

## Penerapan Berfikir Kreatif pada UMKM Keripik Balado Shirley pada Masa Covid-19

Chintya Dinda Ayu<sup>1</sup>, Ervania Rosa<sup>2</sup>, Hafiz Hardi<sup>3</sup>, Novya Fitri<sup>4</sup>, Ria Maiza Putri<sup>5</sup>,  
Ramdani Bayu Putra<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

Email: [chintyadinda28@gmail.com](mailto:chintyadinda28@gmail.com), [ervaniarosa3010@gmail.com](mailto:ervaniarosa3010@gmail.com),  
[hafizhardi13@gmail.com](mailto:hafizhardi13@gmail.com), [novya.fitri07@gmail.com](mailto:novya.fitri07@gmail.com), [riamaizaputy@gmail.com](mailto:riamaizaputy@gmail.com),  
[ramdanibayuputra@gmail.com](mailto:ramdanibayuputra@gmail.com)

### Abstrak

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan pemahaman tentang penerapan berfikir kreatif di keripik balado Shirley agar lebih efektif dan efisien. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan sumber data dari salah satu UMKM yang ada di Kota Padang yaitu Keripik Balado Shirley. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan survei dan wawancara. Alat bantu pengumpulan data menggunakan *handphone* sebagai alat untuk pengambilan bukti dokumentasi serta alat tulis seperti pena untuk mencatat hal-hal penting sesuai kebutuhan penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keripik Balado Shirley ini masih bisa bersaing di kalangan masyarakat di masa pandemi COVID-19. Hal ini dikarenakan Keripik Balado Shirley ini menggunakan konsep berfikir kreatif pada produknya, berorientasi tindakan serta mampu mengelola risiko dengan baik. Dengan berfikir kreatif maka Keripik Balado Shirley masih tetap bertahan sampai saat ini.

**Kata Kunci** : *Berpikir Kreatif, Berorientasi Tindakan, Mengelola Risiko, Kewirausahaan, UMKM*

### Abstract

The purpose of this activity is to provide an understanding of the application of creative thinking in Shirley's balado chips to be more effective and efficient. The research method used is qualitative with data sources from one of the SMEs in the city of Padang, namely Balado Shirley Chips. Data collection techniques were carried out by surveys and interviews. Data collection tools use mobile phones as a tool for retrieval of documentary evidence and writing tools such as pens to record important things according to research needs. The results showed that these Balado Shirley Chips could still compete among the public during the COVID-19 pandemic.

19. This is because these Balado Shirley Chips use the concept of creative thinking in their products, are action oriented and are able to manage risk well. By thinking creatively, Balado Shirley Chips still survive to this day.

**Keywords**: *Creative Thinking, Action Oriented, Managing Risk, Entrepreneurship, MSME*

### PENDAHULUAN

Di era modren ini pertumbuhan dan perkembangan ekonomi masyarakat di Indonesia pada umumnya tidak bisa dipisahkan pada pertumbuhan dan perkembangan pelaku-pelaku ekonomi yang melakukan kegiatan ekonomi berupa jasa pemasaran atau sering disebut dengan UMKM (Thaha, 2020). UMKM merupakan usaha produktif yang dimiliki perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Dari tiga sektor usaha formal yang menjadi penggerak perekonomian dalam negeri, koperasi merupakan satu-satunya yang cocok dengan karakter sistem perekonomiannya yang dianut oleh masyarakat Indonesia (Prihatiningrum & Fariany, Gusti, 2020).

Menurut (Akbar dan Sihab, 2020), Negara Indonesia termasuk ke dalam salah satu negara yang perekonomiannya didorong atau ditempati oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Salah satu usaha industri kecil yang terkenal di Sumatera Barat khususnya Padang adalah di bidang pangannya. Sebagai seorang entrepreneur harus bisa memanfaatkan berbagai peluang yang ada. Karena jika seorang entrepreneur harus bisa menciptakan suatu peluang usaha yang dapat bersaing dikalangan masyarakat atau sering disebut dengan Kewirausahaan.

