

## MOTIVASI BAGI PARA IBU RUMAH TANGGA UNTUK BERWIRAUSAHA DI MASA PANDEMI

Wenny Desty Febrian<sup>1</sup>, Fathihani<sup>2</sup>, Yanthy Herawati Purnama<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>) Universitas Dian Nusantara, Jakarta, Indonesia

Corresponding author: [wenny.desty.febrian@undira.ac.id](mailto:wenny.desty.febrian@undira.ac.id)



Diterima : 19/09/2021  
Direvisi : 12/10/2022  
Dipublikasi : 30/11/2022

**Abstrak:** Dalam Pengabdian Kepada Masyarakat ini, tujuan pengabdian adalah ingin memberikan motivasi berwirausaha kepada ibu rumah tangga yang mau mendapatkan tambahan pemasukan selain dari nafkah yang diberikan oleh suami dapat menggunakan media sosial dan perangkat selular untuk mempromosikan dan menjual produk. Para Ibu Rumah Tangga di wilayah Tanjung Duren, Jakarta Barat ini mayoritas Ibu tidak bekerja/wanita karir. Sebagian besar dari ibu-ibu tersebut kegiatannya hanya mengobrol dengan sesama ibu yang membuka usaha rumahan juga. Rata-rata pekerjaan suami adalah buruh pabrik dan supir transportasi online. Adapun kesimpulan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang saya lakukan ini, antara lain yang pertama pada saat ini pelaku usaha sudah saatnya melakukan berbagai inovasi dalam menciptakan produk-produk/jasa yang berkualitas dan berdaya saing yang kemudian pasarkan melalui *online*, yang *kedua* bisnis atau usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat Indonesia, yang *ketiga* UMKM bisa dijalankan walaupun hanya dirumah saja, dan terakhir UMKM yang dijalankan oleh para ibu rumah tangga diyakini dapat meningkatkan perekonomian keluarganya.

Kata kunci: Motivasi, Wirausaha, UMKM

**Abstract:** In this Community Service, the aim of the service is to provide entrepreneurial motivation to housewives who want to get additional income apart from the income provided by their husbands can use social media and mobile devices to promote and sell products. The majority of housewives in the Tanjung Duren area, West Jakarta are unemployed/career women. Most of these mothers are just chatting with fellow mothers who also open home businesses. On average, their husbands work as factory workers and transportation drivers. on line. As for the conclusions from this Community Service activity that I did, among others, firstly, now it is time for business actors to carry out various innovations in creating quality and competitive products/services which are then marketed online, secondly business or micro-enterprises. Small and medium enterprises (MSMEs) have an important role in the economy of the Indonesian people, the third MSMEs can be run even if only at home, and finally MSMEs run by housewives are believed to be able to improve the economy of their families.

Keywords: Motivation, Entrepreneur, MSEM

### PENDAHULUAN

Fenomena covid saat ini yang berkepanjangan membuat banyak sektor bisnis merugi dan menurun khususnya untuk wirausaha-wirausaha kalangan bawah yang banyak dilakoni oleh ibu-ibu rumah tangga. Ditambah lagi kondisi semakin maraknya pengguna internet, serta kemudahan dan kebebasan untuk bertransaksi dalam perdagangan, dapat dimanfaatkan oleh berbagai pihak. Menjadi salah satu faktor kendala bagi ibu-ibu kalangan bawah yang membuka wirausaha ini menjadi tidak bersemangat lagi dan memilih untuk tidak berwirausaha lagi.

Melihat fenomena ini kami tergerak untuk dapat memberikan motivasi beriwrausaha kepada ibu rumah tangga yang mau mendapatkan tambahan pemasukan selain dari nafkah yang diberikan oleh suami dapat menggunakan media sosial dan perangkat selular untuk mempromosikan dan menjual produk. Para Ibu Rumah Tangga di wilayah Tanjung Duren, Jakarta Barat ini mayoritas Ibu tidak bekerja/wanita karir.

Sebagian besar dari ibu-ibu tersebut kegiatannya hanya mengobrol dengan sesama ibu yang membuka usaha rumahan juga. Rata-rata pekerjaan suami adalah buruh pabrik dan supir transportasi online.

