

PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO DI MASA PANDEMI COVID-19 MELALUI PENGOLAHAN BUAH KELAPA DI DESA KEMBES 1, KABUPATEN MINAHASA

Paskanova Christi Gainau^{1*}, Yuli Rawun², Peggy Rumenser³

¹Dosen Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pattimura Ambon, Indonesia

^{2,3}Dosen Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eben Haezar Manado, Indonesia

* Penulis Korespondensi : [1paskanova.gainau@feb.unpatti.ac.id](mailto:paskanova.gainau@feb.unpatti.ac.id), [2yulirawun@stiebenzarac.id](mailto:yulirawun@stiebenzarac.id),
[3pegurumenser@yahoo.com](mailto:pegurumenser@yahoo.com)

Abstrak

Perempuan sebagai pelaku usaha mikro turut terdampak Covid-19. Demi mendukung keberlanjutan usaha mikro selama krisis maka tim pengabdian masyarakat melakukan pengabdian di Desa Kembes 1, Kabupaten Minahasa. Subjek sasaran adalah para pelaku usaha perempuan yang bergerak dalam bidang penjualan makanan, kue, dan minuman. Dalam pengabdian ini, para pelaku usaha didorong untuk melakukan improvisasi terhadap produk yang dijual, salah satunya dengan cara memanfaatkan komoditas utama yang melimpah di Desa Kembes yakni buah kelapa. Para pelaku usaha dibimbing untuk mengolah buah kelapa menjadi santan awet yang dijual ke rumah warga, warung makan dan supermarket. Proses pengolahan kelapa dilakukan secara higienis dengan menggunakan alat khusus yang telah tim sediakan dan dibekukan dalam lemari pendingin. Pelaku usaha dilatih untuk mengidentifikasi peluang usaha di tengah krisis dengan memanfaatkan buah kelapa. Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat ini, sebagai tindak lanjut pelaku usaha perlu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan sebagai bentuk membangun kepercayaan dan jejaringnya. Hal ini penting karena kepercayaan dan jaringan dapat memampukan usaha untuk bertahan. Selain itu, diharapkan kepada pemerintah desa untuk mendukung pengurusan merk produk santan awet ini agar dapat dipasarkan dengan mudah di supermarket. Lebih jauh lagi, dibutuhkan pendampingan selama masa krisis untuk mendukung keberlangsungan usaha.

Kata kunci: *Entrepreneur* Perempuan, Kinerja Usaha, Pandemi Covid-19

Abstract

Women as micro-entrepreneurs are affected by Covid-19. To support the sustainability of micro businesses in the crisis, the community service team conducted community service in Kembes 1 Village, Minahasa Regency. The target are women entrepreneurs who are engaged in selling food, cakes and beverages. Business actors are encouraged to innovate products by utilizing the main commodity which is abundant in Kembes Village, namely coconut fruit. Business women are taught to process coconut into durable coconut milk which is sold to residents' homes, food stalls and supermarkets. The process is carried out hygienically using special tool. Women are trained to identify opportunities in the crisis and to improvise by utilizing resources (coconuts) as a product that the community need. Based on this, community service activity, as a follow-up, business actors need to establish good relationships with customers as a form of building trust and networking. This is important because trust and networking can enable businesses to survive. In addition, village government should support the effort to use brand for this product for easily sell in supermarket. Furthermore, assistance and support during times of crisis are very important to support their going concern.

Keywords: *Woman Entrepreneur, Business Performance, Covid-19 Pandemic*

1. PENDAHULUAN

Desa Kembes 1 merupakan salah satu desa yang terdapat di Kecamatan Tombulu, Kabupaten Minahasa, dikenal dengan kekayaan hasil pertanian dan perkebunan yang sangat melimpah. Salah satu sumber daya alam yang berpotensi menghasilkan nilai jual adalah buah kelapa. Ada beberapa kelompok tani di daerah tersebut yang bergerak mengelola hasil-hasil pertanian untuk menambah penghasilan keluarga, namun komunitas tersebut sudah tidak berjalan dengan efektif. Hal ini disebabkan oleh karena tidak adanya kegiatan pertanian yang memberikan dampak signifikan terhadap penghasilan keluarga. Kurangnya inovasi dan kreatifitas dari komunitas tani merupakan penghambat utama efektifnya pengolahan hasil pertanian.

