

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP FEMINISME ASKOWANI: GOTONG ROYONG KWT MENGEMBANGKAN INDUSTRI KREATIF DI LAMPUNG TENGAH

Mustika Edi Santosa¹

¹Institut Agama Islam Agus Salim Metro

¹Email: mustikaedi8@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the ASKOWANI feminist social entrepreneurship movement model in encouraging KWT mutual cooperation to develop creative industries in Central Lampung. This research is a field research using descriptive qualitative research methods. Sources of data using primary data sources and secondary data sources obtained through interviews and documentation. Based on the research results, the researchers concluded that ASKOWANI's feminist social entrepreneurship movement in encouraging KWT mutual cooperation in developing creative industries in Central Lampung was realized through the production of various processed food products in three Production Houses managed by KWT members and providing space for village women to participate inside it. Apart from that, there is also guidance in the form of training and mentoring from ASKOWANI to KWT members as well as cooperation with various stakeholders to accelerate the acceleration of the development of the creative industries they run, starting in terms of capital, production to marketing.

Keywords: Social Entrepreneurship, Feminism, Creative Industries, KWT

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model gerakan social entrepreneurship feminisme ASKOWANI dalam mendorong gotong royong KWT mengembangkan industri kreatif di Lampung Tengah. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder yang diperoleh melalui wawancara serta dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyimpulkan bahwa gerakan social entrepreneurship feminisme ASKOWANI dalam mendorong gotong royong KWT mengembangkan industri kreatif di Lampung Tengah direalisasikan melalui kegiatan produksi berbagai produk olahan makanan di tiga Rumah Produksi yang dikelola oleh para anggota KWT serta memberikan ruang bagi perempuan desa untuk ikut berpartisipasi di dalamnya. Selain itu, juga ada pembinaan berupa pelatihan dan pendampingan dari ASKOWANI kepada

para anggota KWT serta kerjasama dengan berbagai stakeholder untuk mempercepat akselerasi pengembangan industri kreatif yang mereka jalankan, mulai dari segi permodalan, produksi hingga pemasaran.

Kata Kunci: Social Entrepreneurship, Feminisme, Industri Kreatif, KWT

Received 2023-04-27

Revised 2023-05-09

Accepted 2023-05-23

PENDAHULUAN

Pada tubuh perempuan, melekat seluruh jenis ketidakadilan (*injustice*) mulai dari ekonomi, hukum, politik, budaya, teologi, hingga seksual (Hosken, F 1981, 14). Ketidakadilan inilah yang kemudian melucuti hak-hak mereka sebagai *homo ludens*. Bagi perempuan, ketidakadilan adalah penderitaan (*misery*), satu konsep yang tidak mungkin dipahami oleh laki-laki, di mana mereka cenderung bersikap arogan dan mendominasi. Sehingga, tidak dapat ditepis bahwa kenyataan di dalam kehidupan sosial menempatkan kaum perempuan sebagai objek penderitaan: eksploitasi, diskriminasi, seksisme, alienasi, sinisme, dan subordinasi.

Secara intuitif, penderitaan yang dialami oleh perempuan lebih berat dibandingkan laki-laki. Pada umumnya, laki-laki mengalami penderitaan karena kekurangan hak, sedangkan penderitaan pada perempuan merupakan kulminasi dari semua penderitaan, termasuk penderitaan akan masa depan (Eisenstein, Z 1998, 302). Hegemoni kaum maskulin (laki-laki) selama berabad-abad melalui celah patriarki telah berhasil mengkonstruksi toxic masculinity di masyarakat yang mengakibatkan kaum feminim (perempuan) terdegradasi dan kehilangan eksistensinya sebagai manusia (Mohanty, C. T 2022, 184). Ditambah adanya obsesi kaum laki-laki untuk memperkuat cengkramannya melalui pembumian prinsip-prinsip filosofis utilitarianisme dan liberitarianisme menjadi basis dalam merancang kebijakan publik yang hipokrit, di mana cenderung mengabsolutkan dominasi mereka terhadap kaum perempuan.

Turbulensi dan penderitaan panjang yang dialami oleh kaum perempuan akhirnya memicu lahirnya gerakan feminisme pada abad ke-19 yang ingin mengubah pandangan patriarkis di masyarakat. Gerakan yang dinahkodai oleh kaum feminis di berbagai negara ini juga menuntut ditegakkannya kesetaraan gender, penghapusan diskriminasi dan mendesak adanya dekonstruksi realitas sosial di masyarakat yang selama ini dikuasai oleh kepentingan kaum laki-laki (Tobibatussaadah, dkk 2021, 26). Melalui upaya-upaya tersebut, mereka meyakini bahwa kehidupan yang lebih baik, adil, setara dan sejahtera dapat diciptakan.