### **Analisis Situasi**

Kesuksesan seseorang bisa jadi diawali dari pendidikan yang ada di dalam keluarganya, karena dari situlah awal mula anak mengenal dunia. Ibu adalah madrasah untuk anak-anaknya, tentunya seorang ibu harus *update* dengan perkembangan dunia sekarang. Wanita adalah makhluk istimewa yang diberikan banyak kelebihan oleh sang pencipta, ketika ia bisa menjadi seorang ibu yang baik, istri solehah, tentunya ia juga bisa menjadi seorang pengusaha yang sukses. Yang nantinya tidak hanya menggantungkan diri ke suami tetapi bisa membiayai minimal dirinya sendiri sampai keluarganya, jika Tuhan berkehendak lain dengan kondisi sang suami. Oleh karena itu, seorang ibu harus melek teknologi dan melihat peluang-peluang apa yang dapat digali dan dimanfaatkan untuk membuka usaha yang dapat menghasilkan uang. Karena menjadi wirausaha tidak serta merta langsung sukses tetapi mereka yang mau konsisten menjalani dan belajar dari pengalaman serta risiko yang akan mereka hadapi.

### **Jenis Mitra**

Mitra Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah Ibu Rumah Tangga yang ada di wilayah Tanjung Duren, Jakarta Barat. Para Ibu-Ibu yang berdomisili pada suatu wilayah dan inisiatif pembentukan kelompok ini secara umum untuk memberikan kesejahteraan kepada masyarakat, baik dari sisi kesehatan, pendidikan dan lainnya.

### **Persoalan Mitra**

Mereka rata-rata tidak diijinkan oleh suami ketika mencoba untuk berjualan di luar lingkungannya, contohnya dengan berjualan donat keliling. Karena suaminya beranggapan bahwa jika istrinya berkegiatan selain mengurus anak dan rumah akan mengganggu fokusnya dan menghabiskan waktunya untuk kegiatan tersebut, dan tidak fokus pada mengurus anak serta rumah tangga. Hal itu dapat diselesaikan dengan pengetahuan bahwa, ibu-ibu dapat membuat *time management* untuk mengatur waktunya agar bisa menyelesaikan semua tanggung jawabnya. Penggunaan media sosial untuk kegiatan promosi sekaligus menggunakan fasilitas internet untuk kegiatan positif adalah hal yang bisa dimanfaatkan oleh ibu-ibu ditengah kondisi yang ada saat ini.

### **Lokasi Mitra**

Lokasi mitra PKM berada pada area RW 05 Tanjung Duren Utara, Jakarta Barat. Mitra yang dilayani berada di wilayah Tanjung Duren Utara, Jakarta Barat yang merupakan kawasan padat penduduk yang terpadu antarapemukiman warga, pasar, sekolah dan pasar.

Daerah ini termasuk strategis karena dilalui oleh angkutan kota KWK (Koperasi Wahan Kalpika) sehingga otomatis mudah dijangkau oleh banyak orang.

### **Permasalahan Yang Dihadapi**

Kunjungan observasi dilakukan pada tanggal 27 Februari 2021, hasil dari diskusi tim, maka dapat ditarik kesimpulan:

- a. Para ibu-ibu di RW 05 Tanjung Duren Utara, Jakarta Barat terdiri dari Ibu-Ibu rumah tangga yang mayoritas berpendidikan akhir tingkat SMA, dan mereka ini bertujuan untuk dapat berupaya terus belajar dan mengenal tentang pentingnya kesejahteraan, serta pembinaan anak-anak sebagai generasi yang akan melanjutkan kehidupan yang lebih baik.
- b. Para Ibu Rumah Tangga yang tidak diijinkan untuk bekerja oleh suaminya, dan penghasilan suaminya hanya cukup untuk kebutuhan pokok saja.
- c. Pemikiran dari Ibu-ibu tersebut adalah enggan untuk mengusahakan penghasilan tambahan karena tugas menafkahi keluarga adalah tugas suami saja.
- d. Pemikiran Ibu-Ibu yang membayangkan bahwa jika mau menjadi wirausaha adalah yang memiliki modal dalam segi uang yang besar, ketakutan akan gagal dan mengorbankan banyak waktu untuk kegiatan barunya.

