



Pemberdayaan Kaum Perempuan di Kota Kendari Melalui Usaha Souvenir di Masa Pandemi

Tajuddin, Muhammad Syarif, M. Natsir, Hasan Aedy, Rosnawintang, Ernawati ✉, Asrianti Dja'wa, Wa Ode Rachmasari Ariani

Universitas Halu Oleo

Kampus Hijau Bumi Tridharma, Kec. Kambu, Kota Kendari, Sulawesi Tenggara 93232, Indonesia

| ernawaty@uho.ac.id ✉ | DOI : <https://doi.org/10.37729/abdimas.v6i1.1459> |

Abstrak

Perekonomian masyarakat di Kecamatan Poasia terdampak pandemic Covid-19 berupa penurunan pendapatan. Salah satu solusi yang ditawarkan bagi kaum perempuan di Kecamatan Poasia yaitu pemberdayaan kaum perempuan di masa pandemi melalui usaha rumah tangga. Tujuan kegiatan pengabdian yaitu meningkatkan keterampilan kaum perempuan dalam pembuatan souvenir. Mitra Kegiatan yaitu Camat Kecamatan Poasia. Kegiatan pelatihan melibatkan 24 peserta dari kaum perempuan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui pelatihan. Metode kegiatan yang digunakan berupa ceramah dan demonstrasi. Setiap kelompok menghasilkan 2 produk, yaitu bucket bunga dan balon. Hasil evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa pemahaman peserta pelatihan setelah mengikuti kegiatan berada pada kategori sangat tinggi. Pada sisi lain, peserta pelatihan juga berminat untuk mengembangkan bisnis souvenir. Tindak lanjut yang perlu dilakukan berupa peningkatan keahlian pemasaran on line guna meningkatkan jaringan pelanggan.

Kata Kunci: Kreativitas, Perempuan, Pandemi, Pelatihan, Souvenir



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. Pendahuluan

Pandemi Covid-19 telah berdampak pada penurunan permintaan akan produk dan jasa secara umum. Pada tahun 2020 kontraksi ekonomi Indonesia mencapai 2,19 persen. Kontraksi ekonomi kemudian berlanjut pada tahun 2021 khususnya Triwulan I sebesar 0,71 %, sementara pada triwulan 2, perekonomian telah tumbuh (y.o.y) sebesar 7,07 % (BPS, 2021). Searah dengan pemulihan ekonomi nasional, pada Triwulan II tahun 2021 perekonomian Sulawesi Tenggara juga mengalami pertumbuhan, sebesar 4,21 %, lebih tinggi dibanding triwulan yang sama tahun 2020 yang mengalami kontraksi sebesar 2,59 %. Namun dari sisi pengeluaran, pertumbuhan ekonomi tertinggi dicapai oleh komponen ekspor barang dan jasa yang tumbuh sebesar 132,49 %. Komponen pengeluaran konsumsi rumah tangga sebesar 4,43 %. Dari sisi produksi, pertumbuhan tertinggi dicapai oleh lapangan usaha pengadaan listrik dan gas sebesar 16,75 %, diikuti Jasa Keuangan sebesar 11,36 %; Industri Pengolahan sebesar 10,95 %; dan Penyediaan Makan Minum sebesar 10,49 %, sementara lapangan usaha lainnya tumbuh dibawah 10% (BPS Sultra, 2021).

Berdasarkan data yang diperoleh (BPS kota Kendari, 2021) selama periode 2020, kota Kendari mengalami kontraksi ekonomi sebesar sebesar 1,30 %. Lapangan usaha yang mengalami kontraksi tertinggi yaitu penyediaan akomodasi dan makan minum

sebesar 6,43 %, selanjutnya industri pengolahan sebesar 5,41 %, dan perdagangan besar dan eceran; reparasi mobil dan sepeda motor sebesar 5,08 %; sementara kontraksi lapangan usaha lain mengalami kontraksi dibawah 5 %. Beberapa lapangan usaha juga tetap mengalami pertumbuhan ekonomi yang positif seperti jasa kesehatan dan kegiatan sosial; informasi dan komunikasi; jasa keuangan dan asuransi; jasa pendidikan; administrasi pemerintahan, pertahanan, dan jaminan sosial wajib; serta real estate. Meskipun perekonomian Indonesia telah mulai pulih, namun masih diperlukan langkah-langkah optimal dalam mendorong perekonomian Indonesia dan menyerap kembali tenaga kerja yang sempat menganggur akibat pandemi Covid-19. Tingkat pengangguran terbuka di kota Kendari pada tahun 2019 yaitu 6,15 %, meningkat menjadi 7,08 % pada tahun 2020 akibat pandemi Covid-19. Tingkat pengangguran ini merupakan yang tertinggi secara regional Sulawesi Tenggara.