Menurut (Akbar dan Sihab, 2020), Kewirausahaan (entrepreneurship) adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Sesuatu yang baru dan berbeda adalah nilai tambah barang dan jasa yang menjadi sumber keunggulan untuk dijadikan peluang. Jadi, kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses pengelolaan sumber daya dengan cara-cara baru dan berbeda. Dalam berwirausaha terdapat persaingan yang ketat dan permasalahan lain yang akan dihadapi nantinya. Untuk memenangkan persaingan dan menyelesaikan masalah tersebut, maka seorang wirausahawan harus memiliki daya kreativitas yang tinggi. Daya kreativitas tersebut sebaiknya dilandasi oleh cara berfikir yang maju, penuh dengan gagasan-gagasan baru yang berbeda dengan produk-produk yang telah ada selama ini dipasar. Gagasan yang kreatif umumnya tidak dapat dibatasi oleh ruang, bentuk ataupun waktu. Justru seringkali ide-ide jenis yang memberikan terobosan-terobosan baru dalam dunia usaha awalnya adalah dilandasi oleh gagasan-gagasan kreatif yang kelihatannya mustahil (Thaha,2020).

Salah satu UMKM yang kami teliti ini adalah adalah usaha olahan makanan yang terletak di Padang. Nama tempat UMKM ini adalah Keripik Balado Shirley yang beralamatkan di Jl. Gereja No.36, Belakang Tangsi, Kec. Padang Barat, Kota Padang, Sumatera Barat. Keripik Balado Shirley ini merupakan suatu olahan makanan yang berasal dari singkong yang dijadikan makanan lezat siap makan. Kami terfokus kepada Keripik Balado Shirley ini dikarenakan keripik ini masih bisa bersaing di kalangan masyarakat meski sedang covid-19 melanda. Hal ini dikarenakan Keripik Balado Shirley ini menggunakan konsep Berfikir Kreatif pada produknya. Dengan berfikir kreatif maka Keripik Balado Shirley masih tetap bertahan sampai saat ini. Oleh karena itu penelitian ini kami beri judul "Penerapan Berfikir Kreatif Pada UMKM Keripik Balado Shirley Pada Masa Covid-19".

Tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan pemahaman tentang penerapan berfikir kreatif, berorientasi tindakan, serta mengelola risiko di keripik balado Shirley agar lebih efektif dan efisien. Menurut (Suebuddin Marfua, 2021), Kewirausahaan berasal dari kata wira dan usaha. Wira berarti pejuang, pahlawan, manusia unggul, teladan, berbudi luhur, gagah berani dan berwatak agung. Usaha, berarti perbuatan amal, bekerja, berbuat sesuatu. Jadi wirausaha adalah pejuang atau pahlawan yang berbuat sesuatu. Ini baru dari segi etimologi (asal usul kata). Sedangkan menurut (Fitrianiingsih & Turmuzi, 2020), wirausaha adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi mengadakan produk baru, mengatur permodalan operasinya serta memasarkannya. Jadi, wirausaha itu mengarah kepada orang yang melakukan usaha/kegiatan sendiri dengan segala kemampuan yang dimilikinya. Sedangkan kewirausahaan menunjuk kepada sikap mental yang dimiliki seorang wirausaha dalam melaksanakan usaha/kegiatan (Akbar dan Sihab, 2020).

(Rosita, 2020), menyatakan bahwa UMKM merupakan usaha kecil yang membantu perekonomian Indonesia. Karena dengan melalui UMKM akan membentuk lapangan kerja baru serta meningkatkan devisa negara dengan melalui pajak badan usaha. Sedangkan menurut (Thaha, 2020), UMKM merupakan suatu aktivitas atau kegiatan ekonomi yang menjadi penggerak pembangunan Indonesia seperti industri manufaktur, agribisnis, agraris, dan juga sumber daya manusia. Sehingga UMKM ini mengandung arti pemulihan perekonomian Indonesia melalui pengembangan sektor perdagangan untuk program pemberdayaan masyarakat yang membutuhkan

pekerjaan.

