

Pelatihan Ekonomi Kreatif Bagi UMKM Di Kota Bogor

*Creative Economy
Coaching for
Small Business*

Sinta Listari, Suharmiati, Donny Hendry Fahsani,
Serly Marlina Marselina

*Program Studi Perbankan dan Keuangan, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan
Bogor, Indonesia*

103

E-Mail: sinta@ibik.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan pelatihan yang diadakan oleh pihak Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor bekerjasama dengan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Kesatuan merupakan realisasi dari MoU antara Pemerintah Kota Bogor dengan IBI Kesatuan yang sudah terjalin dua tahun dapat berjalan dengan baik. Pada kesempatan pelatihan dengan topik "Ekonomi Kreatif Bagi UMKM Kota Bogor" dapat berjalan lancar dengan antusias peserta yang baik tercermin dari banyaknya pertanyaan yang diajukan oleh peserta. Pada umumnya peserta belum memahami makna kreatif dan ekonomi kreatif karena lemahnya informasi yang peserta dapatkan. Namun selama pelatihan berlangsung terkesan peserta pelatihan memiliki motivasi yang bagus yang tercermin dari konten pertanyaan yang diajukan. Diberikan contoh sukses story beberapa pengusaha yang memiliki latar belakang pendidikan yang rendah namun sukses. Pemanfaatan kemajuan teknologi untuk keperluan usaha dengan sarana yang dimiliki oleh peserta pelatihan berupa Smart Phone Android. Dengan smart phone tersebut dipraktikkan cara-cara mencari informasi terkait ekonomi kreatif, desain produk, teknik marketing dan lainnya yang berhubungan dengan kegiatan usaha.

Submitted:
JANUARI 2021

Accepted:
JANUARI 2021

Kata Kunci : Kreativitas, Ekonomi Kreatif dan Motivasi

ABSTRACT

The training activities held by the Bogor City Cooperatives and UMKM Office in collaboration with the Unitary Research and Community Service Institute (STIE) are the realization of the MoU between the Bogor City Government and the Unitary IBI which has been established for two years and can run well. On the occasion of the training with the topic "Creative Economy for MSMEs in Bogor City" it could run smoothly with the enthusiasm of the participants, which was well reflected in the many questions asked by the participants. In general, participants do not understand the meaning of creative and creative economy because of the weak information that participants get. However, during the training, it seemed that the trainees had good motivation, which was reflected in the content of the questions asked. Examples of successful stories are given of several entrepreneurs who have low educational backgrounds but are successful. Utilization of technological advances for business purposes with facilities owned by training participants in the form of Android Smart Phones. With this smart phone, it is practiced how to find information related to the creative economy, product design, marketing techniques and others related to business activities.

Keywords: Creativity, Creative Economy and Motivation

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Kreativitas menjadi penting dalam dunia usaha baik usaha kecil maupun usaha besar. Kreativitas tidak hanya dibatasi pada memperbanyak ragam produk, tetapi juga dapat berupa kreativitas dalam pemasaran produk, kreativitas pendekatan kepada konsumen dan lainnya. Namun pada kenyataannya pelaku usaha Mikro dan Kecil memiliki

JADKES

Jurnal Abdimas Dedikasi
Kesatuan
Vol. 1 No. 2, 2021
pp. 103-108
IBI KESATUAN
E-ISSN 2745-7508
DOI: 10.374/jadkes.v1i2.1399

JADKES

pandangan yang tidak luas terhadap pengertian kreatif. Mereka memandang kreatif hanya sebatas menciptakan produk yang beragam. Pemikiran tentang kreativitas dalam hal pelayanan, pemanfaatan teknologi, pemasaran dan lainnya belum terpikirkan. Keadaan tersebut dapat disebabkan oleh Sumber Daya Manusia (SDM) terkait dengan tingkat pendidikan dan kurangnya wawasan yang akhirnya membentuk cara berpikir.

