

Dibalik Kesederhanaan, Ada Kekuatan dari Sebuah MVP



Eli Pujastuti, M.Kom
Dosen Universitas Amikom Yogyakarta

SUATU hari ada calon customer yang menghubungi nomor WhatsApp business saya. Calon customer tersebut bisa sampai ke nomor saya ternyata dibawa oleh sebuah sosial media bisnis yang saya bangun. Media sosial bisnis saya memang sudah ada sebelum adanya bisnis secara fisik. Waktu itu, yang saya pikirkan adalah "yang penting sampai dulu layanan saya". Benar saja, calon customer tersebut mengetahui layanan UMKM saya melalui media sosial tersebut. Hal yang ingin saya deliver adalah "bisnis tidak harus modal besar untuk branding di awal".

Modal awal yang harus dimiliki adalah kemauan untuk menjalankan bisnis itu sendiri, bukan outlet megah, bukan banyaknya karyawan, bukan viralnya produk kita pada saat launching produk. Kemauan menjalankan bisnis dan bagaimana kita bisa menyampaikan layanan kita kepada calon customer.

Cara paling sederhana yang bisa kita lakukan untuk menyampaikan layanan UMKM kita kepada calon pelanggan biasa disebut cara kita untuk membuat MVP (Minimum Viable Product). Contoh real untuk menggambarkan MVP adalah jika kita ingin membuat sebuah produk

seperti alat untuk memudahkan dan mempercepat orang menempuh perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, yang tadinya berjalan, agar lebih mudah dan cepat kita buat alat paling sederhana untuk mewujudkan tujuan itu. Kata kuncinya adalah "lebih mudah dan cepat". Kata kunci tersebut kita sebut juga value. Value yang ingin kita sampaikan kepada orang lain adalah dengan membuat alat paling sederhana yaitu skateboard. Setelah skateboard selesai dibuat dan terbukti value tadi benar-benar tersampaikan, maka kita ubah, kita evaluasi lalu kita perbaiki

produk kita menjadi lebih baik lagi. Perbaikan dilakukan sambil bisnis kita tetap berjalan.

Contoh skateboard tadi dapat kita adopsi untuk UMKM kita, ketika kita baru mau melangkah untuk membuat sebuah usaha, yang paling bisa kita lakukan adalah membuat MVP agar produk/jasa kita cepat tersampaikan kepada calon pelanggan. Dalam konteks startup biasanya MVP diwujudkan dengan sebuah media sosial yang mengarah pada WhatsApp bisnis kita yang tujuannya adalah agar calon customer dapat segera berkomunikasi atau bahkan berkonsultasi tentang

produk kita, langsung dengan kita, setelah MVP pertama sudah bisa memenuhi value yang ingin kita deliver, barulah kita evaluasi lalu kita perbaiki menjadi website misalnya, atau bahkan aplikasi mobile dengan kecerdasan buatan didalamnya yang dapat dengan mudah diinstall oleh customer kita.

Dibalik Kesederhanaan, ada Kekuatan dari Sebuah MVP. Judul ini saya pilih karena hal ini sudah benar-benar terbukti pada UMKM saya. MVP yang saya buat benar-benar tanpa uang dan cukup bisa membawa customer baru datang melalui MVP saya. MVP ini



bisa juga menjadi satu media evaluasi kita untuk bisa mendapatkan feedback dari customer kita secepat mungkin. Feedback yang saya dapatkan dari MVP tersebut adalah hal berharga agar kita dapat dengan cepat memperbaiki produk kita sekaligus memvalidasi apakah produk kita benar-benar dibutuhkan oleh pasar, atau tidak. Jadi, bagaimana UMKM bisa dimulai? Dengan MVP salah satunya. Starting point yang simple, low risk, high impact.

Selamat mencoba..

GAYA HIDUP

EKSPLORASI WASTRA NUSANTARA

Konsep 'Sustainable' Bebas Sampah

KESEIMBANGAN alam menjadi isu besar yang melandasi fashion designer dalam berkarya. Aplikasi dari konsep dasar itu, setiap busana yang dihasilkan mesti berkelanjutan (sustainable), bebas sampah (zero waste) dan tentu saja ramah lingkungan.