Hasilnya, di abad ke-21 ini geliat peran dan partisipasi perempuan dalam pembangunan global terlihat semakin jelas. Hal tersebut dapat dipantau dari semakin banyaknya tokoh perempuan yang ikut berkontribusi pada Keberlanjutan pembangunan manusia (*sustainable human development*). Bahkan lebih dari itu, mereka juga menaruh kepedulian antarsesama perempuan melalui kerja-kerja gotong royong (*collective*) secara *social entrepreneurship* guna

mewujudkan kemandirian dan kemerdekaan hidup kaum perempuan hingga kelapisan paling *grassroot* – desa – yang notabene dianggap sebagai masyarakat kelas dua serta dipandang sebelah mata dalam kebijakan-kebijakan investasi dan pembangunan. Mereka di antaranya yaitu Bunda Theresa (pendiri kongregasi Missionaries of Charity), Jeroo Billimria (pendiri *Childiline*), Katherine Lucey (pendiri Solar Sister) dan Ayesha (pendiri *Advancement for Rural Kids*).

Khusus di Indonesia, peran perempuan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional sangatlah vital. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat di tahun 2021 sebanyak 64,5 persen dari total UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang mayoritas bergerak dibidang industri kreatif dikelola oleh perempuan. Kontribusi mereka semakin meyakinkan, pasalnya 99 persen dari keseluruhan unit usaha yang menjadi penopang ekonomi nasional (industri, pertambangan, pertanian, perdagangan dan konstruksi) diisi oleh pelaku UMKM, bahkan 96,9 persen dari total penyerapan tenaga kerja nasional juga berhasil ditopang oleh mereka. Asosiasi Kelompok Wanita Tani (ASKOWANI) menjadi salah satu wadah inkubasi yang turut andil mendorong produktivitas para pelaku UMKM tersebut, khususnya mereka yang terafiliasi di dalam Kelompok Wanita Tani (KWT).

Basis gerakan ASKOWANI bertumpu pada semangat *social entrepreneurship* yang mengakomodir kegotongroyongan para perempuan tani desa di kabupaten Lampung Tengah, provinsi Lampung. Mereka secara kolektif berinisiatif mengoptimalkan berbagai potensi lokal yang ada guna mendorong kemandirian kaum perempuan desa. Hingga saat ini, ASKOWANI telah menjadi wadah bagi 122 KWT yang proaktif mengembangkan berbagai sektor produktif seperti peternakan, pertanian, perikanan dan industri kreatif. Khususnya pada sektor industri kreatif yang selama ini digerakkan melalui rumah-rumah produksi dan berbagai home industry milik KWT telah berhasil menciptakan ratusan jenama lokal dan mendorong kemandirian ratusan perempuan desa. Berangkat dari hal tersebut, peneliti melakukan penelitian ini untuk menganalisis gerakan *social entrepreneurship* feminisme ASKOWANI dalam mendorong gotong royong KWT mengembangkan industri kreatif di Lampung Tengah.

KAJIAN TEORI

Social Entrepreneurship

Dalam sejarahnya, istilah *social entrepreneurship* pertama kali digunakan pada literatur lama berjudul *Social Change* tahun 1960-an, namun istilah ini kemudian baru digunakan secara luas setelah diadopsi oleh Bill Drayton (pendiri Ashoka Foundation) pada tahun 1980-an (Guo, C dan Bielefeld, W 2014, 3). Selanjutnya istilah ini terus berkembang dan semakin populer diberbagai kalangan seiring dengan lahirnya para *social entrepreneur* baru seperti Rosabeth Moss Kanter, Charles Leadbeater, Daniel Bell dan Muhammad Yunus (Nurhayati 2016, 48).

Secara konseptual, *social entrepreneurship* adalah sebuah istilah turunan dari konsep entrepreneurship, yang menggabungkan antara kegiatan *social* (kemasyarakatan) dan *entrepreneurship* (kewirausahaan). Pelaku yang menjalankan konsep ini disebut dengan *social entrepreneur* atau wirausaha sosial. Wirausaha sosial bertindak sebagai agen perubahan bagi lingkungan, mencari kesempatan, memperbaiki sistem, menemukan pendekatan baru serta menciptakan solusi terbaik dari masalah-masalah sosial, seperti masalah pengangguran, ekonomi, pendidikan, gender, kesehatan dan masalah lingkungan hidup.