## **SOLUSI PERMASALAHAN**

### **Solusi Yang Ditawarkan**

Solusi yang ditawarkan berdasarkan dari permasalahan yang sudah dipaparkan sebelumnya adalah mencoba untuk membantu dari sisi akademisi, serta pendampingan, antara lain:

#### 1. Pemberian Motivasi

Motivasi adalah pendorong untuk melakukan sesuatu, motivasi bisa untuk hal yang baik maupun yang buruk atau negatif dan positif (Setiawan, 2013). Alam kegiatan ini Kami akan memberikan dorongan semangat positif yang diawali dengan menyamakan pandangan mereka bahwa, kemampuan Ibu itu luarbiasa, dan wanita adalah makhluk istimewa yang Tuhan ciptakan. Waktu adalah sesuatu yang tidak dapat diulang, maka Ibu-ibu harus dengan cermat memanfaatkan waktu yang ada.

#### 2. Pengenalan Media Sosial untuk promosi

Pengenalan Media Sosial untuk Promosi adalah dengan mengadakan pelatihan mengenai media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk promosi, seperti Instagram, dengan menggunakan fasilitas paid promote untuk akun yang kita miliki, ataupun pemanfaatan e-commerce (shopee, bukalapak, tokopedia) yang tidak memerlukan biaya pada saat penjualan produknya. (Pratama & Darma, 2014). Alternatif produk yang diperdagangkan Pengenalan mengenai produk yang dalam hal ini bisa jadi berupa barang ataupun jasa yang dapat dijadikan alternatif pilihan untuk produk yang mereka jual, contohnya produk donat dapat dimodifikasi dengan berbagai bentuk dan varian topping yang sedang kekinian.

### **Target Luaran**

Target luaran setelah pelatihan ini dilaksanakan adalah diharapkan manfaat yang akan diperoleh adalah:

1. Ibu-Ibu rumah tangga termotivasi untuk menambah aktivitasnya dengan berjualan memanfaatkan media yang mereka miliki.
2. Ibu-Ibu rumah tangga dapat menggali minat dan bakatnya untuk mencari ide peluang bisnisnya.
3. Ibu-Ibu rumah tangga, aktif di kegiatan wirausaha tanpa mengganggu perannya sebagai ibu dan istri dengan menerapkan *time management* yang baik.
4. Para ibu rumah tangga siap untuk menjadi bagian dari wanita aktif yang memiliki kemampuan untuk mendukung kesejahteraan keluarga dan masyarakat di lingkungannya.

### Materi

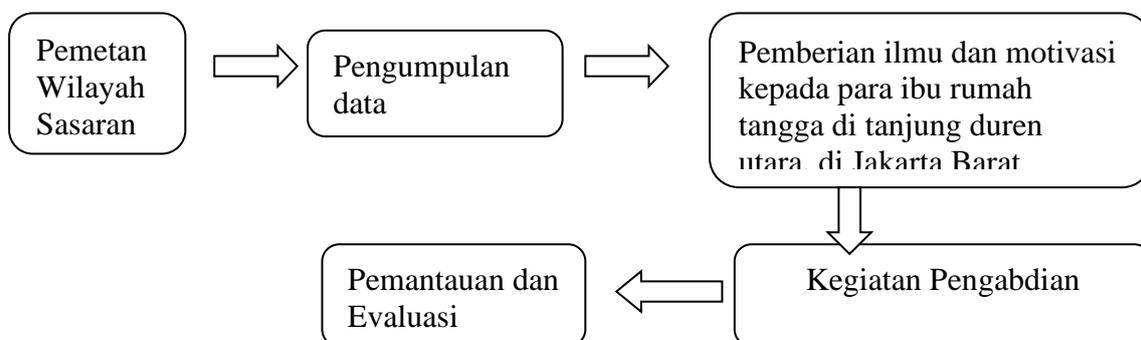
Pelaksanaan kegiatan dengan memberikan pelatihan mengenai materi-materi yang sudah dijelaskan sebelumnya. Adapun materi yang akan di berikan adalah:

