

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Wirausaha adalah seseorang yang menciptakan sebuah bisnis untuk menawarkan barang atau layanan jasa dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan tujuan mendapatkan keuntungan. Berdasarkan orasi ilmiah yang disampaikan oleh Kementerian Koperasi dan UKM melalui Sekretaris Menteri Koperasi dan UKM, Rully Indrawan, disebutkan bahwa rasio wirausaha Indonesia saat ini mencapai 3,5% dari populasi penduduk.¹ Kementerian Koperasi dan UKM mencatat bahwa 99,99% dari total usaha yang ada di Indonesia merupakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang jumlahnya mencapai 65,47 juta unit pada tahun 2019. Jumlah tersebut naik 1,98% jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang sebesar 64,19 juta unit.² Dari data tersebut dapat diketahui bahwa cukup banyak masyarakat yang tertarik untuk memulai usaha.

Berwirausaha dapat dilakukan oleh siapa saja, baik kalangan mampu maupun kurang mampu, muda maupun tua, laki-laki maupun perempuan. Seorang ibu rumah tangga pun dapat berwirausaha, baik dengan tujuan mencari nafkah ataupun membantu suami menambah pendapatan keluarga. Menurut Asyiek dkk, motivasi perempuan bekerja yaitu karena suami yang tidak bekerja, rendahnya pendapatan rumah tangga sedangkan tanggungan keluarga cukup tinggi, ingin mengisi waktu luang, ingin mencari uang sendiri, dan ingin mencari pengalaman.³ Menjalankan usaha kecil menjadi pilihan banyak perempuan untuk mendapat keuntungan, hal tersebut senada dengan pernyataan Todaro yang mengungkapkan bahwa banyak pekerja

¹ Humas Kementerian Koperasi dan UKM, *Kemenkop dan UKM Berharap Lulusan Perguruan Tinggi Dituntut Berkarya Kreatif dan Inovatif*, 2020, (<http://kemenkopukm.go.id/read/kemenkop-dan-ukm-berharap-lulusan-perguruan-tinggi-dituntut-berkarya-kreatif-dan-inovatif>), diakses pada 01 Februari 2021

² M Ivan Mahdi, *Berapa Jumlah UMKM di Indonesia?*, DataIndonesia.id (<https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/berapa-jumlah-umkm-di-indonesia>) diakses pada 25 Agustus 2022

³ Asyiek dkk, dikutip tidak langsung oleh Putu Martini Dewi, *Partisipasi Tenaga Kerja Perempuan dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga*, *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan* Vol.5 No.2, 2012, hlm.119

perempuan yang menjalankan usaha kecil yang tidak memerlukan banyak modal atau bisa disebut dengan usaha mikro (*micro enterprise*).⁴

Sejatinya dalam menjalankan suatu usaha diperlukan peningkatan secara berkala agar usaha yang dijalani dapat lebih optimal, mengalami kemajuan, dan *upgrade* terhadap perkembangan zaman, baik bagi usaha besar maupun usaha kecil. Agar perusahaan mampu bersaing dengan persaingan pasar dan terus mendapatkan keuntungan yang berkelanjutan, seorang wirausaha perlu melakukan perkembangan usaha. Menurut Dedi Haryadi, perkembangan usaha adalah proses perkembangan suatu kelompok usaha kecil dari sejak berdiri sampai menjadi seperti kondisi terakhir kali diamati.⁵ Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 32 tahun 1998 tentang Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil,

“Pembinaan usaha adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat melalui pemberian bimbingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan usaha kecil agar menjadi usaha yang tangguh dan mandiri serta dapat berkembang menjadi usaha menengah”.⁶

Pembinaan dan pendampingan dalam usaha merupakan salah satu cara untuk membantu usaha kecil berkembang.

