksi sehari-hari masyarakat tidak serta menjadikan teknologi sebagai media pokok sebagaimana gagasan “new normal”. Melainkan, pola-pola interaksi yang dikembangkan terutama dalam transaksi jual-beli UMKM, justru kembali seperti sebelum pandemi COVID-19 terjadi.

2. Situasi pasar yang bergeser

Situasi berangsur membaik, dalam artian aktivitas ekonomi mulai berjalan lagi, kondisi pasar tidak lagi sama dengan sebelumnya. Macetnya rantai pasok dalam kondisi yang cukup lama di masa pandemi COVID-19 bisa jadi berpengaruh pada ketidakseimbangan antara permintaan dan penawaran. Selain itu dampak pandemi COVID-19 terhadap kenaikan inflasi menjadikan harga-harga bahan pokok melambung tinggi. Sehingga meskipun mereka dapat berjualan lagi dengan lebih mudah, namun ada kebutuhan untuk melakukan penyesuaian pada perhitungan ekonominya. Besaran modal yang dibutuhkan menjadi lebih besar karena ongkos produksi meningkat. Tapi jumlah pelanggan tidak juga lebih banyak dibandingkan sebelumnya.

“Pelanggan lama. Iya pelanggan. Pelanggan lama udah nggak ada. Ya kan yang tadi dibilang kan, kayak orang yang biasa beli sekarang jadi jualan. Nah jadi gitu, susahny tuh itu. Soalnya kan orang kayak aduh beli misalkan, memang beli gampang, tapi kan lebih mahal. Misalkan kayak beli terigu yang murah 3000. Buat beli gorengan ya 2000, tapi kan bikin sendiri bisa jadi banyak dari 3000 teh” (Titin, wirausaha kuliner, kelas menengah bawah).

Perpindahan aktivitas dari *offline* ke *online* sebagai antisipasi terhadap risiko penularan, seolah-olah “memaksa” setiap orang untuk juga beradaptasi secara cepat terhadap penggunaan teknologi. Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa adaptasi terhadap teknologi tidak selalu menghasilkan narasi positif. Artinya, pergeseran dari *offline* ke *online* ini juga menjadi salah satu bentuk atau kondisi yang berbeda yang diwaspadai setelah krisis panjang pandemi COVID-19. Pergeseran ini juga dapat menjadi catatan terutama bagi wirausaha kuliner, dimana terdapat tantangan untuk menciptakan mekanisme produksi yang lebih berkelanjutan. Misalnya tantangan untuk menciptakan inovasi produk cibay dalam bentuk frozen. Teknis ini dapat menjangkau pasar yang lebih luas sehingga meningkatkan produktivitas.

“Iya, jadi lagi inovasi gimana caranya supaya kaya misalkan yang best seller ya cibay. Aduh gimana ya sedangkan aku nggak berani ngasih lebih dari 3 hari. Tapi karena cibay aku pernah sampai jauh sih ke Belanda, ke temen. Jadi digoreng dulu setengah matang, di vakum ya dikirim, gitu” (Vinka, wirausaha kuliner, kelas menengah bawah).

Kegelisahan terhadap pergeseran situasi pasar ini juga semakin menegaskan bahwa meningkatnya pemanfaatan teknologi di masa pandemi COVID-19 tidak sepenuhnya ditangkap sebagai pembelajaran positif. Asumsi bahwa perlu atau akan terjadi kultur “new normal” karena pembiasaan yang cukup lama di masa pandemi COVID-19, bagi sekelompok orang masih sulit untuk diterapkan.

3. Peralihan usaha luring ke daring

Pada beberapa informan pemanfaatan teknologi dapat dimaksimalkan untuk mempertahankan usahanya. Kelompok ini banyak didominasi oleh perempuan muda. Mereka yang notabene bagian *digital native* memiliki kemampuan serta keterampilan yang lebih baik untuk melakukan penyesuaian terhadap teknologi. Pola penjualan berbasis pada sistem bauran, yakni kepemilikan toko *online* dan *offline* menjadi bagian dari perubahan yang terjadi setelah krisis panjang pandemi COVID-19.

“Terus akhirnya toko yang di Bojongsoang aku gabungin ke gudang yang di Jalan Karangutan. Jadi aku punya gudang online kan, toko online di Jalan Karangutan. Pindahan tuh toko tiga lantai pakai bolak balik berapa kali untuk mengeluarkan barang semua. Dari Januari 2021 sampai sekarang berarti toko offline aku udah nggak ada kan, semuanya cuma bisnis online saja sekarang” (Yun, usia muda wirausaha seni kriya).

Informan lain menguatkan cerita tersebut dengan mengatakan bagaimana dampak berjualan *online* terhadap perubahan omzetnya.

“Omzet fashion meningkat karena berjualan secara online. Mereka yang bisa bertahan selama pandemi adalah mereka yang sudah mengenal digital marketing. Ini masih berlanjut meski pembatasan sosial sudah longgar. Saat ini ada kerja sama dengan brand besar seperti uniqlo, the keranjang” (Yunita, usia muda, wirausaha fesyen).

Arus baru yang dipengaruhi oleh pembentukan komunitas berbasis *online* juga membentuk sinergi atau kerja sama lintas generasi. Artinya kelompok perempuan dewasa yang merasa sulit beradaptasi dengan pemanfaatan teknologi dapat bekerja sama dengan kelompok perempuan usia muda untuk membantu mengelola aktivitas berbasis *online*.

“Pendampingannya kolaborasi. Ada warung Sekar sudah belajar, ada admin instagramnya. Ibu-ibu fokus di produksi, anak-anak muda dari Sekoper Cinta mengembangkan digital marketing. Jadi bisa dikatakan ini adalah kolaborasi intergenerasi. Ibu-ibu secara mandiri untuk urunan membayar anak-anak muda ini” (Tati, wirausaha obat herbal, kepala keluarga).

Skema Dukungan dan Kebutuhan Pemulihan bagi UMKM Perempuan

1. Dukungan dari Pemerintah

Data wawancara juga menunjukkan adanya skema dukungan dari pemerintah (skema pusat dan daerah) yang dimanfaatkan untuk mengatasi situasi krisis di masa pandemi COVID-19. Sebagai jaring pengaman di kondisi darurat, bantuan dari pemerintah cukup memberikan manfaat sebagaimana yang menjadi pengalaman masyarakat pada umumnya. Namun, jika dikaitkan dengan kebutuhan spesifik mereka sebagai pekerja UMKM di wilayah urban, para informan

memiliki catatan tentang skema dukungan lain yang masih dioptimalkan. Berikut ini adalah narasi yang berkaitan dengan pengalaman informan dalam mendayagunakan bantuan dari pemerintah, termasuk catatan tentang kebutuhan lain yang juga dianggap penting untuk dipertimbangkan jika merujuk pada konteks pemulihan UMKM kelompok perempuan rentan.

- **Jaring pengaman rumah tangga**

Para informan menjelaskan bahwa mereka dapat mengakses bantuan dari pemerintah yang ditujukan untuk mengatasi dampak pandemi di level rumah tangga. Sebagai penggiat UMKM yang mengandalkan penghasilan harian, bantuan berupa sembako dan BLT dianggap cukup membantu. Sebagai contoh:

“Iya waktu awal pandemi itu. Saya waktu pandemi itu kan nggak ada penghasilan tuh. Akhirnya itu untungnya ada bantuan-bantuan sembako itu. Ada juga saya dapat BLT” (Ati, wirausaha fesyen/penjahit, disabilitas).

Namun bagi beberapa informan lainnya, mereka mengeluhkan problem pendataan yang berakibat pada tidak meratanya distribusi bantuan itu sendiri. Mereka beranggapan bahwa ada beberapa anggota masyarakat yang tidak mendapatkan bantuan meski kondisinya tidak jauh berbeda dengan mereka yang mendapatkan bantuan.

“BLT mah kalau nggak salah denger ya saya teh, hanya untuk orang-orang tertentu kan nggak semua orang umum. Misalkan kaya misalkan terdaftar maaf ya, sudah punya SKTM, atau yang apa ya, yang punya surat menyurat misalkan yang perbantuan. Tapi kan kalau orang yang biasa. Biasa tuh kaya aku ya nggak punya SKTM” (Ati, wirausaha fesyen/penjahit, disabilitas).

- **Permodalan UMKM**

Para informan juga menyampaikan pengalaman mereka mengakses bantuan modal untuk UMKM. Sebagian

besar mendapatkan BLT UMKM rata-rata sebesar Rp1.200.000. Proses untuk mendapatkan dana bantuan tersebut juga cukup mudah.

“Syaratnya mah nggak begitu susah sih. Daftarin online, lewat online. Iya di UMK. Surat izin usaha aja. Yang suaminya kayak foto copy KTP, gitu aja, ceritanya mah gitu aja. Kita masukin sendiri langsung ke bagian ini permodalan. Cepet. Langsung ini juga, langsung beres, langsung jadi” (Neni, wirausaha kuliner, kelas menengah bawah).

Namun beberapa informan merasa bahwa bantuan tunai yang diberikan pemerintah sebaiknya juga disertai dengan program-program dampingan lainnya. Berdasarkan pengalaman pelaku UMKM dari kelompok perempuan dengan disabilitas, pengembangan usaha tidak hanya sebatas pada kebutuhan modal saja. Misalnya dalam konteks bisnis online, kebutuhannya tidak hanya sekedar kemampuan untuk membeli perangkat teknologi sebagai telepon genggam. Namun ada keterampilan-keterampilan khusus yang dibutuhkan terutama strategi marketing yang tentunya berbeda dengan berjualan secara konvensional.