Kecamatan Poasia merupakan salah satu wilayah yang berdampak Covid-19. kecamatan Poasia memiliki populasi penduduk sekitar 40.660 jiwa, dan merupakan kecamatan kedua terpadat setelah kecamatan Kendari Barat. Sekitar 11,78 % penduduk kota Kendari bermukim pada kecamatan Poasia. Perekonomian masyarakat di kecamatan Poasia mengalami penurunan pendapatan sebagai dampak pandemi Covid-19. Beberapa cara yang dilakukan oleh usaha rumah tangga dalam menghadapi arus kas dimasa pandemi yaitu mengurangi aktivitas produksi, mengurangi tenaga kerja, melakukan pinjaman, menggunakan uang pribadi dan bantuan dari pemerintah (Rohman & Andadari, 2021). Penurunan pendapatan dari kepala keluarga dapat disiasati cara seperti beralih ke usaha lain (Hadiwardoyo, 2020). Namun usaha yang dimaksud yaitu usaha yang aktivitasnya lebih banyak di rumah. Pada sisi lain, beralih pada usaha lain diperlukan pengetahuan dan keterampilan baru bagi pelaku usaha. Salah satu usaha yang tengah berkembang di masa pandemic di Kota Kendari yaitu bisnis souvenir. Bisnis souvenir sangat cocok dikerjakan di rumah, membutuhkan modal yang relative kecil, dan dikerjakan oleh kaum perempuan sebab bisnis tersebut membutuhkan ketelatenan dan kesabaran dalam produksinya. Kaum perempuan dapat diandalkan kontribusinya dalam masa pandemic. Kelompok perempuan sangat berperan dalam ketahanan ekonomi keluarga (Darmayanti & Budarsa, 2021) dan penggerak ekonomi di masa pandemic (Sari & Zufar, 2021).

Dengan demikian, salah satu solusi yang ditawarkan oleh Tim Pengabdian Masyarakat bagi kaum perempuan di Kecamatan Poasia yaitu pemberdayaan kaum perempuan dimasa pandemic melalui pelatihan pembuatan souvenir sebagai sumber penghasilan tambahan di masa pandemic. Tujuan kegiatan ini yaitu meningkatkan keterampilan perempuan dalam membuat souvenir.

2. Metode

Kegiatan ini dilaksanakan pada 22 Agustus 2021 bertempat di Aula kecamatan Poasia kabupaten Kendari. Mitra kegiatan yaitu Camat kecamatan Poasia kota Kendari. Kegiatan dilaksanakan melalui pelatihan, dengan metode: ceramah, dan demonstrasi. Jumlah peserta pelatihan sebanyak 24 orang. Tahapan kegiatan terdiri dari persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahapan persiapan selain survey kelompok sasaran, Tim juga melakukan persiapan bahan pelatihan, kuisisioner evaluasi, maupun peralatan lain yang dibutuhkan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui 2 tahapan, yaitu: (1) sosialisasi terkait bagaimana kaum perempuan memiliki strategi bertahan hidup dimasa pandemi, dan (2) pelatihan ekonomi kreatif berupa pembuatan souvenir bucket

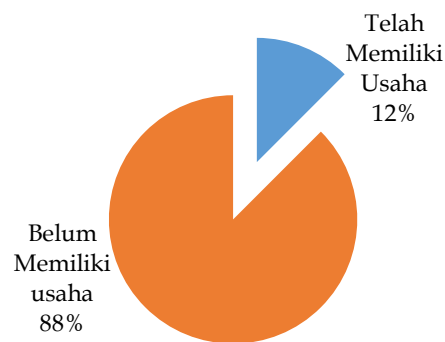
bunga dan balon. Pada materi sosialisasi dilakukan oleh Dosen Pendamping Lapangan (DPL), sementara pelatihan dilakukan oleh DPL bersama dengan mahasiswa. Metode pelatihan dilaksanakan melalui demonstrasi, dengan membagi peserta dalam 6 kelompok kecil, yang didampingi oleh 2 (dua) orang mahasiswa.