Fenomena itu membuat sehingga sebagian besar perempuan di Desa Kembes 1 beralih kepada usaha mikro, seperti menjual kue, makanan jadi dan minuman. Hal ini sudah tentu untuk menunjang ekonomi keluarga. Di masa pandemi Covid-19, pelaku usaha perempuan di desa ini turut terkena dampaknya. Penjualan mengalami penurunan drastis karena pada umumnya semua masyarakat mengalami penurunan daya beli.

Masalah yang dihadapi oleh kaum perempuan adalah belum mampu membaca peluang pasar dengan memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia. Buah kelapa merupakan komoditas yang belum dikembangkan secara optimal oleh pertanian di Desa Kembes 1. Harga jual buah kelapadi desa ini adalah Rp500,- sampai dengan Rp1.000,- per buah. Harga buah kelapa yang sangat murah tersebut seharusnya dapat diberdayakan sebagai peluang usaha di musim pandemi. Hal ini sebagai bentuk improvisasi usaha di masa krisis. Buah kelapa dapat dimanfaatkan sebagai bahan baku untuk menghasilkan produksi produk baru yang tetap dibutuhkan oleh masyarakat di masa krisis.

Warga Minahasa dikenal sebagai pecinta kuliner (makanan). Beraneka kuliner dapat diolah untuk dikonsumsi dan sebagian besar kuliner menggunakan santan kelapa. Santan kelapa telah menjadi salah satu kebutuhan masyarakat Minahasa setiap hari, baik untuk memasak maupun membuat kue. Permasalahan yang muncul adalah masyarakat cenderung membeli santan import dari luar Sulawesi Utara yang tersedia di supermarket. Hal ini menunjukkan kurangnya kreativitas dan daya saing dari para pelaku usaha di Sulawesi Utara, khususnya di Desa Kembes 1 sebagai salah satu desa penghasil buah kelapa.

Selain kurangnya daya saing pelaku usaha, masalah lainnya juga adalah sebagian besar pelaku usaha perempuan hanya terfokus pada penjualan kue dan makanan. Tidak ada kegiatan lain yang dilakukan untuk menjaga keberlangsungan arus kas usaha di musim pandemi sehingga pada akhirnya dapat menopang ekonomi keluarga.

Oleh karena itu, tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat fokus pada dua (2) permasalahan tersebut dengan harapan kegiatan usaha mikro bukan hanya sekedar berlangsung namun menghasilkan keuntungan dan mengalami peningkatan level usaha.

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pemberdayaan kepada pelaku usaha perempuan untuk melakukan improvisasi usaha dengan memanfaatkan komoditas utama yakni buah kelapa menjadikannya awet. Tim juga mengarahkan pelaku usaha untuk membaca peluang pasaryang potensial di masa pandemi Covid-19.

2. BAHAN DAN METODE

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, tim memanfaatkan fasilitas Warung Kopi Cambase, serta *infocus* dan *sound system* dari STIE Eben Haezar Manado.