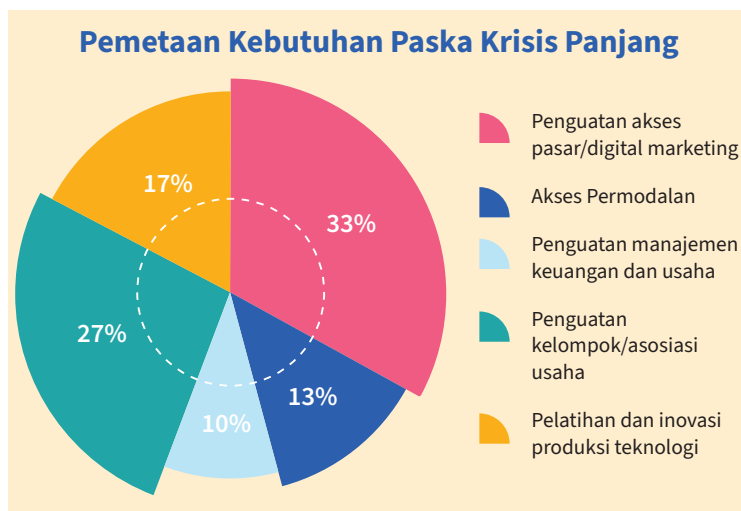
“Karena saya terjun di bidang usaha gitu. Kadang-kadang bantuan itu tidak sesuai dengan apa yang dibutuhkan, gitu. Kan kadang-kadang ibu ceunah butuh apa? Kayak kemarin dari Kemensos. “ibu butuh apa?” ya e mesin jahit atau apa?”. Mesin jahit saya sudah punya, mesin obras saya udah punya. Apa yang saya punya. Tapi saya butuh uang, uang buat itu tadi. Mau jualan online. Jualan online yang dibutuhkan pertama kali apa coba? Kuota mah kan murah, bisa 100 ribu, bisa 200 ribu. Jualan online yang betul yang pertama apa, HP kan? HP murah apa HP mahal? Giganya harus gede. Kan hp harus gede, ada video di dalamnya, ada foto” (Yti, wirausaha fesyen/penjahit, disabilitas).

2. Skema dukungan lanjutan

Proses penelitian yang dilakukan di Bandung juga menghasilkan data tentang jenis dukungan atau bantuan yang

dibutuhkan pada situasi setelah krisis panjang akibat pandemi COVID-19. Seperti yang juga sudah disampaikan bahwa status pandemi COVID-19 masih berlangsung. Namun fase kritis dimana mobilitas terbatas sehingga berakibat pada krisis ekonomi dan sosial yang cukup panjang, dapat dikatakan telah berangsur pulih. Kendati demikian, perubahan-perubahan besar juga terjadi. Terkait dengan perubahan tersebut, ketika ditanya tentang kebutuhan yang perlu diperhatikan, mayoritas informan menyatakan bahwa penguatan akses pasar/digital marketing justru yang utama saat ini. Seperti yang terlihat dalam gambar di bawah ini, kebutuhan permodalan justru tidak lagi mendesak (13%). Selain kebutuhan akses pasar online, kebutuhan penguatan kelompok/pendirian asosiasi usaha juga sangat besar (27%).

Gambar 5.5: Kebutuhan Skema Dukungan Lainnya Setelah Krisis Panjang



Penekanan kebutuhan terhadap penguatan akses pasar berbasis online menunjukkan bahwa telah terjadi pergeseran ekosistem pasar selama pandemi COVID-19. Pendayagunaan teknologi digital yang tadinya menjadi bagian dari strategi pencegahan, justru menciptakan bentuk-bentuk adaptasi baru termasuk dalam aktivitas UMKM.

BAB VI
KESIMPULAN DAN
REKOMENDASI



(3) RANTAI PASOK DAN BERTAHAN BERSAMA

- Midrawati (29 tahun) merupakan generasi kedua bisnis toko souvenir ini. Merjual aneka kerajinan seperti tembun dan juga oleh-oleh makanan khas Mamuju
- Ia fokus mengatur bisnis kerajinan, setelah menyelesaikan kuliah di jurusan manajemen. Irena dan kuliah menjadi bekal tetapi yang ia peroleh adalah bejajar dari pengalihan orang tua yang masih kuat
- Rantai pasok banyak bertepatan toko
- Rantahan, terutama usaha bahan makanan
- Rantai yang bertahap oleh-oleh
- Daging yang masuk toko, ia juga membuat pernyeraian secara mandiri
- Tantangan sebagai wirausaha perempuan, muda dan single parents, dalam pengabdian keprluan, mulai sebagai jaja
- Mengingat sebagai wirausaha perempuan ia tidak memiliki model pegawai



Workshop validasi di Kabupaten Mamuju

Melacak Dampak Pandemi bagi UMKM Perempuan

Krisis dalam bentuk pandemi memberikan dampak yang nyata bagi bisnis dan ekonomi. Karena kendala akses dan kendali sumber daya, dampak dari pandemi mempengaruhi kemampuan untuk merespon dan bertahan dalam pandemi bagi usaha berskala kecil dan menengah. Studi ini berupaya mengeksplorasi, bagaimana gender menjadi pisau analisis untuk melihat dampak dan sekaligus respon UMKM perempuan ketika menghadapi pandemi.

Dalam narasi yang diuraikan di bab 2 hingga bab 5, terlihat bahwa pandemi membawa dampak yang serius bagi wirausaha yang dimiliki dan dijalankan oleh perempuan. Dampak seperti penurunan signifikan dalam permintaan dan pendapatan, dan bahkan kehilangan sumber pendapatan, banyak dihadapi oleh wirausaha perempuan di berbagai daerah, terutama yang menjadi daerah kajian studi ini. Studi memang tidak melakukan komparasi untuk melihat perbedaan antara dampak pandemi bagi perempuan dan laki-laki di sektor UMKM. Ini misalnya berbeda dengan studi Monash University-Smeru (2022)³² yang melakukan studi komparasi dan menunjukkan bahwa dampak penurunan penjualan dan peningkatan biaya produksi sedikit lebih banyak dihadapi oleh UMKM perempuan dibandingkan UMKM laki-laki, sementara kemampuan menawarkan produk yang berbeda sesuai pergeseran pasar lebih banyak ditawarkan oleh UMKM laki-laki.

Studi ini menemukan, bahwa UMKM perempuan menghadapi dampak berbasis gender yang khas dihadapi perempuan dalam pandemi. Isu-isu terkait dengan beban ganda, bagaimana mempertemukan bisnis dengan keluarga (seperti pengasuhan anak) dan kepentingan sosial (peran sosial yang dilekatkan pada perempuan), ataupun stigma yang dihadapi oleh perempuan wirausaha. Karena identitas dan status sosial, berbagai hambatan berbasis gender mempengaruhi bisnis dan pengembangan potensi bagi perempuan kepala keluarga, perempuan yang berstatus lajang, perempuan miskin ataupun perempuan disabilitas. Narasi-narasi ini menjadi gambaran bahwa gender memiliki pengaruh terhadap dampak pandemi bagi pelaku usaha di sektor UMKM.

³² SMERU - Monash University (2022). Men and women-owned/ led MSMEs and the COVID-19 Policy Responses in Indonesia. <https://bit.ly/3lml3rM>

Narasi yang dikumpulkan dari kajian di 4 daerah juga menunjukkan keragaman kondisi dan dampak yang dipengaruhi oleh konteks yang berbeda, terutama antara pelaku usaha di kawasan urban (seperti di kota Bandung) dengan perempuan wirausaha di kawasan pedesaan (di 3 daerah lainnya). Di kawasan rural, dampak pandemi bagi bisnis sangatlah dirasakan karena penurunan permintaan yang signifikan, namun di lain sisi, dampak ini banyak dimoderasi oleh konteks rural seperti pemenuhan kebutuhan makanan dari kebun, ataupun skema kekerabatan yang masih kuat dan bisa menjadi penyangga ketika menghadapi krisis. Ini berbeda dengan pelaku UMKM perempuan di kawasan perkotaan, dimana di tengah bisnis yang lesu, mereka tetap harus memenuhi kebutuhan pokok harian seperti biaya konsumsi makanan yang tinggi karena semua harus dibeli, dan lemahnya ikatan kekerabatan yang bisa menjadi penyangga ketika krisis.

Perbedaan juga dipengaruhi oleh kondisi khusus, seperti yang ditemukan di daerah-daerah yang mengalami pandemi dan sekaligus juga bencana, sebagaimana terlihat secara nyata dari pengalaman di Sulawesi Barat dan Sumba Timur. Kondisi *multi-hazard* seperti ini memperparah dampak bagi perempuan UMKM, sebagaimana digambarkan dengan dampak berupa penurunan permintaan dan omset, sementara mereka menghadapi kerusakan alat produksi dan rumah tempat tinggal serta kehancuran infrastruktur publik. Bagi perempuan UMKM di wilayah ini, dampak menjadi semakin berat ketika dihadapi oleh perempuan yang berhadapan dengan beragam lapis eksklusif sosial. Narasi perempuan pelaku UMKM di Sumba yang merupakan perempuan miskin, kepala keluarga dan sekaligus juga seorang disabilitas, tergambar dengan jelas dalam bagaimana ia menggambarkan pola konsumsi harian selama puncak krisis: makan hanya dengan nasi berlauk garam dan cabai. Begitu juga di Mamuju, selain pandemi yang membuat kontraksi ekonomi dan penurunan daya beli, sebagian informan juga menyebutkan kehilangan pekerjaan atau penurunan pendapatan yang sangat signifikan, sekaligus beratnya hidup dalam situasi darurat bencana seperti merawat keluarga yang sakit dan trauma.

