

**Bisnis Kreatif pada Usaha Rumah Tangga
Kripik Tempe Sagu Mekar Jaya****Mujib Farkhan***

UIN Syaid Ali Rahmatullah Tulungagung, Indonesia

Email : mujibf08@gmail.com

Corresponding Author*

Abstract

This study aim For know How business creatively done on business House ladder chips tempeh sago blossom triumph. Entrepreneurship is ability creative, jelly see opportunity And always open For every input And positive changes that can bring business Keep going grow. This research uses a qualitative approach with data from home-based business actors who belong to the Mekar Jaya Trenggalek chips business group. With many activity existing business moment This of course requires entrepreneurs to always develop new ideas. Of course his business creative become something always thing walk side by side inside world business mainly For maintain moderate business run.

Keyword: *Business Creative, Entrepreneurial, Chips Tempeh Sago***PENDAHULUAN**

Salah satu bagian penting dari kehidupan manusia adalah kreativitas, dan pada umumnya tidak ada yang terbebas darinya. Kreativitas adalah bagian penunjang eksisnya kehidupan seseorang. Setiap orang mempunyai kreativitas, dan yang membedakan adalah tingkat kreativitas antara orang satu dengan yang lainnya (Sutipyo, 2014). Kreativitas adalah kemampuan dalam memikirkan sesuatu dengan cara baru yang tidak biasa dan menampilkan cara pemecahan masalah yang unik.

Kreatif tidak langsung dicapai dalam waktu yang singkat, akan tetapi mungkin memerlukan perjuangan keras tanpa mengenal putus asa. Kecerdasan saja tidak akan menjamin seseorang untuk menjadi pribadi yang kreatif, sukses dan bahagia, bila orang itu hanya puas dengan kecerdasannya tanpa berpikir bagaimana meningkatkan dan mengembangkan potensipotensi bakatnya secara maksimal. Para pengusaha di usaha kecil diketahui cukup banyak menghasilkan produk-produk hasil kreatif. Hal ini sering terlihat di berbagai daerah di Indonesia berbagai produk yang sangat beragam diciptakan dan terdapat di pasaran. Tidak sedikit dari para pengusaha kecil tersebut menjadi seorang wirausaha yang maju dan berkembang. Melihat produk yang dihasilkannya, terdapat beberapa jenis produk di usaha kecil tersebut seperti produk makanan olahan, tekstil/fashion, barang kayu dan hasil hutan, kertas dan barang cetakan, barang dari logam serta lainnya. Tidak sedikit pula produk yang dihasilkan dibutuhkan sebagai produk antara atau sebagai bahan baku untuk proses produksi di industri menengah dan besar, termasuk yang dikonsumsi oleh konsumen luar negeri disamping konsumen dalam negeri sendiri. Ini menunjukkan bahwa produk hasil usaha kecil dibutuhkan oleh masyarakat banyak, dalam arti mempunyai pasar yang cukup luas.

Usaha kecil menengah dewasa ini merupakan potensi bisnis yang sangat digalakkan oleh pemerintah Indonesia, semakin banyak masyarakat berwirausaha maka semakin baik dan kokoh perekonomian suatu negara. Dengan adanya usaha kecil menengah sumber daya lokal, pekerja lokal, dan pembiayaan lokal dapat terserap dan bermanfaat secara optimal. Suatu negara akan mencapai tingkat kemakmuran dan kesejahteraan apabila jumlah enterpreneur-nya paling sedikit 2% dari total jumlah penduduknya.

Islam juga memandang terkait produk yang diciptakan seorang pengusaha muslim. Dimana produk yang diciptakan haruslah produk yang halal, tidak mengandung mudharat,

sehingga akhlak dari para pelaku usaha perlu diperhatikan agar tidak semerta-merta menciptakan produk yang hanya menuruti kebutuhan dan hawa nafsu sehingga konsep halal tidak diperhatikan. Dalam Islam, kreatifitas juga berkaitan dengan ketakwaan pada setiap individu sebagai pelaku ekonomi, mengarahkan pada aktivitas ekonomi yang positif. Ketakwaan kepada Tuhan akan membawa diri seseorang untuk lebih produktif. Hal ini sesuai dengan usaha manusia dalam mengalokasikan dan mengelola sumber daya yang bertujuan untuk mencapai falah (kesuksesan) berdasarkan pada prinsip-prinsip dan nilai-nilai al-Qur'an dan Sunnah.