Tim pelaksana memilih metode pelatihan/pemberdayaan dalam kegiatan pengabdian ini. Tahapan-tahapan dalam kegiatan pelatihan/pemberdayaan ini antara lain:

- Memaparkan materi (teori) tentang variabel penentu kinerja usaha mikro, di antaranya adalah kepercayaan (*trust*) dari lingkungan usaha. Selanjutnya, memaparkan materi tentang manfaat buah kelapa dan peluang usaha yang terkandung di dalamnya.
- Melaksanakan pelatihan (praktik) berupa pengolahan buah kelapa menjadi santan awet. Praktik ini dilakukan menggunakan alat dan bahan yang telah disiapkan oleh tim. Pelatihan ini dilaksanakan guna meningkatkan kreativitas dan selanjutnya daya saing pelaku usaha di masa pandemi Covid-19. Pelaku usaha tidak hanya berfokus pada satu jenis produk, namun memanfaatkan komoditas alam yang melimpah untuk terus menggerakkan roda usahanya. Materi diberikan kepada para pelaku usaha perempuan dalam bentuk *handout powerpoint*.
- Mendampingi proses pelatihan (praktik) dimulai dari teknik pengolahan kelapa hingga teknik mengemas santan awet pada kemasan yang telah disediakan oleh tim.

Untuk mensukseskan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan, Desa Kembes 1 sebagai mitra berpartisipasi aktif melalui:

- Penyediaan lokasi di Warung Kopi Cambase untuk mendukung proses pelatihan dan pemberdayaan dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan.
- Penyediaan meja, kursi, layar LCD dan *mic* selama kegiatan berlangsung.
- Mengundang beberapa perwakilan orang tua dari desa dan para pelaku usaha perempuan di Desa Kembes 1.



Gambar 1. Tim Pelaksana Pengabdian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim pelaksana pengabdian melaksanakan kegiatan ini pada hakikatnya sebagai bentuk dukungan terhadap pelaku usaha perempuan di Desa Kembes 1 dalam menghadapi krisis akibat Covid-19. Untuk itu, tim berfokus untuk mencari solusi terhadap permasalahan mitra (Pelaku Usaha Perempuan Desa Kembes 1) dalam mengolah buah kelapa menjadi santan awet. Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat dalam kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan tim pelaksana kepada mitra, sebagai berikut:

Pertama, melaksanakan pelatihan bagi pelaku usaha perempuan dalam mengolah buah kelapa sebagai komoditas unggulan desa menjadi santan awet yang merupakan kebutuhan masyarakat setiap hari. Dalam kegiatan ini, selain memberikan pengetahuan (teori) dan teknik pengolahan buah kelapa (praktik), tim juga memberikan pemahaman tentang cara membaca peluang usaha di masa krisis. Kegiatan ini telah membuka *mindset* dan pemahaman mitra terutama pelaku usaha perempuan di Desa Kembes 1 untuk melakukan improvisasi terhadap produk-produknya dengan memanfaatkan komoditas unggulan yang melimpah. Harapannya agar pelaku usaha tidak hanya berfokus pada satu jenis produk di saat penjualan produk utama menurun.

Kedua, memaparkan hasil penelitian terkait faktor yang mempengaruhi ketahanan usaha di masa pandemi. Faktor tersebut adalah kepercayaan (*trust*) dari lingkungan (Bulan dan Muhar, 2020). Kepercayaan merupakan nilai yang terbangun dari sebuah relasi sosial. Liao dan Welsch (2005) menemukan tiga bentuk modal sosial yang mempengaruhi ruang lingkup kewirausahaan yaitu kognitif, relasional dan struktural. Kognitif berkaitan dengan pengetahuan pelaku usaha tentang pengelolaan usaha. Relasional berkaitan dengan kemampuan menjalin hubungan dengan lingkungan usaha. Struktural berkaitan dengan kemampuan pelaku

usaha dalam mengatur struktur organisasi dan struktur keuangannya. Oleh karena itu, tim tidak hanya berfokus memberikan pengetahuan (materi) tetapi juga membuka pemahaman pelaku usaha tentang bagaimana menjalin relasi yang baik dengan lingkungan usahanya, seperti tetangga, keluarga, kerabat, dan pelanggan. Relasi ini dimaksudkan untuk membangun kepercayaan dari lingkungan terhadap bisnis.