Ada beberapa klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah antara lain sebagai berikut :

1. *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa yang membantu perekonomian Indonesia. Karena dengan melalui UMKM akan membentuk lapangan kerja baru serta meningkatkan devisa negara dengan melalui pajak badan usaha. Sedangkan menurut (Thaha, 2020), UMKM merupakan suatu aktivitas atau kegiatan ekonomi yang menjadi penggerak pembangunan Indonesia seperti industri manufaktur, agribisnis, agraris, dan juga sumber daya manusia. Sehingga UMKM ini mengandung arti pemulihan perekonomian Indonesia melalui pengembangan sektor perdagangan untuk program pemberdayaan masyarakat yang membutuhkan pekerjaan.

Ada beberapa klasifikasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah antara lain sebagai berikut :

2. *Livelihood Activities*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum biasa disebut sektor informal. Contohnya pedagang kaki lima.
3. *Micro Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
4. *Small Dynamic Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerja subkontrak dan ekspor.
5. *Fast Moving Enterprise*, merupakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi usaha besar (UB)

Menurut (Wahyuni & Hidayati, 2020), Berfikir kreatif adalah suatu aktivitas mental untuk membuat hubungan-hubungan (*concection*) yang terus menerus (*Continue*), sehingga ditemukan kombinasi yang "benar" atau sampai seseorang itu menyerah. Asosiasi ide-ide membentuk ide-ide baru. Jadi berfikir kreatif mengabaikan hubungan-hubungan yang sudah mapan, dan menciptakan hubungan tersendiri. Sedangkan menurut (Marbun, 2020), berfikir kreatif adalah suatu kegiatan yang terkait dengan perhatian kita terhadap intuisi, menghidupkan imajinasi, berusaha mengungkapkan berbagai kemungkinan baru, membuka sudut pandang yang menakjubkan dan membangkitkan ide-ide yang tak terduga. Dari penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa berfikir kreatif adalah suatu proses atau aktivitas mental terkait dengan kepekaan terhadap masalah yang digunakan individu untuk memunculkan atau mendatangkan ide dengan mempertimbangkan informasi baru dan ide-ide yang belum pernah dikenal sebelumnya dengan suatu pikiran terbuka, serta dapat membuat hubungan-hubungan dalam menyelesaikan masalah tersebut.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif yang sifatnya deskriptif, seperti wawancara, gambar, foto, rekaman video dan lain sebagainya. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah UMKM Keripik Balado Shirley yang diperoleh melalui wawancara serta pengamatan langsung di lapangan dan Sumber Data Sekunder diperoleh melalui dokumentasi. Metode pengumpulan data adalah dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Alat bantu pengumpulan data adalah menggunakan *handphone* sebagai alat untuk merekam saat melakukan wawancara serta alat untuk pengambilan gambar sebagai bukti dokumentasi. Dan juga digunakan alat tulis seperti pena untuk mencatat hal-hal penting sesuai kebutuhan penelitian. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu Data Reduction (Reduksi Data), Data Display (Penyajian Data), Verifikasi dan kesimpulan.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PBL yang dilakukan pada UMKM Keripik Balado Shirley ini berjalan selama 3 bulan, yaitu pada bulan Oktober sampai dengan bulan Desember. Kegiatan ini terlaksana dengan tertib, baik dan lancar. Kegiatan ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan mata kuliah Kewiraswastaan padasemester 7, dimana keseluruhannya meliputi :

1. Pendidikan dan pengajaran
2. Tinjauan ke tempat objek penelitian
3. Project Based Learning

Project Based Learning dengan judul “Penerapan Berfikir Kreatif pada UMKM Keripik Balado Shirley pada Masa COVID-19”. Tujuan penelitian ini untuk memberikan pemahaman tentang penerapan berfikir kreatif pada Keripik Balado Shirley ini untuk memberikan pemahaman cara berfikir kreatif dan solusi terhadap kesulitan dan permasalahan yang terjadi saat ini, termasuk di saat masa pandemi COVID-