Menurut Hulgard, *social entrepreneurship* secara lebih komprehensif yaitu sebagai penciptaan nilai sosial yang dibentuk melalui kerja sama dengan orang lain atau organisasi masyarakat yang terlibat dalam suatu inovasi sosial, yang biasanya digerakkan dalam kegiatan ekonomi (Hulgard, L 2010, 4). Dalam definisi kewirausahaan sosial yang di jelaskan oleh Hulgard, setidaknya mengandung 4 pilar penyangga bangunan konsep *social entrepreneurship* yang menjadi dasar dari argumennya, yaitu nilai sosial (*social value*), masyarakat sipil (*civil society*), inovasi (*innovation*) dan aktivitas ekonomi (*economic activity*).

Sedangkan, menurut Taresa Chahine, *social entrepreneurship* merupakan proses di mana solusi yang inovatif, berkelanjutan dan efektif diciptakan untuk mengatasi masalah-masalah sosial dan lingkungan (Chahine, T 2016, 2). Ia mengemukakan bahwa seorang *social entrepreneur* harus mampu merancang dan membuat produk atau layanan yang bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama mereka yang termarginalkan. Hal senada juga dikemukakan oleh (Guo, C dan Bielefeld, W 2014, 7) yang mendefinisikan kewirausahaan sosial sebagai berikut, "*Social entrepreneurship as the pursuit of social objectives with innovative methods, through the creations of products, organizations and practices that yield and sustain social benefits.*" Menurutnya, hal paling mendasar yang harus digarisbawahi dalam konsep kewirausahaan sosial yaitu pendapatan atau keuntungan yang diperoleh dari aktivitas bisnis hanya akan digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan sosial, bukan untuk menciptakan kekayaan pribadi. Lebih dari itu, *social entrepreneurship* juga mengedepankan kepentingan kolektif supaya masyarakat yang terlibat mampu berdikari dan sejahtera bersama.

Feminisme

Secara etimologi, feminisme berasal dari bahasa latin yaitu *femina* (bahasa Inggris: *feminine*) yang berarti sifat-sifat keperempuanan. Lisa Tuttle menyebut feminisme pertama kali di bukunya "*Encyclopedia of Feminism*" dalam bahasa latin dengan kata *femina* (*woman*) yang artinya *having the quality of females* (Tuttle, L 1986, 107). Kata yang kemudian menggantikan kata *womanisme*.

Menurut Mansour Fakih, feminisme adalah sebuah kesadaran gerakan perempuan yang berangkat dari keinginan mereka karena latar belakang perempuan yang kerap mendapatkan penindasan dan eksploitasi. Pada sisi lain, feminisme juga didefinisikan sebagai inisiatif kaum perempuan dalam

mewujudkan keadilan dan kesetaraan atas hak dan kedudukan mereka di masyarakat yang selama ini tergerus oleh budaya patriarki.

Selanjutnya, munculnya gerakan feminisme tidak lepas dari proses eksploitasi perempuan dan tumbuhnya sistem masyarakat patriarki yang mendominasi dalam banyak aspek kehidupan sehingga menempatkan perempuan sebagai the second sex (kaum kelas dua). Kelahiran gerakan ini terbagi dalam dua gelombang. Gelombang pertama, ditandai oleh kemunculan karya Mary Wollstonecraft "*Vindication Rights of Women*", melalui bukunya ini ia secara terang-terangan berteriak kepada para perempuan untuk berfikir rasional membentuk nalar pikir yang kuat agar mereka memiliki hak pilih dalam kehidupan (ekonomi, kebebasan, dan martabat) (Turner, B. S 2012, 337). Gelombang kedua, ditandai dengan semakin masifnya pergerakan negara-negara dunia ketiga dan berakhirnya intervensi Eropa (masa akhir perang dunia kedua) yang kemudian turut memberikan kebebasan kepada perempuan ikut serta dalam pemilihan umum dan mereka juga memiliki hak suara dalam pemilihan. Keberhasilan pada gelombang kedua dalam merebut ruang yang didominasi oleh laki-laki ini membuat gerakan mereka semakin meluas.

Pada era kontemporer, perjuangan kaum perempuan terus bergulir seiring dengan dinamika sosial yang terus tumbuh sebagai realitas sosio-kultural. Gerakan mereka pun semakin terorganisir hingga akar rumput dengan membentuk kelompok-kelompok kecil yang memperjuangkan hak dan kepentingan kolektif perempuan di tiap-tiap daerah. Di samping mereka juga terus berusaha konsisten memperjuangkan keadilan, kesetaraan hak dan mewujudkan kemandirian melalui kerja-kerja gotong royong lintas sektoral (ekonomi, politik dan budaya).