- a. Motivasi tentang Peluang di pasar digital bagi Ibu Rumah Tangga
- b. Pengenalan produk dalam sektor industri kreatif
- c. *Time management* untuk peran ibu rumah tangga
- d. Pengenalan Media Sosial untuk kegiatan promosi dan berdagang
- e. Alternatif Produk yang diperdagangkan

### METODE PELAKSANAAN

#### Kerangka Pemecahan Masalah

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, Pengabdi berencana merancang kegiatan yang dapat memberikan manfaat kepada ibu rumah tangga Jakarta Barat. Adapun kerangka pemecahan masalah yang akan dilaksanakan antara lain sebagai berikut:



Berikut ini penjelasan dari kerangka pemecahan masalah di atas:

1. Pemetaan Wilayah Sasaran: Para Ibu Rumah Tangga yang tidak bekerja/bukan wanita karir di Jakarta Barat.
2. Pengumpulan Data: Pengabdi mengumpulkan data-data terkait dengan sosialisasi kampus dan motivasi kepada para Ibu Rumah Tangga yang tidak bekerja/bukan wanita karir di Tanjung Duren Utara, Jakarta Barat.
3. Sosialisasi Ibu Rumah Tangga yang tidak bekerja/bukan wanita karir di Jakarta Barat.
4. Kegiatan sosialisasi ini dilakukan sebagai wadah silaturahmi dan juga penyampaian maksud kegiatan. Kegiatan ini bertujuan untuk mendapatkan informasi terkait tempat dan peserta pengabdian.

5. Kegiatan Pengabdian: Pendampingan diberikan kepada Ibu Rumah Tangga yang tidak bekerja/bukan wanita karir di Jakarta Barat.
6. Metode pendampingan akan dijelaskan di bawah.
7. Pemantauan dan Evaluasi: Melalui pemantauan dan evaluasi pengabdian dapat mengetahui cara yang tepat untuk mencapai tujuan yang dikehendaki telah tercapai atau belum dan mengidentifikasi faktor-faktor yang menentukan keberhasilan pengabdian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Kegiatan

Pada saat ini kita telah berada dalam era digital, dimana semua hal memungkinkan kita bisa mengendalikannya dari jarak jauh, menggunakan fasilitas internet yang tersambung pada *gadget* kita. Ekonomi digital akan mendukung aktivitas-aktivitas ekonomi yang sudah ada. Ekonomi digital dipercaya mampu mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *E-commerce* merupakan aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa), dengan memanfaatkan jaringan internet (Boc.web.id, 2019). Meskipun konsumen dan penjual tidak bertemu langsung, transaksi tetap berjalan lancar. Dengan kata lain, *e-commerce* menawarkan kemudahan dalam berbelanja secara *online*. Adapun bisnis atau usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat Indonesia. Meningkatnya pertumbuhan ekonomi Indonesia tidak terlepas dari peran usaha UMKM, khususnya kontribusi UMKM terhadap produk domestik bruto (PDB). Tahun 2018, kontribusi UMKM terhadap PDB nasional mencapai sekitar 60,34%. Secara jumlah, usaha kecil di Indonesia menyumbang PDB lebih banyak, yakni mencapai 93,4 persen, kemudian usaha menengah 5,1 persen, dan usaha besar hanya 1 persen saja. Bisnis kecil, dan menengah (UMKM) berkontribusi besar terhadap perekonomian di Indonesia. Jumlah pelaku UMKM secara nasional sebesar 64 juta orang. Dimana 98 persen diantaranya merupakan usaha mikro. UMKM juga berkontribusi sekitar 61 persen dari PDB Indonesia di tahun 2018. Dengan adanya covid-19, dampak ekonomi juga berimbas pada UMKM, baik dari sisi permintaan dan penawaran. Pola transaksi masyarakat kini beralih ke digital karena menjalani protokol kesehatan dengan menjaga jarak. Cara transaksi seperti itu adalah contoh dari bentuk bisnis model baru. UMKM harus melek digital agar konsumennya tetap terjaga dan roda ekonomi tetap berputar. Seperti yang telah disebutkan, *e-commerce* bisa menjadi peluang besar bagi UMKM untuk memasarkan dan mengembangkan bisnisnya. Pemanfaatan *e-commerce* dapat dilakukan guna memperluas akses pasar, membuka lapangan pekerjaan serta memberikan dampak positif bagi berbagai sektor pendukung bisnis *e-commerce* lain yang pada akhirnya dapat memberi kontribusi bagi percepatan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pada saat ini pelaku usaha sudah saatnya melakukan berbagai inovasi dalam menciptakan produk-produk/jasa yang berkualitas dan berdaya saing yang kemudian pasarkan melalui *e-commerce*. Produk berkualitas akan mendorong minat beli konsumen sehingga melalui *e-commerce*, UMKM bisa meluaskan pasar dan mendapatkan pelanggan baru yang lebih banyak. Sehingga peluang ekspor juga bisa dicapai. Selain itu, harus juga diimbangi dengan pengelolaan administrasi yang baik. Perlu dilakukan pengembangan *website* dan *e-commerce* sebagai sarana untuk promosi dan pemasaran produk-produk usaha, sehingga akan meningkatkan jumlah penjualan dan meningkatkan pendapatan. Yang pada akhirnya akan