Seperti halnya salah satu UMKM yang berada di Kabupaten Trenggalek yaitu usaha kripik tempe sagu mekar jaya adalah salah satu UMKM yang bergerak dibidang industri pengolahan makanan tradisional yaitu kripik tempe sagu yang terletak di Dusun Kranding, Desa Bendrejo Kecamatan Pogalan, Kabupaten Trenggalek yang berdiri dari tahun 2017, mampu bertahan hingga sekarang dan banyak dikenal masyarakat sehingga menjadi salah satu pelopor makanan tradisional khas Trenggalek.

Sehingga atas dasar pemaparan diatas, peneliti memilih usaha rumah tangga kripik tempe sagu yang bermerek mekar jaya sebagai lokus penelitian adalah dikarenakan kemampuan usaha kripik tempe sagu ini dalam mengembangkan dan mempertahankan usahanya sejak tahun 2017 hingga sekarang di era banyaknya persaingan usaha di bidang makanan di Kabupaten Trenggalek. Dalam perkembangannya usaha kripik tempe sagu berawal dari usaha rumahan yang dikelola sendiri dan sekarang sudah berkembang memiliki beberapa karyawan. Dengan adanya alasan-alasan diatas menimbulkan rasa keingintahuan peneliti mengenai bagaimana strategi serta bisnis kreatif yang dilakukan pada usaha kripik tempe sagu sehingga mampu bertahan mengembangkan usahanya yang cukup dikenal hingga saat ini oleh masyarakat luas. Hal ini merupakan salah satu bisnis kreatif yang berkembang dari kalangan masyarakat yang mampu bertahan di perindustrian makanan.

Bisnis kreatif adalah semua unsur proses penciptaan, kreativitas, dan ide dari seseorang atau sekelompok orang yang bisa menghasilkan sebuah karya, tanpa mengeksploitasi sumber daya alam, serta dapat dijadikan produk ekonomi yang menghasilkan, pada umumnya bisnis kreatif mengandalkan penggunaan sumber daya kreatif yang sangat melekat pada kemampuan dan keahlian serta ketrampilan manusia sebagai pelaku utama. Bisnis kreatif mendorong pertumbuhan, penciptaan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, meningkatkan kualitas sosial, keberagaman budaya dan pembangunan manusia secara utuh. Seorang entrepreneur juga perlu melakukan terbosan ide baru dalam usahanya. Proses berpikir kreatif merupakan sebuah praktek atau objek yang dianggap baru oleh individu lainnya. Untuk dapat bersaing terkadang para entrepreneur dituntut untuk lebih kreatif dalam menciptakan maupun dalam memasarkan produk mereka.

Melihat prosesnya, proses kreatif berlangsung melalui sejumlah tahapan berikut (Winardi. 2003) :

1. Orientasi, yang merupakan langkah pertama yang terdiri dari kegiatan merumuskan masalah yang akan dipecahkan serta tindakan memilih atau menetapkan pendekatan yang akan ditempuh dalam upaya memecahkan problem.
2. Preparasi, dimana dikumpulkan fakta dan informasi
3. Analisis, dimana bahan atau informasi yang terkumpul dipelajari serta dianalisis
4. Sintesis, dimana berbagai macam informasi serta ide dikombinasikan secara keseluruhan. Namun demikian langkah-langkah tersebut tidak dilaksanakan secara berurutan tetapi adakalanya langkah tertentu diabaikan. Proses kreatif juga meliputi akumulasi pengetahuan yang meliputi membaca, berkomunikasi, penyerapan informasi, termasuk memperluas wawasan. Selanjutnya adalah proses
5. Inkubasi dimana seseorang tidak selalu harus terus menerus memikirkan problem yang dihadapi, tetapi melakukan kegiatan lainnya yang sama sekali tidak ada

hubungannya dengan masalah yang dihadapi tersebut. Proses selanjutnya adalah adanya ide dan solusi yang terkadang datang secara langsung atau tiba-tiba, kemudian diikuti pula dengan finalisasi atau penyempurnaan ide yang lebih matang.