Salah satu program yang membantu memberi pembinaan atau pendampingan usaha yaitu program Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga (UP2K). Program UP2K merupakan upaya pemerintah untuk peningkatan usaha ekonomi dalam rangka meningkatkan kesejahteraan keluarga yang pelaksanaannya dibawah organisasi Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK). Program UP2K dibina oleh Kelompok Kerja II (Pokja II) PKK tingkat Kelurahan. UP2K adalah kegiatan ekonomi baik perorangan maupun kelompok yang diusahakan keluarga dengan wanita sebagai penggeraknya. Ibu rumah tangga yang mempunyai usaha

⁴ Michael P. Todaro, “Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga Jilid 1 Ed.8”, dikutip tidak langsung oleh Putu Martini Dewi, *Partisipasi Tenaga Kerja Perempuan dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga*, Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan Vol.5 No.2, 2012, hlm.120

⁵ Dedi Haryadi, “Tahap Perkembangan Usaha Kecil: Dinamika dan Peta Potensi Pertumbuhan” dikutip tidak langsung oleh Yuli Christina, dkk, *Pengaruh Kompetensi Wirausaha, Pembinaan Usaha, dan Inovasi Produk Terhadap Perkembangan Usaha (Studi Pada Usaha Kecil dan Menengah Batik di Sentra Pesindon Kota Pekalongan)*, Diponegoro Journal of Social and Politic, hlm.4

⁶ Peraturan Pemerintah No.32 Tahun 1998

dapat menambah pendapatannya, mengasah potensi dan kemampuan diri serta membuatnya menjadi lebih mandiri dan produktif.

Salah satu kelurahan yang terdapat program UP2K yaitu Kelurahan Cikini. Kelurahan Cikini merupakan salah satu kelurahan di Kecamatan Menteng, kota Jakarta Pusat. Di Kelurahan Cikini terdapat tiga kelompok UP2K yang aktif, diantaranya yaitu maQuba dari RW 01 dengan produk usaha minuman dan salad buah yang telah bergabung dengan UP2K sejak tahun 2019; Anggrek Bulan dari RW 03 dengan produk usaha *snack box* dan makanan Betawi yang telah bergabung dengan UP2K sejak tahun 2019; dan *Jasmine Batavia Craft* dari RW 04 dengan produk usaha hantaran, *souvenir*, dan *parcel* yang telah bergabung dengan UP2K sejak tahun 2011.

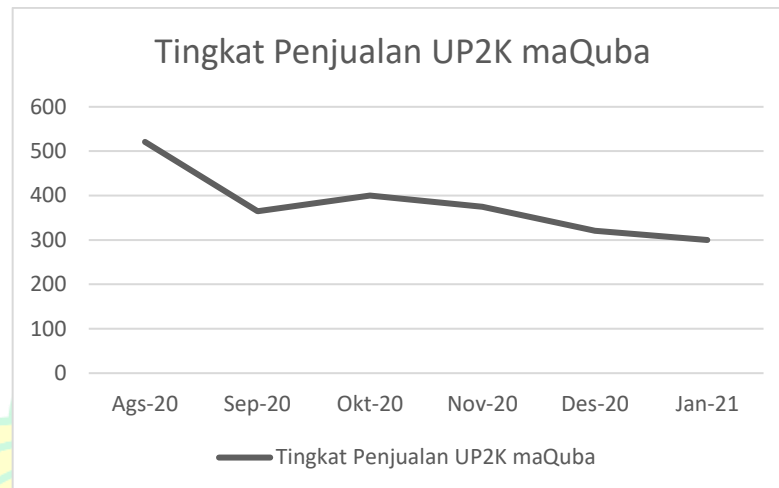
Berdasarkan data dari Pokja II PKK Kelurahan Cikini, kelompok UP2K maQuba dan *Jasmine Batavia Craft* masuk dalam klasifikasi usaha pemula, sedangkan kelompok UP2K Anggrek Bulan masuk dalam klasifikasi usaha madya. Sebagaimana tercantum dalam pedoman Stratifikasi UP2K PKK, klasifikasi usaha pemula berarti kepengurusannya belum lengkap, administrasinya sangat sederhana, produknya masih seadanya dalam kualitas maupun kemasan, pemasarannya masih seputar lingkungan, dan perijinan belum ada. Sedangkan klasifikasi usaha madya berarti kepengurusannya mulai lengkap tapi belum ada pembagian tugas, administrasinya lengkap, produk dan kualitas serta kemasan sudah mulai bagus, pemasarannya sudah mulai keluar dari lingkungan, dan perijinan sudah ada walau belum lengkap.