Perbedaan juga dipengaruhi oleh sejauh mana keterpaparan dan pemanfaatan teknologi informasi. Pandemi memaksa

Dari Bertahan hingga Beradaptasi terhadap Pandemi

banyak bisnis beralih ke moda *online* sebagai terobosan menjawab persoalan pembatasan mobilitas, atau kebutuhan menjangkau segmen pasar yang baru dan lebih luas. Hal ini menjadikan penguasaan teknologi digital juga akan mempengaruhi kemampuan untuk memilih strategi bisnis untuk beradaptasi dengan pembatasan mobilitas selama pandemi. Narasi yang diuraikan di bab 2 sampai 5 menunjukkan, bahwa di kawasan perkotaan, akses teknologi dan infrastruktur yang lebih baik dibandingkan dengan pelaku UMKM di kawasan pedesaan menjadi variabel yang memoderasi dampak dari pandemi bagi UMKM perempuan.

Narasi-narasi yang disampaikan di bab sebelumnya, juga menunjukkan bahwa sebagian UMKM berhasil mengubah strategi bisnis yang membantu mereka untuk bisa bertahan. Dari narasi-narasi di bab 2 sampai 5 terdapat beberapa faktor yang memungkinkan kemampuan bertahan dan sekaligus beradaptasi bagi bisnis skala mikro dan kecil bagi perempuan.

1. Penguasaan teknologi digital

Strategi ini misalnya diversifikasi produk (seperti menambah produk yang sejenis ataupun menjadi lebih beragam, seperti pengalaman Hartati di Mamuju dan kelompok kelor di Sumba Timur. Sebagian yang lain juga merambah jalur bisnis *online* sebagai strategi bertahan untuk tetap bisa menjangkau pelanggan di tengah pembatasan mobilitas, ataupun segmentasi yang lebih luas. Menarik juga untuk melihat siasat yang dikembangkan oleh komunitas UMKM perempuan kepala keluarga di Bandung, yang membangun kolaborasi dengan relawan muda yang membantu mereka dalam memanfaatkan berbagai platform digital untuk menjaga bisnis. Model kolaborasi semacam ini menjadi siasat yang membantu perempuan UMKM bertahan dan merespon perubahan selama pandemi. Pada titik ini, kita juga melihat munculnya wirausaha perempuan muda, yang karena akses pendidikan dan teknologi yang lebih baik, bisa terintegrasi dalam rantai nilai produk, dan hal ini membawa pengaruh pada distribusi benefit. Di daerah seperti Sumba Timur dan juga Sulawesi Barat, integrasi ke dalam rantai nilai salah satunya diwakili dengan pemanfaatan

e-commerce yang memberi ruang dan berhasil dimanfaatkan oleh wirausaha perempuan muda. Memang disadari bahwa saat ini bisnis *online* masih merupakan pemain pada skala yang kecil di segmentasi pasar lokal. Namun ke depan, model bisnis semacam ini bisa menjadi cikal bakal yang akan semakin bisa berkembang. Model ini juga bisa menjadi alternatif untuk memperluas cakupan pasar tak hanya pasar lokal, ketika daya beli dan permintaan di pasar lokal terbatas dan kompetisi antar pemain lokal semakin tinggi. Terdapat bukti awal bahwa sebagian UMKM perempuan -didominasi oleh yang muda- telah memanfaatkan teknologi digital untuk berbagai fungsi bisnis, seperti pembayaran dan pemasaran serta pemberian layanan. UMKM perempuan banyak memanfaatkan media sosial untuk berjualan, seperti Facebook dan WhatsApp di luar Jawa, dan Instagram di Bandung. Platform media sosial seperti ini tampaknya lebih ramah dan lebih disukai oleh UMKM perempuan, dibandingkan misalnya *marketplace*. Hal ini sejalan dengan survei BPS tahun 2021 di mana *e-commerce* melalui media sosial sebanyak 54,66%, jauh lebih tinggi dibanding *marketplace* yang hanya 21,64%.

2. Jaring Pengaman dan skema dukungan pemulihan

Terutama pada bisnis pada skala mikro, yang mayoritas merupakan bisnis subsisten dan berskala rumahan, pukulan karena pandemi (dan juga bencana) merupakan pukulan yang sangat berat. Bagi bisnis pada skala ini, kemampuan bertahan hidup sangat bertumpu pada jaring pengaman untuk bisa bertahan selama krisis, terutama untuk memenuhi kebutuhan dasar seperti pangan. Bisnis tak akan mungkin berjalan, bilamana tidak ada lagi tersisa modal untuk usaha karena habis untuk memenuhi kebutuhan pangan harian. Problem ini juga muncul misalnya dalam temuan monitoring program bantuan modal usaha pemerintah seperti temuan Dinas KUKM Mamuju, dimana banyak UMKM yang tidak menggunakan bantuan modal untuk usaha dan justru untuk kebutuhan konsumsi harian. Kondisi ini perlu disikapi secara arif, karena bisa jadi, memang mereka berada pada tahapan tak ada pilihan selain memakainya untuk bertahan hidup. Pendekatan ini juga mengkonfirmasi pentingnya jaring pengaman bagi pelaku usaha skala mikro dan

kecil, sehingga ketika menghadapi krisis berkepanjangan, jaring penyangga ini membantunya untuk meredam dampak dan tetap bisa melanjutkan hidup. Temuan ini juga sejalan dengan temuan dari studi Kayalar et al (2022) yang menunjukkan bahwa UMKM perempuan lebih banyak menggunakan bantuan pemerintah sekaligus memotong pengeluaran pribadi sebagai strategi bertahan dan mitigasi krisis selama pandemi. Kajian dari data primer baik survei maupun wawancara mendalam pada usaha layanan-antar makanan siap saji yang terdaftar di aplikasi GoFood menunjukkan krusialnya jaring pengaman sosial sebagai salah satu strategi penting dalam bertahan dan mitigasi krisis.³³ Temuan studi Smeru - Monash University (2022) juga menemukan hal serupa, dimana bantuan langsung tunai merupakan bantuan yang paling banyak digunakan dan dirasakan paling membantu, namun sekaligus juga menunjukkan masih banyaknya hambatan dalam pemenuhan persyaratan bagi UMKM perempuan untuk bisa mengakses program pemulihan ekonomi pemerintah yang ada.

3. Jejaring bisnis dan sosial

Hanya saja, tidak semua perempuan pelaku UMKM memiliki kapabilitas untuk mengubah strategi bisnis. Bagi banyak bisnis skala rumahan yang subsisten, dan tidak memiliki akses kepada sumber daya ekonomi, perubahan karena pandemi (dan juga bencana) bisa menjadi akhir dari usaha. Dalam studi Smeru-Monash University (2022), temuan serupa juga muncul dimana UMKM perempuan memiliki lebih banyak keterbatasan dibandingkan UMKM laki-laki untuk bisa menawarkan produk alternatif sebagai penyesuaian strategi bisnis selama pandemi.

Adaptasi dan Keberlanjutan Usaha

Kemampuan beradaptasi, terutama dalam meredam dampak krisis dan memulihkan usaha, merupakan kemampuan penting bagi setiap pelaku usaha, dengan mengingat bahwa perubahan dalam bisnis dan sosial berlangsung dengan cepat dan sarat gejolak. Persoalan muncul ketika

³³ Elhan-Kayalar, Y., Y. Sawada, and Y van der Meulen Rodgers. 2022. Gender, Entrepreneurship and Coping with the COVID-19 Pandemic: The Case of GoFood Merchants in Indonesia. ADBI Working Paper 1346. Tokyo: Asian Development Bank Institute. Available: <https://doi.org/10.56506/MREM3121>

perubahan terjadi dengan skala dan durasi seperti pandemi COVID-19 yang tidak pernah terbayangkan sebelumnya. Hal ini membuat banyak kegagalan bagi perempuan pelaku UMKM. Terlebih lagi, ketika mereka juga berhadapan dengan dampak bertubi seperti terkait dengan bencana dan perubahan iklim.

Dari narasi-narasi yang sudah disajikan dalam bab-bab studi kasus sebelumnya, terlihat bahwa dampak yang dialami oleh perempuan UMKM terjadi baik pada level mikro, meso maupun juga makro. Pada level mikro, kita menemukan dampak-dampak seperti gangguan *income* dan sumber penghidupan, dampak pada konsumsi harian, kerusakan alat produksi karena bencana dan beban kerja perempuan. Ditemukan juga isu-isu seperti persoalan gender yang dihadapi oleh kelompok rentan, seperti perempuan dengan disabilitas ataupun anak perempuan, yang dicontohkan dengan risiko perkawinan anak yang meningkat. Pada level meso, dampak terlihat pada kondisi UMKM secara umum yang terkait dengan pembatasan mobilitas dan implikasinya terkait dengan kelancaran transportasi dan logistik. Dengan berbagai gejala yang terjadi, sektor UMKM ternyata menghadapi banyak tekanan, namun sekaligus juga menjadi sektor penting yang menjadi tumpuan bagi banyak rumah tangga. Dengan karakter *barriers to entry* yang rendah termasuk bagi pelaku baru, UMKM justru mengalami pertumbuhan dalam hal pelaku, walaupun harus berjibaku dengan pembagian kue ekonomi yang semakin terbatas karena terjadi penurunan daya beli masyarakat. Begitu juga pada tataran makro, ditemukan dampak-dampak seperti gangguan pada rantai pasok, penurunan daya beli dan *income*, serta implikasi pada kemiskinan dalam jangka panjang. Pada konteks dengan tekanan bertubi seperti daerah terdampak bencana, guncangan yang terjadi menjadi jauh lebih berlipat, seperti yang ditemukan pada studi kasus di Mamuju dan Sumba Timur.