mengembangkan UMKM. *E-commerce* juga bisa menjadi akses UMKM menembus pasar ekspor. Teknologi digital menjadi peluang bagi UMKM untuk menembus pasar internasional. Dalam perkembangannya teknologi akan semakin murah juga membuka peluang bagi UMKM untuk menggunakan *e-commerce* bagi operasional perusahaan. Akan banyak kelebihan yang ditawarkan e-commerce untuk mengembangkan UMKM, namun bukan berarti tanpa kendala. Kendala bagi pengusaha salah satunya yaitu penguasaan teknologi yang masih rendah, dan adanya keengganan untuk mengoptimalkan penggunaan *e-commerce* dalam bisnis mereka. Banyak yang merasa gagap teknologi dan malas mempelajari teknologi baru. Padahal, para pebisnis UMKM harus pro aktif dalam mempelajari teknologi baru demi kemajuan bisnis mereka. Selain itu kurang meratanya infrastruktur teknologi informasi di berbagai daerah, jaringan internet yang masih terbatas khususnya di daerah terpencil Indonesia, membuat pelaku UMKM daerah susah masuk ke dalam *e-commerce*.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang saya lakukan ini, antara lain sebagai berikut :

1. Pada saat ini pelaku usaha sudah saatnya melakukan berbagai inovasi dalam menciptakan produk-produk/jasa yang berkualitas dan berdaya saing yang kemudian pasarkan melalui *online*.
2. Bisnis atau usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat Indonesia.
3. UMKM bisa dijalankan walaupun hanya dirumah saja.
4. UMKM yang dijalankan oleh para ibu rumah tangga diyakini dapat meningkatkan perekonomian keluarganya.

### Saran

Adapun saran yang penulis sampaikan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat kali ini, antara lain sebagai berikut :

1. Untuk selanjutnya dapat dilakukan kegiatan pendampingan agar kegiatan ini dapat tetap berjalan.
2. Kegiatan webinar juga dapat dilakukan secara berkala
3. Diharapkan para ibu rumah tangga yang saat ini belum memiliki penghasilan tetap dapat mencoba membuka usaha kecil-kecilan agar dapat meningkatkan perekonomian keluarganya.

## DAFTAR RUJUKAN

- Boc.web.id. (2019). *Statistik Pengguna Digital Dan Internet Indonesia 2019*. BOC Orenzi. <https://www.boc.web.id/statistik-pengguna-digital-dan-internet-indonesia-2019/>
- Pratama, I. M. A., & Darma, G. S. (2014). Strategi Penerapan E-Commerce Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 11(1), 69–81.
- Setiawan, A. (2013). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Rumah Sakit Umum Daerah Kanjuruhan Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(4).