Selain data klasifikasi kelompok UP2K, peneliti juga mendapatkan data mengenai tugas dan tanggung jawab kader Pokja II PKK selaku pembina program. Berdasarkan hasil wawancara dengan kader Pokja II PKK Kelurahan Cikini, tugas dan tanggung jawabnya sebagai kader Pokja II yaitu dengan membina dan memonitoring kegiatan BKB PAUD (Bina Keluarga Balita Pendidikan Anak Usia Dini) dan UP2K di wilayah Kelurahan Cikini. Tugas dan tanggung jawab kader Pokja II juga dibantu oleh kader-kader dibawahnya yaitu Poktan II (Kelompok Kegiatan II) yang merupakan PKK di tingkat RW. Poktan II lah yang turun langsung ke

wilayah karena lebih dekat dan lebih mengenal dengan baik karakter wilayah RW nya masing-masing, sedangkan Pokja II yang akan memonitoring dan mengarahkan. Pembinaan kelompok UP2K yang dilakukan oleh kader Pokja II yang juga dibantu dan berkoordinasi dengan kader Poktan II biasanya dengan menanyakan kabar dan perkembangan usaha baik secara tatap muka maupun melalui media sosial *Whatsapp*, secara berkala menagih laporan pembukuan keuangan usaha, mengikutsertakan kelompok UP2K pada kegiatan bazar (jika ada), serta mengajak kelompok UP2K untuk mengikuti pelatihan jika ada pelatihan yang datangnya dari UMKM, Kementerian-kementerian, atau lembaga lainnya.

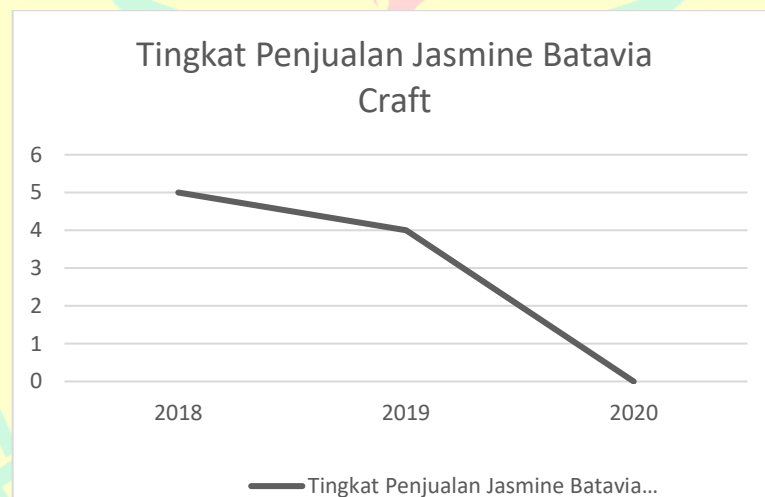
Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga ketua kelompok UP2K Kelurahan Cikini, kelompok usaha tersebut merasakan manfaat setelah bergabung dengan program UP2K, diantaranya menambah ilmu dengan mengikuti pelatihan yang diajak oleh PKK dan memperluas segmentasi pasar dengan dikenalkannya produk usaha sampai ke lingkup kelurahan saat ada bazar atau kegiatan lainnya.

Meski demikian, realitasnya masih ada permasalahan yang dialami oleh kelompok UP2K. Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan yang dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa ketiga kelompok UP2K di Kelurahan Cikini manajemen bisnisnya secara instingtif baik dalam aspek produksi, maupun pemasaran. Target pasarnya pun rata-rata masih warga sekitar. Ketiga kelompok UP2K tersebut merasa kesulitan mencari peluang usaha, terlebih semenjak PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) di masa pandemi covid-19 yang menyebabkan penjualannya pun menurun. Ketiga kelompok tersebut memasarkan produk usahanya secara tradisional atau dari mulut ke mulut (*word of mouth*), terkadang juga menggunakan media sosial *Whatsapp* untuk menawarkan produknya dengan *personal chat* ke kerabat sekitar.



Sumber: Pembukuan Keuangan UP2K maQuba

Gambar 1.1 Tingkat Penjualan UP2K maQuba



Sumber: Pembukuan Keuangan UP2K Jasmine Batavia Craft

Gambar 1.2 Tingkat Penjualan UP2K Jasmine Batavia Craft

Disamping permasalahan yang ada, kelompok UP2K tersebut juga memiliki beberapa potensi atau kekuatan pada usahanya. Seperti misalnya, ketiga kelompok usaha tersebut sudah memiliki label produk pada kemasan produknya. Salah satu kelompok UP2K (maQuba) juga menjual produknya di salah satu *e-commerce*. Dan salah satu kelompok lagi (Angrek Bulan) menyediakan metode pembayaran tunai dan non tunai. Kelompok UP2K maQuba dan Angrek Bulan juga sudah memiliki izin usaha.