Namun di sisi yang lain, studi juga menemukan cukup banyak narasi yang menunjukkan upaya-upaya bertahan dan beradaptasi demi melanjutkan sumber penghidupan penting ini. Adaptasi dan upaya bertahan ditemukan baik pada tataran mikro, meso maupun makro. Bentuknya seperti

upaya membangun adaptasi pada tataran mikro, terlihat dari upaya pengembangan inovasi dan diferensiasi produk, termasuk diantaranya adalah pemanfaatan digital marketing dan media sosial. Pada tataran individu, juga ditemukan berbagai bentuk adaptasi proses bisnis misalnya pengelolaan keuangan yang lebih cermat, walaupun sebagian justru menjadi adaptasi negatif karena meningkatkan kerentanan (seperti berhutang). Upaya-upaya ini juga diperkuat dengan adaptasi pada level meso, seperti terbangunnya support group untuk pemulihan bisnis, penguasaan dan pemanfaatan media sosial secara kolektif dan juga network dan kolaborasi lintas pihak. Di tataran makro, dukungan bagi akses pasar melalui pameran, bantuan pemulihan dan juga skema perlindungan sosial menjadi upaya-upaya pengembangan skema adaptasi yang dinilai sangat berarti untuk membangun skema bertahan dan pulih dari gangguan karena pandemi bagi perempuan UMKM.

Narasi baik kerentanan maupun skema adaptasi yang diuraikan di atas ini, tergambar dalam skema berikut ini.

Gambar 6.1: Skema Adaptasi-Pemulihan Perempuan di Masa Pandemi



Memang muncul pertanyaan, sejauh mana dan bagaimana skema adaptasi terhadap pandemi dan *new normal* yang telah dikembangkan UMKM perempuan akan terus bisa bertahan? Akankah mereka bisa mengatasi berbagai hambatan di berbagai level -individual maupun struktural, formal maupun informal- yang selama ini menjadi problem eksklusif yang dihadapi oleh perempuan UMKM? Apakah

penguasaan teknologi informasi memungkinkan mereka untuk bisa mengakses sumber daya yang lebih jauh, seperti pelatihan ataupun permodalan dari berbagai skema? Apakah hal ini akan memungkinkan mereka menjadi naik kelas: skala usaha yang meningkat dan lebih resilien terhadap berbagai guncangan?

Tak mudah untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan di atas. Sedikit perempuan pelaku UMKM berhasil menunjukkan proses transformasi yang mereka lalui, walau hal ini cenderung terjadi pada perempuan yang bisa memobilisasi berbagai sumber daya dan jejaring yang lebih luas (misalnya jaringan dengan pemerintah, organisasi, akses kepada informasi). Narasi-narasi ini juga masih perlu diuji-coba seberapa adaptasi ini akan bisa bertahan. Lebih banyak lagi perempuan pelaku UMKM, yang masih jalan di tempat atau bahkan masih terpuruk, karena begitu kompleksnya problem peminggiran yang mereka hadapi. Kondisi ini tergambar dengan sangat kuat dari narasi informan perempuan dengan kerentanan berlapis, seperti miskin, disabilitas dan perempuan kepala keluarga. Secara umum, perempuan UMKM pada level usaha yang masih subsisten juga berjibaku dengan persoalan harian, baik terkait pengelolaan usaha, maupun juga peran gender dalam kaitan dengan beban pengasuhan dan perawatan.

Dari refleksi atas narasi-narasi awal yang ada menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor yang memungkinkan untuk bisa menjadikan upaya adaptasi ini bisa berkelanjutan, dan pada gilirannya, akan meningkatkan resiliensi dan profil UMKM perempuan di masa depan. Kebijakan dan program negara yang responsif terhadap kondisi dan kebutuhan perempuan UMKM menjadi sangat berperan dalam memperkuat upaya pemulihan ini.

Selain itu, upaya pemulihan sekaligus pemberdayaan UMKM juga perlu mempertimbangkan potensi untuk mendorong apa yang dikenal sebagai naik kelas bagi UMKM ke kelas yang lebih tinggi. Upaya-upaya yang dibutuhkan diuraikan dalam diagram di bawah ini.

Gambar 6.2: Kerangka Dukungan Pengembangan Wirausaha Perempuan



Rekomendasi

Secara general, pendekatan yang perlu dipertimbangkan berdasarkan pada data empiris yang terjadi dalam studi ini adalah:

- Skema yang ramah dan mudah bagi UMKM perempuan dalam mengakses program bantuan pemulihan ekonomi. Jalur komunikasi yang aksesibel bagi perempuan dari beragam kelas sosial ekonomi, pendampingan yang intensif dan menjawab persoalan riil UMKM perempuan, merupakan bagian penting yang perlu dimasukkan dalam pengembangan dan implementasi program pemulihan ekonomi bagi UMKM perempuan.
- Skema afirmasi dalam program pemulihan ekonomi, termasuk diantaranya adalah prioritas bagi UMKM perempuan sehingga bisa mengakselerasi transisi ke *new normal*.
- Penguatan dimensi sosial sebagai paket tak terpisahkan dari indikator pemulihan ekonomi bagi UMKM perempuan.
- Kolaborasi dalam pengembangan, implementasi dan monitoring-evaluasi program pemulihan ekonomi bagi UMKM perempuan.

Secara praksis, rekomendasi atau pendekatan yang dapat dilakukan terkait dengan konteks pasca krisis panjang pandemi COVID-19 adalah sebagai berikut:

- a. Memperkuat mekanisme bantuan yang berbasis pemenuhan bahan baku, mengingat macetnya rantai pasok dalam waktu yang cukup lama di masa pandemi COVID-19. Misalnya, kerjasama dengan supplier minyak goreng untuk memenuhi kebutuhan pengusaha kuliner di level rumah tangga yang mengandalkan proses pemulihan pada skema bantuan berbasis harian.
- b. Untuk melengkapi skema bantuan berbasis pada bantuan tunai yang bersifat ekonomis, perlu ada tawaran skema tambahan yang lebih kuat dan inklusif. Misalnya dengan melakukan pendampingan khusus pembentukan asosiasi atau kelompok organisasi dengan model-model pendekatan yang disesuaikan dengan situasi kelompok marginal yang bersangkutan. Sehingga indikator keberhasilan program pengembangan UMKM tidak hanya berbasis pada capaian ekonomi tapi bisa juga berdasarkan jumlah perempuan UMKM yang menjadi anggota kelompok/asosiasi usaha.
- c. Pada konteks afirmasi, skema jaring pengaman pada perempuan lapis bawah/paling rentan dimaksudkan agar mereka dapat keluar dari lapis terendah.
- d. Pengembangan mekanisme monitoring yang berbasis pada indikator kuantitatif dan kualitatif.

Pada konteks yang beragam, rekomendasi praksis di atas, adalah sebagai berikut:

a. Konteks rural

- Skema jaring pengaman sosial pemerintah, baik yang diperuntukkan bagi masyarakat miskin/lapis terbawah ataupun secara khusus untuk pemulihan ekonomi bagi UMKM perempuan
- Pendampingan bantuan tunai sebagai bagian dari penguatan kelompok untuk membangun solidaritas dan pemulihan secara kolektif.
- Mendorong transformasi digital yang bisa disinergikan dengan penguatan kelompok dan kolaborasi dengan pelaku UMKM atau para pihak lain yang relevan, sehingga bisa mengakselerasi kelompok marginal dalam mengakses pasar dan permodalan.

- Dalam konteks DPSP/destinasi pariwisata, penguatan kesadaran wirausaha sebagai bagian dari ekosistem industri pariwisata, keterampilan komunikasi dan pemasaran perempuan wirausaha penting dilakukan, untuk membangun ekosistem pariwisata yang kuat.

b. Konteks rural dan tekanan bertubi (pandemi dan juga bencana alam)

- Skema jaring pengaman sosial menjadi sangat berarti untuk meredam dampak dari tekanan yang bertubi. Program perlindungan sosial pemerintah yang adaptif terhadap krisis, baik yang diperuntukkan bagi masyarakat miskin/lapis terbawah ataupun secara khusus untuk pemulihan ekonomi dari bencana alam dan pandemi bagi UMKM perempuan menjadi sangat penting.
- Pemulihan dari bencana melalui peran fasilitasi dari pemerintah pusat dan daerah untuk penguatan akses pasar, permodalan, bahan baku, dan juga pemasaran.
- Pendampingan sebagai bagian dari bantuan tunai yang dapat disinergikan dengan mendorong penguatan kelompok sehingga menguatkan solidaritas dan pemulihan secara kolektif.
- Mendorong transformasi digital yang dapat disinergikan dengan penguatan kelompok atau kolaborasi dengan pelaku UKM dan para pihak lain yang relevan, sehingga bisa mengakselerasi kelompok marginal dalam mengakses pasar dan juga permodalan.

c. Konteks urban

- Skema jaring pengaman sosial pemerintah, baik yang diperuntukkan bagi masyarakat miskin/ lapis terbawah maupun secara khusus untuk pemulihan ekonomi bagi UMKM perempuan.
- Pendampingan dalam rangka pengembangan klaster UMKM untuk melengkapi skema bantuan tunai sebagai

bagian dari penguatan kelompok dan transformasi digital.

- Penguatan UMKM melalui inkubasi bisnis sebagai skema kemitraan dengan perusahaan/ wirausaha yang memiliki kepedulian bagi UMKM.
- Mendorong transformasi digital melalui kolaborasi dengan stakeholder lain yang relevan, sehingga bisa mengakselerasi kelompok marginal dalam mengakses pasar dan juga permodalan.