### 4.1 Berpikir Kreatif Pada Keripik Balado Shirley

Orang kreatif harus mempunyai banyak ide untuk mengembangkan usahanya agar tetap berjalan serta dapat bersaing dengan usaha yang lain. Ini dapat dilihat dari usaha Keripik Balado Shirley yang beralamatkan di Jl. Gereja No.36, Belakang Tangsi, Kec. Padang Barat, Kota Padang yang kami jadikan sebagai objek kewirausahaan. karena keripik balado Shirley ini memiliki jiwa yang kreatif dalam memasarkan produknya, hal ini dapat dilihat dari :

- a. Keripik balado Shirley melakukan berbagai promosi, cara ini dilakukan oleh keripik shirley agar konsumen tetap tertarik untuk membeli dimasa pandemi covid-19. Caranya ketika konsumen membeli keripik balado Shirley diatas 4 bungkus, maka mereka menyediakan kemasan dus yang diberi merek keripik balado Shirley.
- b. Ide kreatif selanjutnya adalah pemilihan tempat yang strategis, karena toko “ Keripik Balado Shirley” berdekatan dengan tempat pariwisata yang ada di Kota Padang (Pantai Padang, Taman Melati dan Jembatan Siti Nurbaya) serta tempat penginapan (Hotel Inna Muara, Hotel Bumi Minang, dll)
- c. Tidak hanya itu harga yang dipasarkan oleh keripik shirley pun relatif terjangkau serta dapat bersaing dengan pusat oleh-oleh lainnya,
- d. Ide kreatif selanjutnya dapat dilihat dari Pihak Shirley mengadakan kerjasama atau bermitra dengan beberapa UMKM dengan memasarkan produk pertanian UMKM tersebut agar nilai jualnya lebih tinggi dan diminati oleh para wisatawan dan masyarakat luas. Inilah yang menjadi ciri khastersendiri dari keripik balado Shirleyini.

### 4.2 Berorientasi Tindakan Pada Keripik Balado Shirley

Pada keripik balado Shirley ini, seorang intreprenuer harus bisa berorientasi tindakan. Hal ini dilakukan agar produk yang dipasarkan tidak ketinggalan jauh dari pasaran. Oleh Mengelola Resiko Pada Keripik Balado Shirley. Sebagai intreprenuer yang handal diperlukan keuletan, keberanian serta strategi yang baik dalam menghindari suatu resiko usaha. Sebab setiap usaha yang dijalankan pasti selalu akan memiliki resiko. Ini dapat dilihat pada keripik balado Shirley yang mengalami kendala atau resiko omzet pendapatan di masa pandemi covid-19.

Oleh karena itu sebagai seorang intreprenuer harus dapat memanfaatkan peluang dengan

memanfaatkan konsep berfikir kreatif. Ini dapat dilihat dari keripik balado Shirley lebih giat meningkatkan pemasarannya. Ini dilakukan dengan cara memanfaatkan media elektronik seperti shopee dan tokopedia sebagai media pemasarannya. Karena dimasa COVID-19 ini masyarakat lebih tertarik untuk belanja dari rumah dari pada datang langsung ke toko. Peluang inilah yang dimanfaatkan oleh keripik balado Shirley untuk tetap karena itu perlu adanya rekomendasi komentar serta saran konsumen yang membeli keripik Shirley. Sehingga jika ada penilaian yang kurang dari konsumen, maka perlu adanya perubahan yang harus dilakukan oleh keripik balado Shirley ini. Jika dari segi model, jenis dan rasa kurang memuaskan pelanggan, maka keripik balado Shirley ini melakukan pembaharuan sehingga dapat meningkatkan cita rasa dan daya beli masyarakat untuk mengkonsumsi keripik balado Shirley ini. Ini sebagai ciri khas tersendiri bagi keripik balado Shirley sebagai intrepeneur yang handal dan bijak dalam