Industri Kreatif

Menurut (Departemen Perdagangan RI 2008, 4), industri kreatif merupakan industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksplorasi daya kreasi dan daya cipta tiap individu. Selain itu, industri kreatif juga dapat didefinisikan secara sederhana sebagai siklus kreasi, produksi serta distribusi barang dan jasa yang menggunakan kreativitas dan modal intelektual sebagai input utama.

Guna mendorong pengembangan industri kreatif nasional, pemerintah Indonesia telah mengambil langkah melalui Inpres Nomor 6 Tahun 2009 Tentang Pengembangan Industri Kreatif. Selanjutnya, dalam upaya mempercepat akselerasi gerakan industri kreatif lokal, di tahun 2011 dibentuklah Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) yang fokus dalam mendukung kegiatan ekonomi kreatif regional dan nasional, mempromosikan produk-produk kreatif lokal serta memperkuat kemampuan industri kreatif untuk bersaing dengan produk-produk impor.

Saat ini, pengembangan industri kreatif dalam negeri yang sedang didorong oleh Kemenparekraf digejot melalui penumbuhan 17 subsektor ekonomi kreatif nusantara. Subsektor tersebut yaitu Aplikasi, Pengembangan

Permainan, Arsitektur, Desain Interior, Desain Komunikasi Visual (DKV), Desain Produk, Fesyen, Film Animasi dan Video, Fotografi, Kerajinan Tangan (Kriya), Kuliner, Musik, Penerbitan, Periklanan, Seni Pertunjukan, Seni Rupa, serta TV dan Radio. Selanjutnya, dalam mendorong pengembangan sub sektor ekonomi kreatif tersebut, kementerian telah melakukan berbagai upaya percepatan ke arah pemanfaatan sumber daya ekonomi lokal yang ada di berbagai daerah, khususnya kabupaten/kota sebagai penghasil utama produk unggulan. Kementerian juga mendorong adanya inovasi pada produk-produk lokal di daerah - kuliner, kriya, dan berbagai kesenian - agar nilai jualnya di pasar dapat meningkat.

Dari 17 sub sektor ekonomi kreatif ini, industri kreatif di bidang kuliner sejauh ini masih menjadi salah satu sub sektor yang banyak berkontribusi pada peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) negara. Hasil ini tidak lepas dari adanya usaha dari tiga aktor penting pendorong perkembangan ekonomi kreatif lokal yaitu para cendekiawan, pemerintah, wirausaha khususnya UMKM yang digerakkan oleh perempuan (Yunus, M 2019, 326). Mereka menjadi motor penggerak paling vital bagi tumbuhnya kuliner daerah yang terus mengalami inovasi seiring dengan adanya permintaan masyarakat dari berbagai segmen. Oleh sebab itu, gerakan perempuan khususnya yang ada di daerah dalam mengembangkan industri kreatif harus terus mendapatkan dukungan agar mereka dapat terus tumbuh dan berkembang usahannya.

METODE

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan lokasi di Asosiasi Kelompok Wanita Tani (ASKOWANI) Kabupaten Lampung Tengah. Adapun alasan memilih lokasi penelitian tersebut, yaitu karena asosiasi ini digerakkan secara gotong royong oleh para perempuan tani desa, memiliki konsistensi dalam membina 122 kelompok wanita tani sejak 2017, telah mendorong produktivitas para anggotanya melalui pengembangan industri kreatif berskala home industry dan mampu menumbuhkan kolaborasi dengan berbagai stakeholder guna mempercepat akselerasi terwujudnya kemandirian kaum perempuan desa. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini menganalisis gerakan social entrepreneurship feminisme ASKOWANI dalam mendorong gotong royong KWT mengembangkan industri kreatif di Lampung Tengah (Sugiyono 2016, 15).

Pada penelitian ini data primer didapatkan dari Ibu Suparti selaku ketua ASKOWANI dan pengelola Rumah Produksi binaan ASKOWANI yang berada di kecamatan Punggur, Seputih Agung dan Bumi Ratu Nuban. Guna memperoleh data penelitian yang akurat, digunakanlah teknik purposive sampling. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel atas dasar adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu. Sedangkan, data sekunder yang diperoleh berasal dari buku, jurnal dan dokumentasi yang berkaitan dengan penelitian ini.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara semi-terstruktur. Adapun dokumentasi yang digunakan yaitu beberapa karya ilmiah yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Model Miles dan Huberman merupakan model yang dipilih oleh peneliti sesuai dengan analisis lapangan. Analisis data pada metode ini diawali dari proses pengumpulan data di lapangan yang dilakukan secara terus menerus hingga peneliti dapat menarik kesimpulan di akhir.