DAFTAR PUSTAKA



Siswa magang di rumah produksi PT Ahar Sentosa. Kerjasama antara institusi pendidikan dengan industri kecil menjadi strategi mendorong anak muda menjadi wirausaha. Kerjasama menjadi pilihan yang mempercepat wirausaha bangkit dari krisis panjang pandemi COVID-19.

- Ayesha, A. (2018). Conceptualizing disasters from a gender perspective. In M. D. P.O, D. Vilius, & G. Bert (Eds.), *Disasters: Core concepts and ethical theories* (pp. 105–118). Springer open. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-92722-0>
- Asian Development Bank (2020). *Asia Small and Medium-Sized Enterprise Monitor 2020: Volume II—COVID-19 Impact on Micro, Small and Medium-Sized Enterprises in Developing Asia*, <http://dx.doi.org/10.22617/TCS200311-2>
- D’code Economic & Financial Consulting (2020). “Decoding the Economics of COVID-19.” dcodeefc.com, 2020.
- Fatimah, dkk (2020), *Ora Obah, Ora Mamah, Studi Kasus Gender pada Sektor Informal di Masa Pandemi COVID-19*, Friedrich Ebert Stiftung perwakilan Indonesia bekerjasama dengan Kementerian Koordinator Pembangunan Manusia dan Kebudayaan.
- MacKinnon, Jessica, and Alexane Bremshey. “Perspectives from a Webinar: COVID-19 and Sexual and Reproductive Health and Rights.” *Sexual and Reproductive Health Matters* 28, no. 1 (2020): 1763578. <https://doi.org/10.1080/26410397.2020.1763578>.
- Women, I. I. (n.d.). *Indonesia and COVID-19: Impact on the private sector*. Retrieved September 9, 2020, from <https://bit.ly/3nHocXQ>
- Asriani, D. D. (2021). The changes in the daily activities cycle of women informal workers during the COVID-19 pandemic : Vulnerability and resilience. *Jurnal Studi Gender*, 16(1), 19–42. <https://doi.org/10.21580/sa.v16i1.7112>
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2021), *Kota Bandung dalam Angka Tahun 2021*.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Toba (2021), *Kabupaten Toba Dalam Angka Tahun 2021*.
- Agarwal,R., Antonius Santoso, Khoon Tee Tan, and Phillia Wibowo (2021), *Ten ideas to unlock Indonesia’s growth after COVID-19*, [mckinsey.com 2021 https://www.mckinsey.com/featured-insights/asia-pacific/ten-ideas-to-unlock-indonesias-growth-after-COVID-19](https://www.mckinsey.com/featured-insights/asia-pacific/ten-ideas-to-unlock-indonesias-growth-after-COVID-19)

- Satariah, W., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh Pandemi COVID-19 Terhadap UMKM Di Kota Bandung. *EKBIS (Ekonomi & Bisnis)*, 9(1). <https://doi.org/10.56689/ekbis.v9i1.404>
- Khatmah Ahmad (2022), Kolaborasi Pemberdayaan Perempuan Pasca Bencana. Presentasi pada workshop validasi hasil kajian, Mamuju 29 Nov 2022.
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2022), Kota Bandung Dalam Angka 2022.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sumba Timur (2022), Kabupaten Sumba Timur Dalam Angka 2022.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Toba (2022), Kabupaten Toba Dalam Infografis 2022.
- Elhan-Kayalar, Y., Y. Sawada, and Y van der Meulen Rodgers. (2022). Gender, Entrepreneurship and Coping with the COVID-19 Pandemic: The Case of GoFood Merchants in Indonesia. ADBI Working Paper 1346. Tokyo: Asian Development Bank Institute. Available: <https://doi.org/10.56506/MREM3121>
- Kompas Online (2022). Mengenal Tenun Sekomandi Sulbar yang Berusia Lebih dari 400 Tahun 15 Juli. Link: <https://bit.ly/3Kz8UIC>
- SMERU - Monash University (2022). Men and women-owned/led MSMEs and the COVID-19 Policy Responses in Indonesia. <https://bit.ly/3lml3rM>
- Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2023). Jumlah Kepala Keluarga Berdasarkan Kecamatan di Kota Bandung (Jiwa), 2018-2021. Bandung.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia>
- <https://www.bps.go.id/publication/2021/12/17/667821e67421afd2c81c574b/statistik-e-commerce-2021.html>
- <https://www.bps.go.id/indicator/23/621/1/persentase-penduduk-miskin-menurut-kabupaten-kota.html>
- https://wahanavisi.org/userfiles/post/2110126164EF1A696D6_LGID.pdf

<https://makassar.antaraneews.com/berita/295914/pemkab-mamuju-unicef-kerja-sama-cegah-perkawinan-anak-usia-dini>

<https://kotakreatif.kememparekraf.go.id/wp-content/uploads/2021/09/Profil-Kab.-Toba.pdf>

<https://projectmultatuli.org/ketika-perempuan-dari-kastabangsawan-dan-hamba-di-sumba-bersiasat-memutus-rantai-perbudakan/>

Kawin tangkap — World News, Travel and Social Action | CATALYST

<https://www.newmandala.org/COVID-19-mitigation-measures-compound-an-economic-crisis-in-sumba/>

<https://se2016.bps.go.id/umkumb/>

<https://Benuanews.com/program-unggulan-pemkab-toba-menyasar-pertanian-padi-jagung-kopi-dan-tenun/>

<https://sumut.kemenkumham.go.id/berita-kanwil/berita-utama/kusuma-laksanakan-pengumpulan-data-pada-dinas-perindustrian-perdagangan-dan-koperasi-ukm-kabupaten-toba-samosir>

<https://www.mckinsey.com/featured-insights/asia-pacific/ten-ideas-to-unlock-indonesias-growth-after-COVID-19>

LAMPIRAN

**NARASI KETANGGUHAN WIRAUSAHA
PEREMPUAN**



Seorang anggota kelompok “Lana Kaluku Berkah” Desa Ahu Kabupaten Mamuju sedang menjelaskan proses pendampingan kelompok yang dilakukan oleh YASMIB dalam pemberdayaan ekonomi perempuan pasca bencana alam di saat pandemi COVID-19.

Pada fase awal, pandemi melumpuhkan sektor ekonomi termasuk UMKM. Sebagian pelaku usaha terpaksa berhenti produksi; namun meski terseok, sebagian besar mampu melewati fase krisis. Perempuan wirausaha beradaptasi dengan meningkatkan kapasitas teknis dan manajerial, mengembangkan inovasi produk, membangun jejaring dan *go digital*. Berikut narasi beragam ketangguhan dan keagenan wirausaha perempuan dalam melewati krisis, beradaptasi dan bertransformasi selama pandemi COVID-19.

Perempuan Disabilitas dan Usaha Tenun Ikat di Sumba Timur



Martalina (42 tahun) menjadi penyandang disabilitas kaki setelah mengalami kecelakaan di masa muda. Ia kini merupakan seorang kepala keluarga untuk tiga orang anak usia sekolah dasar dan tinggal di kawasan yang terisolir dari tetangga dan kerabat. Sehari-hari Martalina bekerja sebagai penenun dengan sistem pesanan. Biasanya, Martalina secara rutin menerima pesanan menenun kain dari pengepul atau pengusaha tenun ikat keluarga. Martalina termasuk penenun yang memiliki produktivitas tinggi. Dalam satu bulan, rata-rata Martalina mampu menyelesaikan hingga 50 lembar tenun. Hal ini disukai para pengepul dan pengusaha. Bagi Martalina, produktivitas tinggi artinya upah jasa menenun menjadi lebih besar dan lebih cepat diterima. Jasa tenun Martalina dihargai sebesar Rp75.000 untuk satu lembar kain tenun ikat.

Sebelum pandemi, penghasilan dari tenun dianggap lebih dari cukup, karena Martalina bisa membiayai sekolah anak dan menyediakan makanan bergizi untuk keluarga.

Pada saat pandemi, usaha tenun ikat menjadi sektor yang paling terdampak karena adanya larangan berkumpul dan menyelenggarakan beragam kegiatan adat; dua aktivitas yang menjadi pasar utama bisnis kain tenun ikat di Sumba Timur. Martalina ikut terdampak oleh kondisi ini. Pada tahun 2019 pesanan turun drastis. Paling tinggi, pesanan yang diterima Martalina sebanyak 12 lembar kain. Berbeda dengan pengepul dan pengusaha rumahan yang mampu menangkap peluang pasar daring, Martalina yang selama ini hanya menjual jasa, tidak memiliki alternatif saat pandemi melanda. Martalina beradaptasi dengan cara mengelola uang yang ada dengan mengurangi pengeluaran, termasuk mengurangi konsumsi makanan bergizi seperti ikan dan sumber protein lainnya.

Sejak tahun 1999 hingga saat ini, Martalina hanya mampu menjual jasa menenun. Martalina tidak bisa mengembangkan usahanya ke tahap produksi mandiri karena dihadapkan berbagai kendala. Dalam proses produksi, seperti pamening (menjalin benang) membutuhkan tenaga dua orang. Hal ini mustahil bagi Martalina yang tinggal terisolir dari kerabat dan hanya tinggal dengan anak-anak. *“Bukan kami tidak bisa untuk sendiri (usaha mandiri). Kendalanya seperti saya bilang, orang tua mau harap anak tidak bisa untuk kerja. Dan juga yang kedua modalnya juga saya tidak ada untuk saya bisa usaha sendiri,”* ujar Martalina.