KR-Istimewa
Busana
berkonsep
bebas
sampah.

Deretan karya rancang busana semacam itu banyak terlihat --kalau tak bisa dikatakan mendominasi-- dalam event AIRA Fashion on the Spot 2021 di Atrium Hartono Mall Yogyakarta, awal Desember

lalu, Astrid Ediaty pun merasa mendapatkan panggung yang tepat.

Perancang busana asal Klaten tersebut, sejak lama telah mengaplikasikan spirit sustainable dan zero waste pada setiap karya yang dihasilkan. Selain itu, pemanfaatan wastra nusantara sebagai materi utama busana, merupakan pilihan awal ibu dua anak itu sejak pertama kali memproklamirkan diri sebagai perancang busana pada hampir dua dasawarsa silam.

Ketika industri kain lurik yang tersentra di wilayah Pedan, Klaten, masih dijalankan dengan sangat sederhana, Astrid Ediaty berusaha memaksimalkan produk Alat Tenun Bukan Mesin (ATBM) tersebut. "Waktu itu serat kain masih sangat sederhana. Motif dan warna yang dibuat oleh para perajin pun cenderung monoton," ucap Astrid Ediaty ketika ditemui di rumah yang sekaligus jadi studio kerjanya.

Kala itu kain lurik nyaris belum dilirik para perancang. Selain dirinya, ada satu desainer ibukota, yakni Poppy Dharsono, yang banyak berperan aktif menyadarkan para perajin tentang pentingnya mengembangkan dan meningkatkan kualitas dan keragaman motif lurik di Pedan. Tentu butuh kesabaran dan ketelatenan, mengingat sebelumnya para perajin, utamanya para pengelola usaha ATBM, hanya terbiasa menghasilkan kain lurik tradisional".

Seiring berjalannya waktu, kini lurik Pedan telah berkembang. Bahkan sentra industri lurik di Klaten pun meluas ke Tlingsing. Kain lurik selalu menjadi pilihan para desainer yang berkomitmen memoncerkan wastra nusantara. Faktanya, kain lurik memang sangat fleksibel, bisa dipadupadankan dengan wastra lainnya.

Dalam AIRA Fashion on the Spot 2021, Astrid Ediaty menyodorkan empat koleksi terbaru yang dibuat dalam tema 'Selaras'. Terinspirasi dari alam sekitar, ia

menonjolkan kain lurik ATBM dari serat alam, begitupun dengan teknik pewarnaannya. Konsep bebas sampah teraplikasi lewat teknik cutting lurus. Walaupun ada perca tersisa, dibuat aksesoris pelengkap penampilan.

"Semua terkonsep, termasuk padupadan busana, bisa mix and match. Tren busana sekarang tidak hanya untuk saat ini, tetapi harus berkelanjutan, bisa dipakai kapan pun untuk berbagai kesempatan," kata pemilik label Britha yang juga lulusan PAPMI Fashion School Yogyakarta tahun 2004 tersebut.

Belakangan Astrid Ediaty tengah merancang rebranding baju-baju berbasis bahan etnik (wastra) lewat 'Semburute'. Sesuai filosofinya yang bermakna 'Seni, Etnik, Membudaya, Unik dan Trending', karya-karya yang dihasilkan Semburute nantinya tidak hanya mengkomodifikasi kain lurik, namun mengaplikasikan wastra nusantara lainnya.

Dalam upaya pengembangan wastra nusantara ini Astrid Ediaty mendapat dukungan dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) untuk Usaha Kecil Menengah (UKM) provinsi Jawa Tengah, berupa tenaga magang digital marketing. Harapannya, bisa semakin mengeksplorasi wastra Indonesia, sehingga masyarakat akan semakin memahami betapa kayanya kita dengan kain tradisional yang aplikatif. (Linggar)



Astrid Ediaty dalam pergelaran AIRA Fashion on the Spot 2021.