TEMUAN PENELITIAN

Berdasarkan wawancara dengan ketua Asosiasi Kelompok Wanita Tani (ASKOWANI) Ibu Suparti, diketahui bahwa saat ini terdapat 122 Kelompok Wanita Tani (KWT) yang dibina oleh asosiasi dengan total anggota lebih dari 3.000 perempuan. KWT tersebut memiliki berbagai lini sektor yang menjadi kegiatan pokoknya, seperti peternakan, pertanian, perikanan dan home industry.

“Selama ini, ASKOWANI fokus dalam mendorong pengembangan KWT di Lampung Tengah sejak tahun 2017. Salah satu contoh upaya yang sudah kami lakukan yaitu melakukan pembinaan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan anggota KWT pengelola Rumah Produksi. Hasilnya, Rumah Produksi KWT yang sebelumnya hanya punya 1-3 produk saja, kini telah memiliki belasan macam produk olahan makanan yang dijual baik secara offline maupun online. Tercatat, sekarang sudah ada ratusan produk industri kreatif yang diproduksi oleh para perempuan penggerak KWT di Lampung Tengah” (Suparti 2023).

Fokus gerakan ASKOWANI adalah mendorong para anggota KWT mengembangkan keahliannya melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan. Kegiatan tersebut meliputi pelatihan produksi makanan, inovasi produk, packaging, perizinan (setifikat PIRT, NIB, Produk Halal, HAKI), branding dan pemasaran. Selain itu, asosiasi juga membantu memperluas jejaring para anggota KWT untuk meningkatkan produksi dan pemasaran produk-produk yang mereka hasilkan melalui kolaborasi dengan Dinas Ketahanan Pangan, Tanaman Pangan dan Hortikultural (DKPTPH) provinsi Lampung guna meningkatkan produktivitas KWT melalui Rumah Produksi, bekerjasama dengan berbagai pusat oleh-oleh yang ada di Lampung untuk menggenjot pemasaran produk-produk kuliner KWT dan Pertamina dalam segi permodalan. Bahkan Pertamina telah memberikan dukungan kepada KWT-KWT yang terhimpun di dalam ASKOWANI melalui pinjaman modal usaha dan pendampingan. Total sejauh ini sudah ada 31 Miliar pinjaman modal usaha yang diberikan kepada anggota KWT.

“Rumah Produksi menjadi salah satu wadah paling produktif bagi para anggota KWT binaan ASKOWANI untuk mengembangkan berbagai produk-produk industri kreatif lokal, khususnya kuliner” (Suparti 2023).

Saat ini terdapat tiga Rumah Produksi yang didorong dan dikembangkan oleh ASKOWANI, yaitu Rumah Produksi Kedelai di kecamatan Punggur dan kecamatan Seputih Agung serta Rumah Produksi Jagung di kecamatan Bumi Ratu Nuban. Rumah Produksi inilah yang kemudian banyak menyumbang produk-produk kreatif khas lokal yang ada di Lampung Tengah. Berikut ini hasil wawancara dengan para pengelola Rumah Produksi binaan ASKOWANI di Lampung Tengah.

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Hariyati pengelola Rumah Produksi Jagung di desa Bulusari, kecamatan Bumi Ratu Nuban diketahui bahwa berbagai produk olahan makanan sudah diproduksi melalui Rumah Produksinya sejak tahun 2020, seperti nasi jagung, rengginang dan kacang oven. Saat ini ada 5 orang anggota KWT yang membantunya dalam proses produksi, yaitu 2 orang memproduksi rengginang dan 3 orang memproduksi kacang oven.

“Setiap hari, kami dapat memproduksi 8-10 kg rengginang apabila cuaca panas. Lalu untuk kacang oven, dalam satu minggu kami dapat memproduksi sekitar 20-30 kg. Sedangkan nasi jagung hanya diproduksi apabila ada pesanan. Semua produk yang diproduksi di Rumah Produksi ini sudah memiliki sertifikat Izin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) dengan jenama “Rahma”. Untuk harga jual, rengginang kami jual dengan harga 30 ribu per kg, nasi jagung 35 ribu per kg dan kacang oven 50 ribu per kg. Penjualannya dilakukan secara offline di warung-warung dan pasar serta online melalui aplikasi whatsapp” (Hariyati 2023).