Tahap evaluasi kegiatan terdiri dari aktivitas evaluasi dan rencana tindak lanjut. Evaluasi dilakukan melalui penyebaran kuisioner sebelum dan setelah pelatihan. Beberapa kemampuan yang dievaluasi yaitu: (1) kemampuan/pemahaman membuat souvenir, dan (2) minat membuka lapangan usaha baru. Penilaian dilakukan melalui skala likert (1=sangat rendah sampai 5= sangat tinggi). Pelaksanaan pengabdian dikatakan baik atau berhasil jika rata-rata nilai pemahaman maupun minat minimal berada pada kategori tinggi, dengan tingkat capaian dalam persentase (%), sangat rendah (<20), rendah (21-40), sedang (41-60), tinggi (61-80), dan sangat tinggi (>80). Hasil evaluasi kemudian menjadi bahan rencana tindak lanjut bagi Tim untuk melakukan perbaikan dan tahapan kegiatan lanjutan dari program pemberdayaan kaum perempuan.

3. Hasil dan Pembahasan

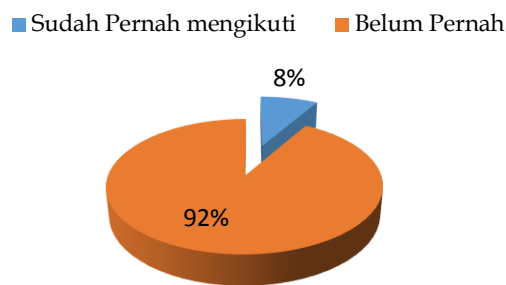
3.1. Karakteristik Peserta Pelatihan

Peserta pelatihan terdiri dari 24 peserta dimana 12 persen diantaranya telah memiliki usaha seperti pada [Gambar 1](#). Peserta yang memiliki usaha bergerak dalam sektor perdagangan, dan sedang mencari usaha lain yang lebih prospek pada masa pandemi. Sementara peserta yang belum memiliki usaha, juga sedang mencari peluang usaha baru untuk mengembangkan diri dimasa pandemi.



Gambar 1. Distribusi peserta pelatihan berdasarkan usaha/bisnis

Adapun distribusi peserta pelatihan berdasarkan pengalaman pelatihan sejenis sebagaimana disajikan pada [Gambar 2](#) menunjukkan bahwa sebanyak 8 persen peserta telah mengikuti kegiatan sejenis, sisanya 92 % belum pernah mengikuti kegiatan pembuatan Souvenir Bucket dan Balon.



Gambar 2. Distribusi peserta pelatihan berdasarkan pengalaman pelatihan

3.2. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengembangan ekonomi kreatif bagi kaum perempuan di kecamatan Poasia Kota kendari merupakan salah satu rangkaian Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik Universitas Halu Oleo Tahun 2021. Kegiatan KKN tematik ini sebelumnya diawali dengan survey lokasi dan wawancara pendahuluan dengan masyarakat/ lurah/ camat yang ada pada wilayah sasaran. Pada tahap ini tim melakukan identifikasi tentang permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat, yang solusinya *feasible* dilakukan oleh Tim dalam jangka waktu 1 bulan. Dengan demikian, KKN Tematik merupakan Program dimana Tim Mahasiswa dan Dosen Pendamping Lapangan (DPL) membawa sejumlah program bagi kelompok sasaran. Kegiatan Pemberdayaan Perempuan melalui usaha souvenir, merupakan salah satu dari rangkaian kegiatan Tim KKN tematik yang telah disusun sebelumnya seperti disajikan pada **Gambar 3** dan **Gambar 4**.



Gambar 3. Instruktur memperagakan tahapan pembuatan produk



Gambar 4. Kelompok-kelompok kecil peserta

Program Pengembangan Ekonomi Kreatif berupa peningkatan keterampilan pembuatan souvenir bucket dan balon diawali dengan kegiatan penguatan strategi penghidupan bagi kaum perempuan ditengah pandemi Covid-19. Kegiatan pelatihan dipandu oleh mahasiswa sekaligus sebagai instruktur pelatihan (**Gambar 4**). Guna memudahkan transfer keterampilan, peserta pelatihan dibagi dalam 6 kelompok, yang kemudian didampingi oleh beberapa mahasiswa (**Gambar 4**). Pada kelompok kecil, peserta membuat produk yang diperagakan oleh instruktur (**Gambar 5**). Adapun hasil kegiatan berupa produk souvenir bucket bunga dan balon sebagaimana disajikan pada **Gambar 6**.