Hal ini menunjukkan bahwa modal sosial memiliki peran penting bagi kinerja sebuah usaha. Modal sosial mengacu pada aspek hubungan yang kuat, kepercayaan dari lingkungan, dan kemampuan konseptual (Munizu, 2017; Steiner dan Wang, 2016; Sandra dan Purwanto, 2015; Schenkel, D'Souza dan Matthews, 2012). Temuan Setyawan, Susila dan Anindita (2019) dan Spekman dan Carraway (2006) juga menunjukkan bahwa komponen dasar dalam hubungan berbisnis adalah kepercayaan (*trust*). Secara spesifik, Davidsson and Honig (2003) menemukan bahwa hubungan yang erat dengan keluarga dan teman berdampak positif terhadap usaha karena di dalamnya mengandung dimensi kepercayaan yang kuat.

Pemaparan hasil penelitian ini bertujuan untuk membuka *mindset* pelaku usaha bahwa keberlangsungan usaha ditentukan dari seberapa kuatnya pelaku usaha membangun kepercayaan di mata pelanggan secara khusus, dan masyarakat secara umum. Di masa krisis, terdapat kelompok-kelompok tertentu yang setia mendukung usaha di antaranya adalah keluarga (Suriatna dan Ardianti, 2013). Kepercayaan yang diterima dari pelanggan, keluarga dan lingkungan mendorong pelaku usaha perempuan untuk melakukan improvisasi pada usaha.

Ketiga, pelaku usaha dilatih juga untuk mengemas santan hasil olahan dalam wadah (botol) yang telah disediakan tim dan disimpan dalam lemari pendingin. Wadah botol plastik yang disediakan tim adalah bagian dari pemanfaatan barang plastik sehingga mengurangi sampah plastik. Hal ini juga mendukung program pemerintah untuk mengurangi sampah plastik di masyarakat. Pengemasan produk merupakan bagian penting dari sebuah usaha karena *packaging* yang baik dapat meningkatkan penjualan.

Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa dalam mendukung keberlanjutan usaha di desa maka ketepatan dalam membaca peluang bisnis sangat mutlak diperlukan. Ketika pelaku usaha mampu membaca peluang bisnis dengan memanfaatkan komoditas unggulan desa maka improvisasi produk dapat dilakukan. Semakin baik pelaku usaha melakukan improvisasi, maka semakin baik pula daya tahan dan daya saing di masa krisis. Selain itu, kemampuan pelaku usaha dalam menjalin hubungan baik dengan lingkungan usaha juga berdampak signifikan bagi keberlangsungan usaha di masa krisis. Wilantara dan Susilawati (2016)

menemukan bahwa hubungan yang baik dapat menumbuhkan harapan di dalam sebuah masyarakat yang ditunjukkan oleh adanya perilaku jujur, teratur, dan kerja sama berdasarkan norma-norma yang dianut bersama.



Gambar 2. Sesi Pemaparan Materi.



Gambar 3. Sesi Diskusi dan Tanya Jawab.



Gambar 4. Sesi Praktik.



Gambar 5. Sesi Pengemasan.

Di masa pandemi Covid-19, keterlibatan pendamping usaha mikro sangatlah penting. Pendampingan ini sebagai wujud kepedulian terhadap usaha-usaha mikro yang secara langsung berkontribusi bagi penyerapan tenaga kerja dan penyedia kebutuhan rumah tangga. Pendampingan diperlukan untuk memberikan harapan yang baru bagi keberlangsungan dan ketahanan usahanya. Bila hal ini dilakukan secara intens dan serius maka di masa krisis sekalipun, usaha-usaha mikro tetap bergerak dan hidup, berkontribusi bagi perekonomian di pedesaan. Suhendri dkk (2021) juga menemukan hal yang sama yakni keterlibatan pihak lain dalam suatu proses pembelajaran dapat meningkatkan kualitas peserta yang diajarkan.