Kreativitas biasanya tidak secara langsung berhubungan dengan tingginya intelegensi seseorang. Disamping hal tersebut bahwa orang kreatif memiliki kemampuan dalam menjalankan ide-ide yang berbeda, dan juga peka terhadap lingkungan termasuk sering termotivasi oleh masalah yang menantang disamping juga fleksibel serta kaya akan fantasi. Aspek penting dalam kreativitas adalah pembangkitan ide. Pembangkitan ide secara individu akan terkait dengan kebebasan dan beragam pola pemikiran. Ciri dari berpikir kreatif dan individu yang dikatakan kreatif, diantaranya didasarkan pada (Winardi, 2003) ; (1). Mencoba mengemukakan ide-ide atau gagasan asli dengan membuat keterkaitan baru diantara hal-hal yang telah diketahui, (2). Memperhatikan hal-hal yang tidak diduga, (3). Mempertimbangkan karakteristik pribadi seperti fleksibilitas dan spontanitas dalam pemikiran, (4) Kerja keras untuk membentuk gagasan-gagasan sehingga orang lain dapat melihat nilai dalam dirinya.

Kewirausahaan

Menjadi seorang entrepreneur sering dipandang sebagai pilihan karir yang menantang, dimana seseorang menghadapi kehidupan sehari – hari dalam situasi kerja yang penuh dengan rintangan kerja, kegagalan, ketidakpastian, dan frustrasi yang dihubungkan dengan proses pembentukan usaha yang dilakukan.

Menurut Cantillon, wirausaha adalah seseorang yang mampu memindahkan atau mengkonversikan sumber-sumber daya ekonomis dari tingkat produktivitas rendah ke tingkat produktivitas yang lebih tinggi. Pendapat lain dari Suryana mendefinisikan wirausaha adalah seseorang yang memiliki karakteristik percaya diri, Menurut Schumpeter, wirausahawan adalah seorang inovator yang mengimplementasikan perubahan-perubahan di dalam pasar melalui kombinasi-kombinasi baru. Kombinasi tersebut bisa dalam bentuk memperkenalkan produk baru atau dengan kualitas baru, memperkenalkan metode atau cara produksi baru, membuka pasar yang baru, memperoleh sumber pasokan baru dari bahan atau komponen baru pada suatu industri.

Menurut Suryana (2013) jiwa kewirausahaan adalah orang yang memiliki ciri-ciri sebagai berikut: 1. Penuh percaya diri, yaitu penuh keyakinan, optimis, berkomitmen, disiplin dan bertanggungjawab. 2. Memiliki inisiatif, yaitu penuh energi, cekatan dalam bertindak dan aktif. 3. Memiliki motif berprestasi terdiri atas orientasi pada hasil dan wawasan kedepan. 4. Memiliki jiwa kepemimpinan adalah berani tampil beda, dapat dipercaya dan tangguh dalam bertindak. 5. Berani mengambil risiko dengan penuh pertimbangan.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian berikut ini digunakan penelitian yang tergolong pada penelitian field research yaitu penelitian yang dalam pelaksanaannya seorang peneliti secara langsung terjun kelapangan, dengan menggunakan metode penelitian diskriptif kualitatif yaitu suatu penelitian yang sifatnya mendeskripsikan suatu fenomena yang ada dengan mendalam dan terfokus. Sehingga jika diimplementasikan pada penelitian ini, peneliti ingin memberikan penjelasan secara mendetail dan terfokus mengenai bagaimana bisnis kreatif yang dilakukan pada usaha rumah tangga kripik tempe sagu mekar jaya. Adapun untuk sumber data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari sumber data primer serta sumber data sekunder yang didapatkan melalui proses dokumentasi dan wawancara secara mendalam dengan objek penelitian di usaha rumah tangga kripik tempe sagu mekar jaya.