Melihat permasalahan yang dialami oleh kelompok UP2K di Kelurahan Cikini, maka perlu adanya suatu aksi tindakan transformatif

dengan memanfaatkan potensi yang ada agar tercapainya perkembangan kearah kondisi yang lebih baik dalam berwirausaha. Berdasarkan *Training Need Assessment (TNA)* atau analisis kebutuhan pelatihan yang dilakukan dengan mewawancarai kelompok UP2K Kelurahan Cikini, hasilnya kelompok UP2K Kelurahan Cikini memerlukan adanya pengembangan kapasitas dalam hal memasarkan produk usaha. Kapasitas yang ingin dikembangkan meliputi kemampuan mendesain konten untuk pemasaran di media sosial dan pengoperasian media sosial untuk pemasaran produk.

Dari hasil wawancara, kelompok UP2K menjelaskan bahwa masa pandemi covid-19 menjadi salah satu penyebab yang menghambat proses pemasaran dan penjualan yang biasanya dilakukan secara tradisional. PSBB di masa pandemi membuat berkurangnya peluang usaha yang menyebabkan menurunnya tingkat permintaan/pesanan dari pembeli. Hal tersebutlah yang menjadi alasan kelompok UP2K membutuhkan adanya pengembangan kapasitas dalam hal memasarkan produk usaha khususnya dengan memanfaatkan media sosial.

Berdasarkan kondisi yang telah dipaparkan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengembangan Kapasitas dalam Memasarkan Produk Secara Online melalui Pelatihan *Social Media Marketing* pada Kelompok UP2K Kelurahan Cikini.” Dengan tujuan untuk mengembangkan kapasitas kelompok UP2K dalam memasarkan produknya secara online menggunakan media sosial sehingga diharapkan adanya peningkatan penjualan.

B. Fokus Penelitian

Mengacu pada latar belakang yang telah dipaparkan diatas, peneliti tertarik melakukan kajian dan aksi transformatif yang terfokus pada kelompok UP2K Kelurahan Cikini. Yang mendasari fokus penelitian ini yaitu karena urgensi kebutuhan kelompok UP2K untuk mengembangkan kapasitasnya dalam memasarkan produk dengan memaksimalkan kemampuan *social media marketing*.

Ruang lingkup pembatasan penelitian berpusat pada pengembangan kapasitas kelompok UP2K dalam memasarkan produk secara online

menggunakan media sosial. Objek penelitian ini yaitu tiga kelompok UP2K Kelurahan Cikini. Kurun waktu penelitian dari Januari 2021 hingga Februari 2022. Lingkup penelitian ini meliputi kompetensi *social media marketing* yang memfokuskan pada kemampuan mengoperasikan media sosial dan kemampuan mendesain konten untuk pemasaran di media sosial. Fokus tersebut dipilih sesuai kaidah partisipatoris dengan mengikutsertakan kelompok UP2K dan kader Pokja II dimana kelompok usaha turut berpartisipasi untuk memilih kebutuhan belajarnya dan berkolaborasi juga dengan kader Pokja II sebagai pembina dan pelaksana program UP2K.

Berdasarkan fokus penelitian diatas maka peneliti merumuskan masalah pada “Bagaimana kelompok UP2K Kelurahan Cikini melakukan proses pengembangan kapasitas dalam memasarkan produk secara online?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji, memperoleh informasi empiris, dan melakukan aksi transformatif tentang pengembangan kapasitas memasarkan produk secara online melalui pelatihan *social media marketing* pada kelompok UP2K Kelurahan Cikini.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan ilmu pengetahuan. Hasil penelitian ini juga dapat dimanfaatkan sebagai referensi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan untuk menambah wawasan peneliti mengenai pemasaran digital, pelatihan, dan pemberdayaan masyarakat, serta untuk memenuhi persyaratan dalam rangka

menyelesaikan studi Strata I untuk mencapai gelar Sarjana Pendidikan.

b. Bagi Organisasi PKK

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk memperbaiki dan mengembangkan program yang ada khususnya program UP2K agar melalui program tersebut dapat lebih meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

c. Bagi Kelompok UP2K

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan keterampilan baru yang bermanfaat bagi kelompok UP2K dalam menjalankan usahanya khususnya dalam memasarkan produk secara online dan terciptanya perubahan kondisi yang lebih baik dalam berwirausaha.