KR-Istimewa

Gratis : Arko



TAHUN BARU, KELUARGA "BARU"
(Lukluk Sihjati / Penyuluh Narkoba Ahli Muda BNN Kota Yogyakarta)

Survey Nasional Penyalahgunaan Narkoba Tahun 2021 kerjasama antara BNN RI dan BRIN (Badan Riset dan Inovasi Nasional) merilis angka prevalensi penyalahgunaan narkoba tahun 2021. Prevalensi adalah perbandingan jumlah pemakai narkoba dibagi jumlah penduduk Indonesia dikali seratus persen. Prevalensi penyalahgunaan narkoba tahun 2021 sebesar 1,95% naik 0,15% jika dibandingkan dengan angka prevalensi tahun 2019 sebesar 1,80%. Prediksi jumlah penduduk Indonesia usia 15 – 64 tahun yang terpapar narkoba pada kategori pernah pakai pada tahun 2019 sebanyak 4.534.744 penyalahguna sedangkan tahun 2021 sebanyak 4.827.616 penyalahguna, naik sebanyak 292.872 penyalahguna. Pada kategori setahun pakai tahun 2019 sebesar 3.419.188 dan tahun 2021 sebesar 3.662.646, naik sebanyak 243.458 penyalahguna. Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan adanya peningkatan jumlah penyalahgunaan narkoba. Salah satunya adalah faktor keluarga. Keluarga dalam konteks penyalahgunaan narkoba dapat berperan sebagai faktor pemicu maupun faktor pencegah.

Keluarga sebagai salah satu faktor pemicu terjadinya penyalahgunaan narkoba terjadi apabila salah satu atau beberapa fungsi keluarga tidak berjalan baik. Delapan fungsi keluarga antara lain 1) fungsi keagamaan, 2) fungsi sosial budaya, 3) fungsi cinta kasih, 4) fungsi perlindungan, 5) fungsi reproduksi, 6) fungsi sosialisasi dan pendidikan, 7) fungsi ekonomi, 8) fungsi pembinaan lingkungan. Survey BNN dan BRIN tahun 2021 menyebutkan bahwa penyalahguna narkoba cenderung memiliki kedekatan (orang tua/ pasangan) yang lebih sedikit rendah dibanding bukan penyalahguna. Komunikasi menjadi hal yang krusial terlebih ketika anak beranjak remaja. Proses komunikasi menjadi lebih dari sekedar mendengarkan, tapi melibatkan perasaan dan

kemampuan orang tua untuk memahami maksud maupun menangkap emosi yang tercermin dalam komunikasi tersebut. Tujuan yang ingin dicapai adalah anak merasa nyaman dan tidak segan untuk bercerita maupun berbagi perasaan mereka dengan orang tua. Beberapa cara untuk menjalin komunikasi efektif dengan anak dalam Modul Ketahanan Keluarga BNN RI antara lain: 1) memberikan respon minimal dengan kata yang singkat, misalnya, iya, lalu, ibu mengerti, atau bisa dengan isyarat fisik seperti anggukan kepala maupun tatapan mata. Respon minimal dapat membuat anak bercerita lebih banyak. 2) Memberikan perhatian dalam kondisi sesibuk apapun kita. 3) Memberikan penghargaan dan pujian. Melalui pujian dan penghargaan, anak akan termotivasi untuk terus berperilaku positif dan enggan untuk merusak dirinya.

Selain sebagai faktor pemicu, Keluarga juga menjadi faktor pencegah terjadinya penyalahgunaan narkoba. Mendeteksi masalah narkoba sedini mungkin akan menghindarkan keluarga kita dari resiko penyalahgunaan dan peredaran gelap narkoba. Terlebih dahulu, orang tua diharapkan memiliki manajemen stres yang baik sekaligus mampu memahami stres yang dialami anak. Selalu perhatikan cara anak berbicara, cara bertingkah laku dan emosinya. Waspada bila terjadi perubahan sikap yang drastis. Beberapa tips menajaukan anak dari bahaya narkoba dilansir dari laman web BNN RI antara lain, 1) Jalin komunikasi tentang bahaya narkoba, 2) Fokus pada hal positif, 3) Selalu mencontohkan kebiasaan yang baik, 4) Terapkan peraturan di rumah, 5) Kenali pergaulan anak.

Mari perbaharui pola komunikasi dalam keluarga kita. Ciptakan keluarga yang nyaman dan dapat menjadi tempat bersandar. Bersama kita perangi narkoba melalui penguatan peran keluarga dalam kehidupan. Salam Anti Narkoba. War on Drugs! (*)