PEMBAHASAN

Sejarah Singkat Usaha Rumah Tangga Kripik Tempe Sagu

Usaha rumah tangga kripik tempe sagu mekar jaya didirikan oleh Bapak Turmudi dan Ibu Sundarti pada tahun 2017 dengan bermodalkan uang sebesar Rp. 1.500.000,00. Pada awalnya produksinya dijalankan sendiri oleh pasangan suami istri ini, dan untuk nama usahanya belum ada. Namun seiring berjalannya waktu karena produknya ini semakin dikenal luas, akhirnya mempunyai merk sendiri yaitu “Mekar Jaya”. Dari awal usaha semua pengerjaannya dilakukan sendiri mulai dari proses produksi hingga pendistribusiannya.

Dikarenakan permintaan akan produksi kripik tempe sagu semakin meningkat pada akhirnya pada tahun 2019 sudah memiliki karyawan sejumlah 10 orang. Melihat perkembangan tersebut Pak Turmudi membuat surat perizinan melalui lembaga yang berwenang yaitu sertifikat produksi pangan industri rumah tangga dan surat izin usaha mikro kecil dengan nama usaha mekar jaya.

Jumlah karyawan yang ada saat ini sekitar 15 orang karyawan, yang terbagi menjadi beberapa bagian yaitu bagian produksi, bagian penggorengan serta bagian pengemasan, dan bagian pemasaran.

Pemasaran usaha kripik tempe sagu ini sudah sampai di berbagai wilayah di Trenggalek, bahkan sampai luar kota, untuk pesanan pernikahan hingga untuk oleh-oleh khas Trenggalek.

Bisnis Kreatif pada Usaha Rumah Tangga Kripik Tempe Sagu Mekar Jaya

Bisnis kreatif merupakan semua unsur proses penciptaan, kreativitas, dan ide dari seseorang atau sekelompok orang yang bisa menghasilkan sebuah karya, tanpa mengeksploitasi sumber daya alam, serta dapat dijadikan produk ekonomi yang menghasilkan.

Kemampuan usaha kecil untuk mencapai keberhasilan tertentu di antaranya dipengaruhi oleh faktor kewirausahaan. Implikasi dari penerapan konsep kewirausahaan itu sendiri dalam organisasi bisnis dinyatakan bahwa apabila pengusaha ingin berhasil dalam menghadapi persaingan yang terbuka dalam era global saat ini harus memiliki jiwa kewirausahaan yang kreatif dan inovatif, terlebih melihat kondisi saat ini tentu diperlukan wirausaha yang modern, yang lebih memiliki wawasan, berpikiran jauh ke depan, senantiasa mengikuti perkembangan, terbuka terhadap konsep dan ide baru.

Bisnis kreatif yang diterapkan pada usaha rumah tangga kripik tempe sagu mekar jaya dalam mempertahankan bisnisnya tentunya banyak ide dan gagasan yang telah dilakukan, diantaranya yaitu :

1. Menjaga kualitas produk

Kualitas produk merupakan aktor yang mampu memberikan kinerja yang sesuai dengan porsinya. Dimana kualitas produk yang baik akan membangun kepercayaan sehingga menunjang dalam kepuasan konsumen. Dalam hal ini tentu saja usaha rumah tangga kripik tempe sagu mekar jaya senantiasa memberikan kualitas produk yang terbaik serta mempunyai sifat halal. Hal tersebut di implementasikan melalui bahan pokok pembuatan yang berkualitas dan tentu saja higienis. Dimana dalam proses produksi kripik tempe sagu menggunakan bahan utama kedelai, dimana kedelai yang digunakan merupakan kedelai yang memiliki kualitas yang baik. Serta dalam proses pengolahan yang dilakukan senantiasa mengutamakan kebersihan, tempat untuk pengolahan selalu dibersihkan dengan baik setelah digunakan. Tempat untuk kegiatan produksi pun juga demikian selalu terlihat bersih dan tidak berserakan sampah. Ini semua dilakukan tidak luput untuk memberikan produk dengan kualitas terbaik kepada para konsumen.