## SIMPULAN

Kewirausahaan (entrepreneurship) adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Sesuatu yang baru dan berbeda adalah nilai tambah barang dan jasa yang menjadi sumber keunggulan untuk dijadikan peluang. Jadi, kewirausahaan merupakan suatu kemampuan dalam menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses pengelolaan sumber daya dengan cara-cara baru dan berbeda. Dalam berwirausaha terdapat persaingan yang ketat dan permasalahan lain yang akan dihadapi nantinya. Untuk memenangkan persaingan dan menyelesaikan masalah tersebut, maka seorang wirausahawan harus memiliki daya kreativitas yang tinggi. Daya kreativitas tersebut sebaiknya dilandasi bisa memasarkan produknya, agar omzet yang didapat tetap bisa stabil seperti biasanya oleh cara berfikir yang maju, penuh dengan gagasan-gagasan baru yang berbeda dengan produk-produk yang telah ada selama ini dipasar. Gagasan yang kreatif umumnya tidak dapat dibatasi oleh ruang, bentuk ataupun waktu. Justru seringkali ide-ide jenis yang memberikan terobosan-terobosan baru dalam dunia usaha awalnya adalah dilandasi oleh gagasan-gagasan kreatif yang kelihatannya mustahil.

Salah satunya yaitu Keripik Balado Shirley. Dimana Keripik Balado Shirley ini masih bisa bersaing di kalangan masyarakat meski sedang covid-19 yang sedang melanda. Hal ini dikarenakan Keripik Balado Shirley ini menggunakan konsep Berfikir Kreatif pada produknya. Dengan berfikir kreatif maka Keripik Balado Shirley masih tetap bertahan sampai saat ini. Oleh karena itu sebagai seorang entrepreneur harus bisa menerapkan Konsep Berfikir Kreatif dalam menjalankan suatu usaha yang akan dijalankan. Sehingga usaha mengambil peluang dan tindakan dalam masyarakat.

Berdasarkan survei lapangan yang telah kami lakukan, terdapat beberapa saran yang ingin kami sampaikan kepada Keripik Balado Shirley diharapkan tetap memberikan kesempatan kepada mahasiswa melakukan survei lapangan di Shirley tersebut. Dan juga diharapkan Keripik Balado Shirley dapat menerapkan sistem berfikir kreatif lebih baik lagi. Sehingga kendala yang dialami Keripik Balado Shirley dapat diatasi dengan baik dan tidak terjadi lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar RA dan Sihab BA. (2020). Kepemimpinan Kewirausahaan Dalam Menghadapi Tantangan Pandemi Covid-19 Di Indonesia. *Leadership & Organization Development Journal*.
- Fitrianingsih, Y., & Turmudzi, I. (2020). Analisis Faktor Pembelajaran Kewirausahaan Dan Motivasi Dalam Berwirausaha (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Program. *Jurnal Penelitian Manajemen*
- Marbun, S. (2020). MENINGKATKAN KEMAMPUAN BERFIKIR KREATIF MAHASISWA MELALUI MODEL PEMBELAJARAN INKUIRI. *Jurnal Usia Dini Volume*.

- Prihatiningrum, R. Y., & Fariany, Gusti,R. (2020). Peran Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Inovasi Produk dan Kinerja Pemasaran pada UMKM Tanggui di Lingkungan Lahan Basah (Studi Pada Pengrajin Tanggui Di Alalak). *Jurnal Wawasan Manajemen*.
- Rosita, R. (2020). PENGARUH PANDEMI COVID-19 TERHADAP UMKM DI INDONESIA. *JURNAL LENTERA BISNIS*. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.3>
- Suebuddin Marfua. (2021). Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Menanamkan Jiwa Leadership Terhadap Minat Berwirausaha. *Jurnal Sinau*.
- Thaha, A. F. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*.
- Wahyuni, A., & Hidayati, D. W. (2020). Pengaruh Kemampuan Berfikir Kreatif Berbasis ICT Terhadap Kemampuan Spasial Mahasiswa. *Jurnal Informa : Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.46808/informa.v6i1.16>