Martalina juga terkendala akses mobilitas untuk membeli bahan baku di kota. Untuk transportasi, Martalina perlu berjalan berkilo meter ke pusat desa agar bisa mendapatkan ojek bertarif Rp 10.000-Rp 20.000 satu kali jalan. Martalina juga tidak memiliki pengetahuan soal akses informasi peningkatan kapasitas untuk pengembangan bisnis, baik dari pihak pemerintah maupun dari pihak swasta. Martalina sendiri pada dasarnya memiliki pengetahuan dan keterampilan seluruh tahapan produksi tenun ikat. Sebagaimana sebagian besar perempuan di Sumba, Martalina sejak kecil terlatih menguasai keterampilan karena terekspos kegiatan menenun dari ibu dan anggota keluarga perempuan dewasa di lingkungan

rumahnya. “Setiap hari kan menyaksikan Mama saya tenun. Dan setelah saya tamat SMA, saya mulai masuk juga bantu Mama. Kalau Mama istirahat, ya saya bantulah untuk tenun. Belajar. Nah dari situ saya mulai sudah terampil su saya dengan tenun,” kata Martalina. Namun keterampilan produksi tenun tidak dapat seluruhnya diberdayakan karena berbagai tantangan di atas.

**Merintis
Usaha Secara
Otodidak,
Membidik
Peluang
Pasar Lokal**



Ike merupakan seorang mahasiswa di salah satu perguruan tinggi di Kota Waingapu. Ike memulai bisnis *online* pada awal tahun 2019 sebagai *reseller* aneka produk. Ide memulai bisnis didapatkan Ike dari teman sesama mahasiswi yang telah lebih dulu memulai bisnis. Ike memiliki motivasi besar untuk mampu mandiri secara finansial agar bisa meringankan beban ekonomi keluarga, terutama untuk membiayai kuliah dirinya dan adik perempuannya. Keterpaparan pada teknologi

internet di kalangan anak muda, memudahkan Ike untuk memulai bisnis *online*. Ike yang awalnya merupakan konsumen produk di beragam *marketplace*, lantas secara otodidak mulai mempelajari langkah teknis berdagang. Ike mempelajarinya melalui tutorial di aplikasi Youtube dan banyak bertanya pada kerabat yang dianggap lebih melek teknologi.

“Awal-awal saya coba belajar dari Youtube begitu. Tapi saya belum mengerti. Jadi ada bantuan dari adik yang kerja di Bali toh. Jadi saya dikasih belajar. Saya baru mengerti. Lama-lama pesan di situ terus,” kata Ike.

Ike tidak hanya mempelajari langkah teknis memesan produk di *marketplace* untuk dia jual ke konsumen di Kota Waingapu. Ike juga mempelajari karakter pasar, platform promosi, dan strategi pemasaran yang tepat. Ike memetakan minat konsumen dengan melihat tren di grup anak muda di media sosial, terutama Facebook yang menurut Ike lebih dominan digunakan anak muda di Sumba Timur. Ike memetakan grup-grup jual beli di Sumba Timur yang dia gunakan untuk promosi serta jam yang tepat untuk promosi. *“Kita pelajari sendiri. Biasanya orang-orang sini kalau bangun pagi langsung buka HP. Lihat kalau ada postingan-postingan. Lebih bagus pasti pagi. Soalnya saya sudah pernah coba posting sore atau malam begitu, tidak banyak yang tanya-tanya. Beda kalau posting pagi. Siang sore malam pasti ada yang tanya-tanya. ‘Kan pasti muncul-muncul dia punya beranda. Kalau dia gabung di grup-grup,”* papar Ike.

Ike memanfaatkan animo pasar di Kota Waingapu yang sedang keranjingan belanja di *marketplace* dan berfokus pada anak muda yang menurut Ike banyak mengakses media sosial untuk sosial dan konsumsi tren. Salah satu keunggulan yang dimiliki Ike adalah layanan COD (*cash on delivery*) atau pesan antar yang ia tawarkan pada konsumen. Layanan ini unggul karena tipe konsumen Sumba yang lebih senang melihat langsung produk yang dijual. Ike melayani jasa pesan antar gratis untuk konsumen di Kota Waingapu.

Keuntungan bersih dari hasil penjualan Ike dalam sebulan rata-rata mencapai 3-5 juta Rupiah. Namun saat kasus COVID-19 di Kota Waingapu meningkat, penjualannya

menurun kurang dari setengah. Ike melakukan beberapa inovasi. Salah satunya mengganti jenis produk dari pakaian menjadi aksesoris yang harganya lebih murah. Ike juga tetap konsisten melakukan promosi. Menurut Ike, dengan terusan memposting, konsumen tetap tahu kalau Ike masih aktif berjualan meskipun tidak secara otomatis membeli. Strategi ini baginya efektif yang bisa dirasakan saat pandemi mulai pulih. Penjualannya lebih cepat pulih karena produknya terus muncul di linimasa konsumen.

Kelor: Inovasi Usaha Kelompok Hasil Alam Sumba



Kelompok Wanita Tani (KWT) Magic Kelor berdiri pada tahun 2008 di Kelurahan Kawangu, Kecamatan Pandawai. Ada 22 orang perempuan yang terdaftar sebagai anggota kelompok yang masing-masing memiliki berbagai usaha seperti tenun, olahan makanan, hasil pertanian dan peternakan. KWT Magic Kelor awalnya memfokuskan kegiatan usahanya pada olahan makanan dengan bahan baku bersumber dari hasil pertanian masing-masing seperti keripik aneka umbi-umbian dan olahan dari tanaman jagung. Produk olahan makanan dipasarkan di sekitar kecamatan, terutama di warung-warung dan kios milik anggota yang dikhususkan untuk menjual produk anggota KWT.

Awal berdiri, kelompok ini berstatus sebagai kelas pemula dan menerima pelatihan penanganan pasca panen serta

pengolahan dari Pemerintah Kabupaten Sumba Timur serta Provinsi NTT. Kelompok kemudian berinisiasi untuk mengikuti berbagai kompetisi pangan lokal dan pertanian. Keaktifan kelompok ini membuahkan pengakuan dengan meningkatnya status kelompok dari pemula menjadi kelas lanjut pada 2010. Kelompok lantas menerima bantuan modal berupa pinjaman lunak Pengembangan Usaha Agribisnis Pedesaan (PUAP) yang digunakan untuk menambah aset barang produksi milik kelompok. Pada 2015, inovasi olahan pangan lokal membawa KWT Magic Kelor menjadi pemenang Adhikarya Pangan Nusantara yang diselenggarakan oleh Kementerian Pertanian RI. Memenangkan kompetisi menjadi bagian penting karena hadiah menjadi sumber modal untuk menambah alat produksi kelompok.

Namun pada tahun 2019, KWT Magic Kelor mengalami penurunan aktivitas usaha secara drastis akibat pandemi COVID-19. Pemerintah Provinsi NTT kala itu mulai mencanangkan program kelorisasi untuk penanganan stunting di seluruh NTT. KWT Magic Kelor menjadi salah satu kelompok yang mengirimkan peserta untuk mengikuti pelatihan dan pembekalan dari Pemerintah Provinsi untuk budidaya kelor dan pengolahan pasca panen kelor. Kelor sendiri merupakan tanaman endemik yang tumbuh secara liar dan jarang menjadi pilihan konsumsi keluarga. Setelah mengikuti pelatihan, KWT memutuskan untuk fokus berbisnis kelor. Peluang pasar kelor saat itu diciptakan pemerintah melalui program PMT (pemberian makanan tambahan). Kelor dimasukkan sebagai salah satu komponen PMT karena kandungan gizi yang tinggi, sehingga KWT secara otomatis memiliki peluang pasar. KWT Magic Kelor bekerjasama dengan pemerintah desa menjadi pemasok kelor untuk PMT.

Selain dipasok untuk kebutuhan PMT, kelor juga dipasarkan secara daring di berbagai *platform marketplace* seperti Shopee. Pemasaran secara daring melibatkan kelompok muda yang merupakan anak dari para anggota kelompok. Dalam perjalanannya kelompok mendapatkan bantuan rumah pengeringan kelor dan mengembangkan dua produk turunan, yaitu teh dan serbuk kelor. Saat ini KWT juga melakukan inovasi dengan membuat aneka olahan makanan berbahan

baku kelor. Tantangan utama kelompok adalah pelibatan seluruh anggota untuk tidak hanya menanam, namun juga dalam pengembangan produk serta tantangan terkait dengan serangan hama pada hasil pertanian kelompok.

Tenun Sebagai Usaha Keluarga dan Upaya Keluar dari Skema Pasar Tradisional



Tenun ikat bagi masyarakat Sumba Timur tidak hanya identitas yang penting dalam keseharian hidup masyarakat, tenun ikat telah menjadi sumber ekonomi yang berkontribusi pada pemenuhan berbagai keperluan keluarga. Usaha tenun ikat umumnya adalah usaha keluarga yang oleh BPS Sumba Timur dikategorikan sebagai IKM (industri kecil menengah). Skema ini juga yang dipraktikkan oleh Hermina Ipa Hoy. Sekalipun telah menguasai keterampilan tenun ikat sejak remaja, Hermina baru mengelolanya sebagai usaha yang menopang ekonomi keluarga setelah Hermina menikah dan melahirkan anak. Hermina juga menjadi ketua Kelompok Pengrajin Tenun Ikat “Kameli Monung”, Kelurahan Kawangu, Kecamatan Pandawai Kabupaten Sumba Timur.