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Duwi pengelola Rumah Produksi Kedelai di desa Dono Arum, kecamatan Seputih Agung diketahui bahwa berbagai produk olahan makanan sudah diproduksi melalui Rumah Produksinya sejak tahun 2022, seperti tepung mocaf dan tiwul instan.

“Selain memproduksi tepung mocaf dan tiwul instan, saya yang dibantu 2 orang anggota KWT juga mengolah hasil-hasil tani disaat harga murah serta menampung produk-produk hasil olahan para anggota KWT lainnya, seperti rengginang, kue kuping gajah, kopi koplak, jahe merah serbuk, keripik pisang, keripik daun sirih, stick bawang daun kelor dan aneka kue kering untuk dipasarkan” (Duwi 2023).

Untuk memasarkan produk-produk tersebut, mereka melakukan penjualan secara *offline* dengan menitipkannya ke warung-warung dan *online* melalui aplikasi whatsapp. Sedangkan untuk harga jual masing-masing produk, baik tepung mocaf maupun tiwul instan dijual dengan harga 15 ribu per kg. Semua produk yang diproduksi di Rumah Produksi ini sudah memiliki sertifikat PIRT dengan merk “Dahlia”.

Berdasarkan wawancara dengan Ibu Theresia Maryani pengelola Rumah Produksi Kedelai di desa Sidomulyo, kecamatan Punggur diketahui bahwa berbagai produk olahan makanan sudah diproduksi melalui Rumah

Produksinya sejak tahun 2010, di antaranya kembang goyong, keciput, enting-enting kacang, wijen dan tiwul, lalu ada pastel, kacang oven, nastar, thumbprint cheese, serta keripik tempe aneka rasa mulai dari rasa original, jagung, pedas manis, ayam bakar, keju hingga rasa barbequiu. Untuk pemasarannya, ia lakukan secara offline melalui warung-warung, toko jajanan dan pusat oleh-oleh yang ada di Lampung, kemudian secara online ia memanfaatkan media sosial seperti instagram, facebook dan whatsapp business.

“Berbagai produk yang diproduksi oleh Rumah Produksi ini kami kemas ke dalam kemasan ukuran 150 gram, 200 gram dan 500 gram dengan harga jual dari 12 ribu hingga 175 ribu. Produk-produk tersebut juga sudah memiliki izin PIRT dan HAKI dengan nama merek “Marimar Food”. Sejauh ini, omset yang kami dapatkan perbulan dari usaha ini mencapai 15-25 juta dengan mengerjakan 8 orang karyawan. Dengan rata-rata produksi keripik tempe perbulan mencapai 50 kg” (Theresia Maryani 2023).

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa tiga Rumah Produksi KWT yang dibina oleh ASKOWANI telah mengembangkan berbagai produk kreatif olahan makanan. Dalam mengembangkan produk-produknya, mereka mendapatkan pelatihan dan pendampingan langsung dari asosiasi, sehingga mereka punya banyak insight untuk terus berkreasi dan melakukan inovasi dalam produksinya. Terlihat bahwa kini mereka telah memiliki belasan produk olahan makanan yang sudah tersertifikasi serta dipasarkan secara luas baik *offline* maupun *online* dengan *packaging* yang menarik. Di samping itu, adanya pengembangan industri kreatif yang dilakukan melalui Rumah Produksi KWT juga telah mampu memberikan dampak positif bagi anggota dan masyarakat secara luas. Di mana, upaya tersebut tidak hanya menasar pada kegiatan *entrepreneuership* (bisnis), namun juga pada aktivitas *social* (sosial) dengan memberikan peluang lapangan pekerjaan bagi para kaum perempuan desa.

Upaya kolektif dari ASKOWANI bersama *stakeholders* dalam mengakomodir KWT yang tersebar di Lampung Tengah secara langsung juga turut andil mendongkrak semangat gotong royong dan kemandirian para perempuan desa. Sebelumnya, mereka yang sangat bergantung dengan pendapatan suami, kini melalui usaha pengembangan industri kreatif olahan makanan yang dikelola secara bersama-sama telah memberikan ruang bagi mereka untuk beraktivitas secara produktif. Selain mereka mendapatkan pendapatan tambahan, di sisi lain mereka juga memperoleh relasi, *skills* baru, pengalaman dan kemandirian dari kegiatan yang ada di KWT.