Gambar 5. Peserta pelatihan membuat produk yang diperagakan instruktur



Gambar 6. Produk dan Peserta Pelatihan maupun Tim KKN Tematik

3.3. Evaluasi Kegiatan

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa seluruh kelompok mampu menghasilkan 2 produk, yaitu souvenir bucket bunga dan balon. Adapun pemahaman peserta pelatihan terkait dengan kemampuan menghasilkan produk menunjukkan bahwa pemahaman peserta berada pada kategori sangat tinggi (Tabel 1). Adapun minat peserta pelatihan untuk mengembangkan usaha souvenir bucket dan balon, berada pada kategori tinggi.

Tabel 1. Pemahaman dan minat peserta dalam mengembangkan usaha souvenir

| No | Kriteria | Rata-rata | % | Kategori |
|----|--------------------------------------|-----------|-------|---------------|
| 1 | Pemahaman Setelah mengikuti Kegiatan | 4.06 | 81.11 | Sangat Tinggi |
| 2 | Minat Mengembangkan usaha | 3.83 | 76.67 | Tinggi |

Dampak kegiatan KKN Tematik, diharapkan dapat berkesinambungan dimasa yang akan datang, meskipun program KKN telah selesai dalam 1 bulan. Oleh sebab itu, tim KKN Tematik melakukan evaluasi terkait kendala-kendala yang dihadapi peserta pelatihan jika mengembangkan usaha tersebut. Masukan ini dapat menjadi pertimbangan bagi kegiatan selanjutnya dalam menentukan program-program pengabdian yang memberikan solusi bagi masyarakat binaan. Adapun kendala yang dipersepsikan oleh peserta akan dihadapi dalam mengembangkan usaha sebagaimana Tabel 2 yaitu kendala terbesar berada pada modal, selanjutnya jaringan dan tenaga kerja. Sementara terdapat seorang peserta yang memiliki kendala waktu. Namun, sebanyak 6 peserta atau 29,17 % menyatakan bahwa mereka tidak memiliki kendala jika menjalankan usaha tersebut.

Tabel 2. Persepsi peserta mengenai kendala pengembangan usaha

| No. | Kendala | Frekuensi | % |
|--------|---------------------------|-----------|--------|
| 1 | Jaringan pelanggan | 5 | 20,83 |
| 2 | Modal | 6 | 25,00 |
| 3 | Tenaga Kerja | 5 | 20,83 |
| 4 | Waktu | 1 | 4,17 |
| 5 | Tidak ada kendala berarti | 6 | 29,17 |
| Jumlah | | 24 | 100,00 |

Kendala jaringan pelanggan dapat disiasati melalui jaringan pemasaran online. Untuk itu, pemahaman jaringan pemasaran online merupakan salah satu paket kegiatan dalam KKN Tematik di kecamatan Poasia kota Kendari. Pemasaran merupakan kendala usaha pada masa pandemic sehingga strategi pemberdayaan yang paling dibutuhkan yaitu pemasaran produk secara online melalui *platform market digital* (Andayani, et al., 2021; Cahya, et al., 2021; Alfin, 2020; Nadyan, et al., 2021). Usaha kecil dan menengah yang memiliki anggaran promosi yang terbatas dapat memanfaatkan pemasaran digital (Wardhana, 2015). Transformasi ke pemasaran digital selain merupakan trend, juga dapat menghemat biaya (Nur Savitri dkk., 2020). Pada sisi lain, pemasaran melalui media online seperti media sosial, dapat menurunkan kebutuhan modal bagi pelaku usaha kecil (Rosmadi, 2021).

Tujuan kegiatan pengabdian telah tercapai berupa kemampuan peserta pelatihan dalam membuat souvenir. Mitra memiliki keterampilan dan minat untuk mengembangkan usaha souvenir. Namun karena masih berada pada situasi pandemic, maka tindak lanjut yang perlu dilakukan yaitu mengadakan pelatihan pemasaran online. Pelatihan ini sekaligus menjadi solusi kendala jaringan yang dihadapi oleh mitra. Pada kegiatan pemberdayaan yang dilakukan oleh (Annisa & Ekowati, 2021), selain kegiatan pembuatan produk olahan, peserta pelatihan juga dibekali dengan pengetahuan tentang pemasaran produk online dan offline.