Gambar 6. Dokumentasi Tim dan Peserta.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat oleh tim pelaksana pengabdian, pelaku usaha perempuan di Kembes 1 menunjukkan bahwa pelaku usaha memiliki kemampuan beradaptasi dengan kondisi pandemi Covid-19 dan memiliki kemampuan dalam mengolah buah kelapa menjadi santan awet yang bernilai jual. Sebagai tindak lanjut, pelaku usaha perlu

menjalin relasi dengan pelanggan sebagai bentuk membangun kepercayaan dan jejaringnya. Hal ini penting karena kepercayaan dan jaringan dapat memungkinkan usaha untuk bertahan di tengah krisis. Selain itu, diharapkan kepada pemangku kebijakan seperti pemerintah desa untuk mendukung pengurusan merk produk santan awet ini agar dapat dipasarkan dengan mudah di supermarket. Lebih jauh lagi, dibutuhkan pendampingan dan dukungan usaha selama masa krisis. Dukungan ini dapat berupa dukungan dana dan tata cara mengelola keuangan usaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pattimura dan STIE Eben Haezar Manado yang telah memberikan dukungan pendanaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bulan, T. R. and Muhar, A. M. (2020) 'The Social Capital Impact on the Performances Small Medium Enterprises', 12(2), pp. 1566–1571.
- Davidsson, P. and Honig, B. (2003) 'The role of social and human capital among nascent entrepreneurs', *Journal of Business Venturing*, 18(3), pp. 301–331. doi: 10.1016/S0883-9026(02)00097-6.
- Liao, J. and Welsch, H. (2005) 'Roles of social capital in venture creation: Key dimensions and research implications', *Journal of Small Business Management*, 43(4), pp. 345–362. doi: 10.1111/j.1540-627X.2005.00141.x.
- Munizu, M. (2017) 'Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Kecil Dan Menengah Di Jakarta', *Business Management Journal*, 11(1). doi: 10.30813/bmj.v11i1.623.
- Sandra, A. and Purwanto, E. (2015) 'Pengaruh Faktor-Faktor Eksternal dan Internal Terhadap Kinerja Usaha Kecil dan Menengah di Jakarta', *Business Management*, 11(1), p. pp.97-124.
- Schenkel, M. T., D'Souza, R. R. and Matthews, C. H. (2012) 'Entrepreneurial capital: Examining Linkages in Human and Social Capital of New Ventures', *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 17(2), pp. 1–26. doi: 10.1142/S1084946712500094.
- Setyawan, A., Susila, I. and Anindita, S. (2019) 'Influence of power asymmetry, commitment and trust on sme retailers' performance', *Business: Theory and Practice*, 20(2000), pp. 216–223. doi: 10.3846/btp.2019.21.
- Spekman, R. E. and Carraway, R. (2006) 'Making the transition to collaborative buyer-seller relationships: An emerging framework', *Industrial Marketing Management*, 35(1), pp. 10–19. doi:

- 10.1016/j.indmarman.2005.07.002.
- Steiner, B. and Wang, C. (2016) 'Social Capital, Religious Affiliation and Business Performance in Denmark', *Academy of Management Annual Meeting Proceedings*, (1993).
- Suhendri, Sabri, R., Arifin, Z., Rahman, M.A., Ainaya, T., Fahmi H. A. (2021) 'Pelatihan Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ) Pada Masa Pandemi Covid-19 Bagi Guru Sekolah Dasar Islam Terpadu (SDIT) DOD Medan', *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 27 No. 1, Januari - Maret,
- Suriatna, D. and Ardianti, R. R. R. (2013) 'Analisa Modal Sosial Dan Entrepreneurial Leadership Pengusaha Mikro Dan Kecil Di Jawa Timur', *Agora*, 1(3), pp. 1451–1458.
- Wilantara, Rio dan Susilawati. (2016). *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM*. PT. Refika Aditama: Bandung.