PEMBAHASAN

Kemandirian kolektif perempuan menjadi upaya penting bagi eksistensi kaum feminis yang hingga kini masih terus diperjuangkan. Tujuan mereka yaitu ingin menuntaskan segala bentuk penindasan dan ketidakadilan yang selama ini

dirasakan. Terlebih, lahirnya gerakan feminisme global tidak lepas dari proses eksploitasi perempuan dan tumbuhnya sistem masyarakat patriarki yang mendominasi dalam banyak aspek kehidupan, sehingga menempatkan perempuan sebagai *the second sex* (kaum kelas dua) yang hingga sekarang masih membekas. Khususnya bagi mereka perempuan desa yang seringkali dinomorduakan dan hanya dijadikan objek pembangunan. Akibatnya, akses mereka terhadap ruang-ruang belajar, berkreasi dan berpartisipasi secara kolektif guna mendorong kemajuan dirinya sangatlah minim – dikarenakan juga domestifikasi dan budaya patriarki masih mengakar akut di desa.

Adanya ketidakadilan terhadap perempuan di dalam kehidupan sosial masyarakat yang telah tertanam sejak lama, akhirnya membuncahkan keprihatinan para feminis terhadap masa depan kaum perempuan desa. Kemudian keprihatinan tersebut semakin membesar setelah melihat sejarah bahwa hegemoni kaum laki-laki selama berabad-abad telah berhasil mengkonstruksi *toxic masculinity* di masyarakat dan mendegradasi eksistensi kaum perempuan (Mohanty, C. T 2022, 184). Keadaan tersebut akhirnya menjadi klimaks bagi kaum perempuan desa yang semakin sadar akan posisinya selama ini (mengalami penindasan) dan membuat mereka tergerak untuk mengubahnya. Kondisi tersebut selanjutnya diterjemahkan oleh Ibu Suparti melalui wadah Asosiasi Kelompok Wanita Tani (ASKOWANI) sebagai bentuk upaya mengakomodir gerakan feminisme kaum perempuan desa yang ingin membuktikan diri bahwa mereka mampu setara dan berdikari melalui gerakan pengembangan ekonomi kreatif.

ASKOWANI menjadi wadah pembinaan bagi perempuan desa, terutama mereka yang terakomodir di dalam Kelompok Wanita Tani (KWT) yang dikelola secara kolektif. Melalui inkubasi yang dilakukan oleh ASKOWANI, para perempuan desa yang menjadi anggota dari 122 KWT di Lampung Tengah dilatih dan didampingi dalam mengelola berbagai sektor ekonomi kreatif, baik itu yang berasal dari pertanian, peternakan, perikanan maupun home industry. Upaya tersebut sejalan dengan fokus pemerintah yang sejauh ini gencar dalam mendorong kegiatan ekonomi kreatif, mempromosikan produk-produk kreatif lokal dan memperkuat kemampuan industri kreatif untuk bersaing dengan produk-produk impor. Adanya misi yang simetris antara pemerintah dan ASKOWANI dalam menggenjot kemampuan industri kreatif lokal ini turut mempercepat akselerasi gerakan ekonomi kaum perempuan desa di Lampung Tengah. Tercatat, saat ini mereka telah memiliki tiga Rumah Produksi yang didorong oleh Kementerian Pertanian melalui DKPTPH provinsi Lampung.

Gerakan kolektif gotong royong anggota KWT dalam mengembangkan industri kreatif lokal melalui Rumah Produksi pada dasarnya tidak hanya untuk mencari penghasilan tambahan, namun juga berusaha menggait para perempuan desa ikut berpartisipasi aktif di dalamnya. Upaya tersebut bertujuan untuk mengeluarkan mereka dari jerat domestifikasi dan mendorong terwujudnya kemandirian ekonomi perempuan desa. Hal ini kemudian menjadi

pondasi bagi ASKOWANI untuk bergerak secara sosial – volunteer – melalui pembinaan kegiatan kewirausahaan kepada para anggota KWT. Semangat gerakan yang dilakukan ASKOWANI tersebut sejalan dengan konsep kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*) yang juga diadopsi oleh Bill Drayton untuk menjalankan asosiasi internasional Ashoka Foundation. Di mana *social entrepreneurship* secara komprehensif merupakan usaha menciptakan nilai sosial yang dibentuk melalui kerja sama dengan orang lain atau organisasi masyarakat yang terlibat dalam suatu inovasi sosial, yang digerakkan melalui kegiatan ekonomi (Hulgard, L 2010, 4).