4. Kesimpulan

Pandemi Covid-19 telah menurunkan pendapatan masyarakat secara umum. Penurunan pendapatan dapat disiasati dengan mencari sumber penghasilan baru. Bisnis souvenir merupakan salah satu bisnis yang tengah berkembang di Kota Kendari. Bisnis souvenir membutuhkan ketelitian dan kesabaran dalam pembuatannya, sehingga sangat cocok dilakukan oleh kaum perempuan. Terlebih, usaha tersebut dapat dilakukan di dalam rumah, dan membutuhkan modal yang relative kecil. Bisnis souvenir dapat menjadi penopang ekonomi keluarga di masa pandemi. Hasil evaluasi kegiatan menunjukkan bahwa kaum perempuan sangat memahami instruksi yang diberikan oleh pelatih dan mampu menyelesaikan tugas yang diberikan, yaitu menghasilkan produk souvenir bucket bunga dan balom. Adapun minat peserta pelatihan dalam mengembangkan bisnis souvenir berada pada kategori tinggi. Tindak lanjut dari kegiatan ini yaitu meningkatkan keterampilan pemasaran online peserta pelatihan, untuk mengatasi masalah jaringan pelanggan.

Acknowledgement

Terima kasih pada Camat Kecamatan Poasia Kota Kendari dan LPPM Universitas Halu Oleo.

Daftar Pustaka

- Alfin, A. (2020). Analisis Strategi UMKM Dalam Menghadapi Krisis Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1543-1552. <https://doi.org/10.47492/jip.v1i8.280>
- Andayani, I., Roesminingsih, M.V., & Yulianingsih, W. (2021). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Pelaku UMKM di Masa Pandemi Covid-19, *Jurnal Pendidikan Nonformal*, 16(1). 12-20. <http://dx.doi.org/10.17977/um041v16i1p12-20>
- Annisa, N. N., & Ekowati, T. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Desa Kaliwungu Kidul Dalam Pengolahan Produk Lokal Berbahan Dasar Pisang Guna Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. *Surya Abdimas*, 5(3), 232-239. <https://doi.org/10.37729/abdimas.v5i3.1172>
- BPS. (2021). https://www.bps.go.id/website/materi_ind/materiBrsInd-20210805115129.pdf
- BPS Sultra. (2021). Pertumbuhan Ekonomi Sulawesi Tenggara Triwulan II-2021. Berita Resmi Statistik. No. 52/08/74/Th.XIV, 5 Agustus 2021. <https://kendarikota.bps.go.id/pressrelease/2021/08/26/315/ekonomi-sulawesi-tenggara-triwulan-ii-2021-tumbuh-sebesar-4-21-persen.html>
- BPS Kendari. (2021). Kota Kendari Dalam Angka. *BPS Kota Kendari*.
- Cahya, A., Aminah, A., Rinaja, A., & Adelin, N. (2021). Pengaruh Penjualan Online di masa Pademi Coviv-19 terhadap UMKM Menggunakan Metode Wawancara. *Jesya Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, 4(2), 857-863. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.407>
- Darmayanti, A., & Budarsa, G. (2021). Peran Ganda Perempuan Bali di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 8(1), 1-12. <https://doi.org/10.24036/scs.v8i1.209>.
- Hadiwardoyo, W. (2020). Kerugian Ekonomi Nasional Akibat Pandemi Covid-19. *Jurnal of Business and Entrepreneurship*, 2(2), 83-91.
- Nadyan, A.F., Selvia, E., & Fauzan, S. (2021). The Survival Strategies of Micro, Small and Medium Enterprises in The New Normal Era. *Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, XII(2), 142-149. <https://doi.org/10.29313/de.v12i2.7797>.
- Rohman, L.L., & Andadari, R.K. (2021). Dampak Pandemi COVID-19 pada Usaha Rumah Tangga dan Strategi Bertahan. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora* 5(1), 82-90. <http://dx.doi.org/10.23887/jppsh.v5i1.34631>
- Rosmadi, M.L.N. (2021). Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*. 4(1), 122-127.
- Sari, E.K., & Zufar, B.N.F. (2021). Perempuan Pencari Nafkah Selama Pandemi Covid-19. *Al-Mada: Jurnal Agama Sosial dan Budaya*, 4(1), 13-29. <https://doi.org/10.31538/almada.v4i1.1009>.

- Nur Savitri, A., Albab Al Umar, A., Fitriani, A., Mustofa, M., & Arinta, Y. (2020). Dampak dan Strategi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah di Masa Pandemi dan Era New Normal. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(7), 1433-1437. <https://doi.org/10.47492/jip.v1i7.271>.
- Wardhana, Aditya. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Forum Keuangan dan Bisnis IV*, 327-227.