Bersama Nikodamus suaminya, usaha tenun ikat yang dimilikinya meliputi proses produksi, pengelolaan keuangan hingga pemasaran dimana pembagian peran di antara anggota keluarga berlaku di seluruh prosesnya. Hermina dan anak perempuannya banyak mengambil peran di tahap produksi, terutama proses pewarnaan dan proses tenun. Selain karena

penguasaan keterampilan, peran ini juga terkait kepercayaan setempat. Dalam proses produksi, Nikodamus dan anggota keluarga laki-laki usia remaja terlibat dalam penyediaan bahan baku, penyiapan benang serta pengolahan bahan baku menjadi pewarna alam yang siap pakai. Nikodamus juga mengambil peran-peran pemasaran, termasuk penjualan dan promosi.

Selama ini Hermina dan suami memasarkan produk tenun ikat miliknya sesuai dengan skema pasar yang umum dipraktikkan di Sumba Timur. Produk tenun ikat dijual kepada pengepul yang menjadi perantara antara produsen dengan penjual di pasar, atau antara produsen dengan konsumen. Skema pasar tradisional dianggap pasti dan stabil sehingga Hermina dan Nikodamus tidak tertarik untuk mencoba skema pasar lain. Namun saat pandemi COVID-19 melanda, keduanya dipaksa mencari alternatif pasar. Selama hampir satu tahun, pesanan tenun menurun sehingga Hermina berstrategi dengan menurunkan produksi. Hermina juga dihadapkan dengan harga tenun ikat di pasaran yang turun drastis. Hermina dan Nikodamus kemudian dikenalkan pemasaran daring oleh anaknya yang berkuliah di Bali. Keduanya diajarkan langkah teknis dan dibantu oleh anaknya untuk mempromosikan produk tenun ikat di media sosial Facebook. Strategi yang diterapkannya sederhana. Menggunakan akun pribadi menjadi media promosi.

“Kalau untuk pasar di Kota Waingapu, saya rasa itu sudah menutup kemungkinan jangkauan (selama pandemi). Makanya kita berterima kasih kepada teknologi canggih sekarang. Di Facebook membuat promosi. Jadi kalau Facebook bisa bantu pemasaran. Mulai pas tahun lalu (2021). Tapi kalau sekitaran sini pasti langsung nonton. Katanya, oh saya tahunya dari FB. Kalau datang kunjungan ini, apalagi sudah diperkenal lewat itu tadi,” (Hermina, pengusaha tenun ikat).

Sekalipun jumlah penjualan masih sedikit jika dibandingkan dengan menjual kepada pengepul, Hermina mengaku media sosial menjadi langkah baginya untuk langsung menjangkau konsumen. Di Sumba Timur sendiri tidak banyak konsumen yang tahu siapa produsen tenun ikat karena membelinya dari pasar atau penjual. Bagi Hermina, media sosial membuatnya

perlahan keluar dari skema pasar tradisional karena konsumen membeli produknya secara langsung tanpa perantara. Secara pendapatan, ini lebih menguntungkan. Selain itu, Hermina juga memiliki alternatif pasar saat dihadapkan dengan kondisi krisis seperti pandemi.

Resiliensi Perempuan Disabilitas Di Mamuju



Mastura adalah seorang perempuan disabilitas yang bekerja sebagai pedagang eceran sayuran. Ia mengalami kecelakaan kerja ketika bekerja sebagai TKI tanpa dokumen di Serawak. Karena posisinya, ia tidak mendapatkan asuransi, namun hanya uang untuk berobat dan dipulangkan ke tanah air. Waktu itu ia menjadi perempuan kepala keluarga dan menghidupi 2 anaknya.

Sebelumnya Mastura berjualan sayuran di gang, dan dengan dukungan program bantuan permodalan dari Gema Difabel kini ia sudah membuka kios kecil sayuran di tepi jalan besar dengan dukungan bantuan permodalan yang didapatkan.

Program yang dikoordinasikan oleh DPO (Gema Difabel) berupa modal kerja sebesar 2,5 juta Rupiah yang dicairkan dalam 2 tahap. Selain bantuan modal/dana, juga ada pendampingan manajemen dan pencatatan keuangan. Dana bantuan tahap 2 akan cair/diterima bilamana penerima bisa menunjukkan catatan keuangan dari usaha yang dikelolanya.

Bagi Mastura, menjadi anggota Gema Difabel dan penerima

bantuan modal kerja pemulihan ekonomi tak hanya membawa manfaat untuk *income*/pendapatan, namun juga pemulihan bagi kepercayaan dirinya sebagai seorang penyandang disabilitas.

Inovasi dan Mentoring UKM Perempuan



Hartati adalah alumni dari pelatihan teknologi tepat guna yang dikirim oleh Pemerintah Provinsi Sulawesi Barat yang melanjutkan dengan bisnis amplang berbahan dasar ikan bandeng, ikan yang banyak dibudidaya oleh masyarakat Mamuju.

Ketika pandemi omset turun 90%, tetapi dia tetap berproduksi supaya produk tidak dilupakan. Juga melakukan diversifikasi produk, seperti jahe instan, abon ikan, keripik kelor yang dipasarkan melalui jaringan media sosial (Whatsapp, Facebook). Untuk tetap bertahan, Hartati terpaksa melakukan pengurangan pegawai yang semula berjumlah 10 orang menjadi hanya 2 orang. Pengurangan pegawai disiasati dengan program PKL dengan 6 SMK yang terus berjalan, dengan tetap menjaga kualitas dan melakukan inovasi produk.

Saat kajian dilakukan, omset telah hampir kembali pulih. Hartati pun giat membagi ilmu dan kiat suksesnya dengan menjadi mentor/trainer bagi perempuan calon wirausaha. Guru yang berangkat dari pengalaman riil/praktisi. *"Ilmu itu*

dibagi tidak berkurang. Justru sering muncul ide-ide baru kalau seperti itu.”

Rantai Pasok dan Bertahan Bersama



Midrawati (29 tahun) merupakan generasi kedua bisnis toko souvenir “Pusat Oleh-oleh Mamuju”. Toko ini menjual aneka kerajinan seperti tenun dan juga oleh-oleh makanan khas Mamuju. Ia fokus mengurus bisnis keluarga setelah menyelesaikan kuliah di jurusan manajemen. Ilmu dari kuliah menjadi bekal, tetapi yang utama adalah belajar dari pengalaman orangtua yang masih ikut terlibat dalam pengelolaan toko.

Toko Oleh-oleh Khas Mamuju yang dikelola tidak memiliki rumah produksi sendiri, tetapi bertumpu pada pasokan pengrajin dan usaha rumahan terutama usaha olahan makanan. Menyadari keterbatasan modal yang dimiliki pengrajin, dari awal berdiri toko ini menerapkan model kerjasama beli putus dengan mitra. Artinya Mirda membayar langsung jumlah barang yang disetor oleh para mitra.

Saat pandemi penjualan menurun sangat signifikan. Begitupun stok barang menjadi sangat terbatas. Selama ini penjualan bertumpu pada orang yang berkunjung ke Mamuju dan membutuhkan oleh-oleh untuk dibawa pulang. Ketika pandemi orang yang berkunjung ke Mamuju menurun drastis dan berdampak pada penurunan omset. Bencana

alam beruntun yang terjadi selama pandemi memperparah gangguan rantai pasok, dimana banyak mitra pengrajin yang tidak bisa memproduksi karena kerusakan alat produksi. Akibatnya stok barang di toko juga terbatas.

Walau belum pulih, Mirda tetap berupaya membayar secara tunai barang yang masuk toko. Ia juga memakai pembayaran *cashless* (QRIS), dan sudah mulai masuk ke *marketplace* walau nilai omset masih kecil.

Tantangan sebagai perempuan wirausaha muda dan single, terutama dalam pengambilan keputusan. Teman sebaya juga cenderung heran dengan pilihannya dan mempertanyakan mengapa ia tidak memilih menjadi pegawai negeri.

Tenun: Ekonomi dan Menjaga Budaya



Ranti adalah seorang perempuan wirausaha yang berfokus pada produk tenun Sekomandi. Motif ini dipercaya sudah berusia sekitar 4 abad, dan menjadi salah satu jejak

budaya Kalumpang, Mamuju. Mayoritas tenun Sekomandi menggunakan pewarna alam, dan setiap motif serta proses pengerjaannya sarat dengan nilai dan proses ritual.

Tenun Sekomandi dahulu digunakan untuk ritual adat, seserahan pengantin, pesta pernikahan bahkan sebagai alat tukar/barter. Saat ini tenun Sekomandi dikembangkan menjadi souvenir, baju, juga hiasan dinding. Penenun Sekomandi mayoritas menenun di rumah mereka di Kecamatan Kalumpang; hasil tenun disetor ke toko-toko kerajinan di Mamuju. Ranti sendiri menyediakan satu ruang di rumahnya sebagai ruang produksi tenun. Selama pandemi permintaan akan tenun terus menurun, sehingga para pengrajin tenun memutuskan kembali ke kampung.

Selain pemasaran, tenun juga menghadapi tantangan regenerasi. Di Kalumpang regenerasi tenun dilakukan turun temurun dalam keluarga. Namun tidak banyak orang muda Mamuju khususnya Kalumpang yang memiliki ketertarikan dan keterampilan menenun. Di salah satu toko kerajinan di Kota Mamuju, dua anak muda dari Kalumpang yang menjaga toko mengatakan mereka tidak bisa menenun meski berasal dari keluarga penenun. Menurut mereka menenun memerlukan ketelatenan dan kesabaran. Di toko kerajinan tersebut, tenun Sekomandi berjejer dengan tekstil motif tenun yang produksinya dilakukan di Troso, Jepara. Alasan utama karena harga jual dan biaya produksi tekstil motif tenun yang murah. Nilai dan cerita dibalik tenun bukan lagi menjadi bagian penting dari komoditas ini. Walau tidak menenun sendiri, untuk mengedukasi masyarakat akan tenun Ranti menyusun buku sederhana berisi cerita dan proses pengerjaan tenun.