Melalui pembinaan rutin berupa pelatihan dan pendampingan yang dilakukan oleh ASKOWANI kepada para anggota KWT yang terhimpun dalam asosiasi, kini setiap Rumah Produksi telah memiliki sertifikat izin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) serta beberapa sudah memiliki NIB, izin Produk Halal dan HAKI. Berdasarkan hasil wawancara dengan para pengelola Rumah Produksi, mereka mengungkapkan bahwa saat ini produk-produk mereka sudah memiliki jenama dan memegang beberapa sertifikat. Sehingga, produk-produk olahan makanan yang mereka produksi bisa dipasarkan secara luas, baik offline maupun *online*.

Bahkan, Rumah Produksi juga turut andil membantu memasarkan produk-produk kreatif olahan makanan anggota KWT yang secara mandiri memiliki usaha home industry. Hal inilah yang kemudian juga mendorong geliat para anggota untuk ikut memproduksi berbagai olahan makanan di rumahnya masing-masing. Adanya upaya gotong royong terintegrasi yang dibangun oleh para anggota KWT tersebut telah mampu menghasilkan berbagai produk-produk kreatif olahan makanan asli daerah. Sehingga, industri kreatif di Lampung Tengah pun mengalami perkembangan yang cukup signifikan, khususnya pada subsektor kuliner.

CONCLUSIONS

Gerakan *social entrepreneurship* feminisme ASKOWANI dalam mendorong gotong royong KWT mengembangkan industri kreatif di Lampung Tengah direalisasikan melalui kegiatan produksi berbagai produk olahan makanan dan memberikan ruang bagi perempuan desa untuk ikut berpartisipasi di dalamnya. Kegiatan produksi tersebut dilakukan di tiga Rumah Produksi yang dikelola oleh para anggota KWT yang mana mereka juga mendapatkan pembinaan berupa pelatihan dan pendampingan dari ASKOWANI. Di samping itu, mereka juga didorong untuk membangun kolaborasi dengan berbagai *stakeholder* guna mempercepat akselerasi pengembangan industri kreatif yang mereka jalankan, mulai dari segi permodalan, produksi hingga pemasaran.

ACKNOWLEDGEMENTS

Disampaikan kepada penggerak Asosiasi Kelompok Wanita Tani (ASKOWANI) Lampung Tengah atas kontibusinya mendorong kemandirian para perempuan tani desa dan kesediannya untuk dijadikan lokasi penelitian.

AUTHOR CONTRIBUTION STATEMENT

Penelitian ini dilakukan oleh Mustika Edi Santosa sebagai penulis tunggal (utama).

REFERENCES

- Chahine, T. 2016. *Introduction to Social Entrepreneurship*. Boca Raton: CRC Press.
- Departemen Perdagangan RI. 2008. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 (Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015)*. Jakarta: Departemen Perdagangan RI.
- Duwi. 2023. "Wawancara."
- Eisenstein, Z. 1998. *Global Obscenities: Patriarchy, Capitalism, and The Lure of Cyberfantasy*. New York: New York University Press.
- Guo, C dan Bielefeld, W. 2014. *Social Entrepreneurship: An Evidence-Based Approach to Creating Social Value*. Francisco. Jossey-Bass.
- Hariyati. 2023. "Wawancara."
- Hosken, F. 1981. "Female Genital Mutilation and Human Righ." *Feminis Issues*, 3, 1.
- Hulgard, L. 2010. "Discourses of Social Entrepreneurship: Variations of the same Theme?. EMES Working Papers: European Research Network (Belgium)," 1, 1.
- Mohanty, C. T. 2022. *Feminisme Tanpa Batas*. Tangerang Selatan: CV. Margin Kiri.
- Nurhayati. 2016. "Social Entrepreneurship Muhammad Yunus Grameen Bank." *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan: Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*, 1, 2.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suparti. 2023. "Wawancara."
- Theresia Maryani. 2023. "Wawancara."
- Tobibatussaadah, dkk. 2021. *Ekonomi Feminisme Salafi: Potret Kontruksi Sosial dan Enterpreneursip Perempuan Salafi di Lampung*. Bandar Lampung: AURA.
- Turner, B. S. 2012. *Teori Sosial: Dari Klasik Sampai Modern*. Yogyakarta: Pustaka Modern.
- Turtle, L. 1986. *Encyclopedia of Feminism*. New York: Facts of File Publication.
- Yunus, M. 2019. *Ekonomi Kreatif, Konsep Ekonomi Baru Penggerak Mahasiswa Menjadi Wirausaha Kreatif*. Seminar Nasional KeIndonesiaan. Semarang: Universitas PGRI Semarang.
-