Selain itu setiap harinya selalu ada proses produksi mengingat masa ketahanan produk dari kripik tempe sagu ini sekitar 30 hari karena memang dalam proses produksinya tidak memberikan tambahan bahan pengawet pada produknya. Sehingga

kegiatan produksi yang dilakukan setiap hari tersebut guna memberikan kualitas produk terbaik dan fresh kepada para konsumen.

2. Desain produk dan kemasan

Selain menjaga kualitas produk memberikan desain produk dan kemasan yang berbeda juga merupakan salah satu kreatifitas yang di terapkan guna mempertahankan suatu bisnis. Desain produk dan kemasan bisa memberikan nilai tambah tersendiri bagi konsumen. Desain produk dan kemasan yang diterapkan oleh usaha rumah tangga kripik tempe sagu ini yaitu dengan pengemasan dari plastik 2 kg, 1 kg dan 250 grm yang tentunya untuk tampilanya sendiri dikemas dengan rapi mudah untuk dibawa konsumen.

3. Digital marketing

Media sosial juga merupakan media yang sangat potensial dan paling efektif dalam pemasaran digital untuk berbicara dengan pelanggan. (Weber, 2009). Dalam pemasarannya selain menjaga hubungan dengan toko toko grosir yang ada di trenggalek maupun di luar daerah, pemasarannya juga sudah menggunakan media social berupa whatshap dan facebook ini menjadikan produk kripik tempe sagu lebih dikenal lebih luas.

Dengan demikian usaha keripik tempe sagu yang terhimpun pada kelompok Mekar Jaya dapat bertahan hingga sekarang. Namun perlu diperhatikan ada beberapa tantangan kedepan, yaitu adanya persaingan antar produk yang diproduksi oleh perusahaan besar yang skalanya dapat Lebih besar, sehingga dapat menutp pangsa pasar yang sudah ada. Kendati demikian, usaha keripik tempe sangat bermanfaat khususnya menunjang perekonomian masyarakat sekitar.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa usaha rumah tangga kripik tempe sagu sudah menerapkan bisnis kreatif dalam kegiatan usahanya. Usaha kripik tempe sagu menerapkan beberapa ide kreatif dalam mengembangkan usahanya, mulai dari menjaga kualitas produknya yang terbaik sehingga membuat para konsumen ingin membeli produknya secara berkelanjutan, ditambah dengan desain produk dan kemasannya yang beragam, serta dari sisi pemasarannya yang sudah menggunakan media social berupa whatshap maupun facebook, ini menjadikan produk kripik tempe sagu lebih dikenal lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Hendrawan, Ferri Kuswantoro, Hari Sucahyawati, Dimensi Kreativitas dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Jurnal HUMMANSI (Humaniora, Manajemen, Akuntansi) Volume 2 Nomer 1 Maret 2019
- Deden A.Wahab Sya'roni, Janivita J. Sudirham, "Kreativitas dan inovasi Penentu Kompetensi Pelaku Usaha kecil"
- Pranjoto, R. G. H. (2021). Kreativitas Dan Inovasi Dalam Islam Terhadap Keberlangsungan Umkm Di Masa Pandemi Covid-19 Di Indonesia. Competence : Journal of Management Studies, 15(1), 14–31. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v15i1.10556>
- Suryana. (2013). Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: SALEMBA EMPAT
- Sutipyo. (2014). Kreativitas, pemacu dan penghambatnya dalam kehidupan manusia. Al-Misbah, 203-218.
- Tri siswanto, Budi, Pengembangan Higher Order Skills Four Cs (HOSC), Pendukung Industri kreatif

Weber. L (2009) Marketing to The Social Web : How Digital Customer Communities Build Your Business. Canada : John Wiley & Sons, Inc.

Winardi. 2003, Entrepreneur dan Entrepreneurship, Prenada Media. Jakarta