Investasi Peningkatan Sumberdaya - Pizza Andaliman Balige

Imelda Napitupulu memulai usaha dengan membuka kedai ikan bakar dan pada tahun 2015 mengembangkan warung kekinian dengan cita rasa Toba. Imelda memilih pizza andaliman sebagai produk unggulan. Imelda melihat alam Toba yang luar biasa indah sebagai peluang usaha. Dia menyewa lahan di samping café dan memperluas usaha dengan membuka *homestay* dan spa, menyatu dengan Café yang sudah lebih dahulu dikelola.

“Saat pandemi, usaha bisa dikatakan mati. Cafe berantakan, tidak terurus dan semua pegawai keluar. Untuk memulai lagi, saya berinvestasi mendatangkan trainer dari Bali untuk melatih 10 trainee tentang hospitality sampai manajemen cafe-homestay dan spa.”



Menurut Imelda, mengelola sumberdaya manusia bukanlah hal mudah. Dari 10 trainee, saat ini hanya 3 yang bertahan. Tapi hal ini tidak menyurutkan langkahnya dalam bisnis, meski menyadari banyak cafe-cafe baru yang berkembang.

Aktivitas Sosial - Menguatkan Relasi - Memperluas Pasar

Nurlinda Simanjuntak, lansia aktivis gereja yang menjadi wirausaha untuk membantu meningkatkan perekonomian keluarga dengan mengelola dua pertashop dan memproduksi aneka keripik & sasagun Toba. Bagi Nurlinda usaha itu bukan melihat uangnya tapi soal relasi. Banyak kegiatan sosial, banyak teman, banyak sahabat menjadi peluang usaha.

Selama pandemi Nurlinda terpaksa menutup satu pertashop dan merumahkan dua pegawainya. Nurlinda bertumpu pada



penjualan produk makanan olahan. Dalam setiap acara/pertemuan (meski terbatas) Nurlinda selalu membawa produknya untuk dijual. Menikmati setiap proses dalam usaha menjadi kunci menjalankan bisnisnya. “*Jangan laku satu, kita merepet (putus asa). Laku banyak, laku sedikit happy aja*”.

**Meningkatkan
Kapasitas -
Menguatkan
Kelompok -
Berbagi Peran**



Rita Simanjuntak adalah seorang penenun dan perangkat Desa Meat. Saat pandemi Rita mengajukan bantuan pelatihan

tenun pewarna alam kepada Disperindagkop. Pasca pelatihan, Rita mendampingi 2 kelompok tenun pewarna alam di Desa Meat dan mengembangkan motif tenun baru.

Dalam kelompok dibuat kesepakatan pembagian peran dalam memproduksi tenun dan nominal upah setiap proses. Penenun usia lanjut bisa menjadi penggulung benang, sehingga mereka juga masih bisa mendapatkan penghasilan. Rita sendiri selain sebagai designer motif tenun, juga memberikan mentoring motif baru kepada anggota kelompok. Sementara proses pewarnaan benang dilakukan oleh suami Rita yang terus bereksperimen menghasilkan warna-warna baru dari tanaman di sekitar desa.

Peningkatan kapasitas dan dukungan Dekranasda dalam mempromosikan produk UMKM kriya dirasakan betul manfaatnya oleh penenun pewarna alam desa Meat. Saat ini mereka menjalin Kerjasama dengan UMKM kriya di Medan, Bogor dan Bandung. Selain itu Rita mempromosikan tenun pewarna alam Desa Meat melalui media sosial. Rita Berharap, Desa Meat sebagai desa wisata memiliki galeri tenun, sehingga wisatawan yang datang dan tertarik, bisa langsung membeli tenun/ulos produksi penenun Desa Meat.

Menepis Stigma dengan Bukti Nyata



Berawal dari ide seorang teman, pada sekitar Agustus 2018 Meidar memulai bisnis keripik pisang. Awalnya keripik pisangnya dipasarkan di lingkungan rumah sakit tempat temannya bekerja. Dia sendiri mencoba menjajakan dari kantor ke kantor. Satu tahun dia menjual keripik pisangnya tanpa *brand/merk*. Tidak jarang Meidar mengalami stigma, juga kekerasan verbal terkait statusnya sebagai janda, namun dia tetap tegar dengan usaha yang dijalannya.

Pada tahun 2019 Meidar mendapatkan kesempatan mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh Disperindagkop dan mendapatkan bantuan peralatan dari pemerintah daerah. Untuk mengembangkan usahanya, Meidar mengambil KUR pada salah satu bank. Pengembangan usaha juga dilakukan dengan membangun brand keripik pisang “Noel” dan inovasi berbagai varian rasa keripik pisang.

Pada awal pandemi di tahun 2020 Meidar berhasil memiliki 10 outlet keripik pisang “Noel” di Porsea, Balige, Siantar dan Medan. Dia juga mengambil peluang mengikuti berbagai pelatihan yang diselenggarakan oleh bank dan juga Allianz. Meidar juga berhasil menjadi salah satu peserta kurasi dan inkubasi bisnis yang dilakukan oleh Kemenparekraf.

Saat pandemi semua outlet tutup, omset menurun drastis. Untuk meningkatkan omset Meidar aktif menggunakan media sosial seperti Facebook, Whatsapp dan IG untuk memasarkan produknya. Saat ini Meidar dibantu oleh 2 orang karyawan tetap. Sebagai alumni inkubasi bisnis, Meidar mengambil kesempatan untuk berkolaborasi dengan salah satu hotel di Medan, dengan menyediakan satu varian khusus keripik pisang rasa pedas manis teri medan-andaliman.

Menunggu dan Meningkatkan Keterampilan

Muj (20 tahun) merupakan perempuan muda dari Bandung yang berupaya menjalankan bisnis jasanya secara *online*. Dia mengistilahkan jenis usahanya adalah *entrepreneur endorse*, yakni menyediakan dirinya sendiri sebagai jasa pengiklan melalui akun media sosial. Aktivitas ekonomi ini merupakan salah satu kesempatan yang dipengaruhi oleh fasilitas teknologi digital dan meningkatnya tren budaya konsumsi. Di masa pandemi COVID-19, jumlah konsumsi

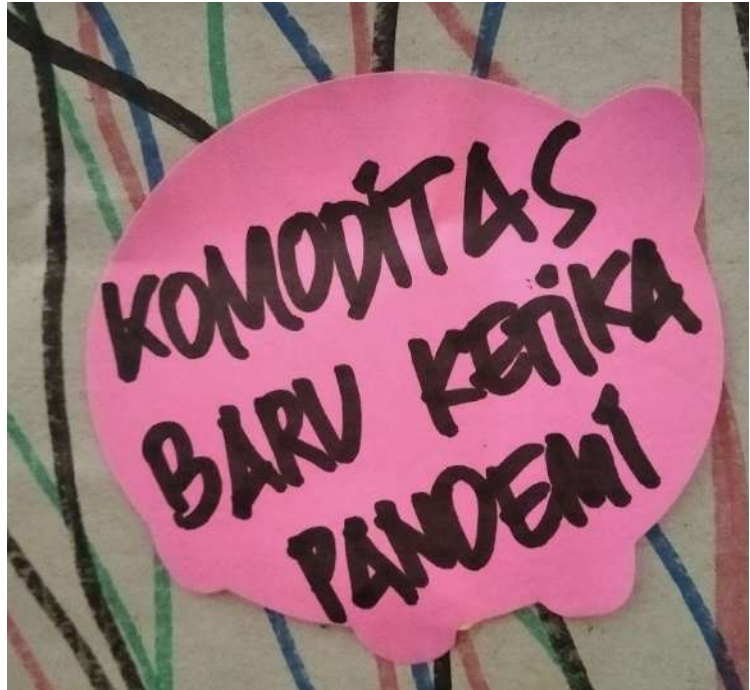
masyarakat melalui teknologi digital semakin meningkat. Bentuk usahanya seperti jasa *voice over* atau pengisi suara. Selain itu, Muj juga menawarkan jasanya untuk menjadi *dubber* pada tayangan animasi.



Untuk terus mengasah keterampilannya dan mendapatkan informasi tentang target pasarnya, Muj senantiasa mengikuti seluruh peluang seminar. Aktivitas ini juga dilakukan sambil menjalani kuliahnya di bidang manajemen yang mayoritas diselenggarakan secara *online*.

Inovasi dan Usaha Baru

Fia (20 tahun) merupakan salah satu perempuan muda di Bandung yang cukup berhasil menjalani usahanya di masa pandemi COVID-19. Intensitasnya pada aktivitas *online* selama pandemi menginspirasinya untuk memiliki bisnis di bidang kosmetik. Fia lebih senang menyebut inisiatifnya tersebut dengan *let do it yourself*, yakni memproduksi dan memasarkan semua produknya sendiri. Dia mempelajari praktik tersebut dari tren yang sedang berkembang di kalangan kaum muda. Dia mencoba memetakan peluang pasar, target dan kompetitornya melalui informasi yang didapatkan lewat internet. Produk yang dipasarkan seperti serum alis. Upaya untuk menciptakan produk serum alis ini juga dipelajari sendiri melalui video di YouTube. Dengan



melakukan beberapa kali eksperimen, Fia akhirnya dapat menemukan formula serum alis yang dapat diperjual belikan lewat media sosial.



KEMENKO PMK

KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG
PEMBANGUNAN MANUSIA DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