Merina (2017) menyatakan, bahwa Ekonomi Kreatif adalah sebuah konsep di era ekonomi baru yang penopang utamanya adalah informasi dan kreativitas di mana ide dan stock of knowledge dari Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan faktor produksi yang utama dalam kegiatan ekonomi. Sehingga Ekonomi kreatif adalah suatu kegiatan ekonomi di mana input dan output adalah gagasan atau dalam satu kalimat yang singkat, esensi dari kreativitas adalah gagasan. Dan sebaiknya konsep kewirausahaan maupun konsep ekonomi kreatif terdapat unsur benang merah yang sama yakni terdapat konsep kreativitas, ide atau gagasan serta konsep inovasi.

Peserta pelatihan pada umumnya belum memahami dengan benar makna dari kreativitas dan ekonomi kreatif. Perlu diberikan pembekalan secara teori maupun praktek kepada pelaku usaha mikro dan kecil guna lebih memahami arti kreatif. Hal tersebut diperlukan guna mendukung kegiatan usahanya sehingga dimungkinkan terbentuk suatu usaha yang berkelanjutan.

Tujuan Kegiatan

Kegiatan ini bertujuan memberikan pelatihan kepada Pelaku UMKM di Kota Bogor yang terkait dengan Kreativitas dan Ekonomi Kreatif dari berbagai aspek seperti disain produk, pemanfaatan teknologi, pelayanan dan pemasaran.

Manfaat Kegiatan

Pelatihan ekonomi kreatif bagi UMKM akan bermanfaat dalam menambah wawasan pelaku UMKM sehingga dapat meningkatkan kegiatan usahanya dengan beripikir inovatif yang diharapkan dapat membantu merubah pola pikir yang berdampak pada kreativitas dan usaha yang berkelanjutan.

Ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai suatu sistem transaksi penawaran dan permintaan yang bersumber pada kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh sektor industri yang disebut Industri Kreatif. Oleh karena itu, Industri kreatif merupakan bagian yang tak terpisahkan dari ekonomi kreatif. Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta industri tersebut.

Pabulo (2017) mengatakan, bahwa sinergi antara ekonomi kreatif dengan UMKM merupakan sebuah model pengembangan peningkatan penjualan produk dan jasa yang cukup potensial untuk dikembangkan dengan melakukan tambahan kegiatan kreatif untuk mengembangkan UMKM di Indonesia. Untuk mengembangkan UMKM melalui ekonomi kreatif dibutuhkan konektivitas, yaitu dengan menciptakan outlet produk-produk kreatif UMKM di lokasi yang strategis.

PELAKSANAAN KEGIATAN

Waktu Pelaksanaan

Kegiatan ini merupakan kegiatan yang diprakarsai Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor yang merupakan realisasi dari kerjasama dengan surat kerjasama Nomor : 073 /KK3-Diskop UKM/2017 dan Nomor: 2 14/ K/ STIEK/ I / 2017. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 9 dan 10 Juli 2020 yang bertempat di Gedung Graha Pool No. 101 Jalan Merdeka, Kota Bogor.

Kerangka Pemecahan Masalah

Permasalahan yang diangkat dalam kegiatan ini dan solusi yang ditawarkan pada table berikut ini:

Tabel 2.1. Tabel Permasalahan dan Solusi

Topik	Permasalahan	Solusi
--------------	---------------------	---------------

Pelatihan Ekonomi Kreatif	Kualitas Sumber Daya Manusia	1. Memberikan motivasi 2. Pembelajaran tentang kewirausahaan
	Pemahaman tentang ekonomi kreatif yang terbatas Permasalahan SDM pada usaha mikro dan kecil	Menambah wawasan pemahaman ekonomi kreatif

Khalayak Sasaran Antara Yang Strategis

Khalayak sasaran adalah para pelaku usaha mikro dan kecil yang ada di Kota Bogor (sesuai dengan kewenangan Pemerintah Daerah Kota). Para pelaku usaha mikro dan kecil yang merupakan peserta kegiatan yang sekaligus pemilik usaha yang memegang kendali jalannya usaha.

Keterikatan

Kegiatan ini merupakan agenda dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor yang terus berusaha melakukan pembinaan terhadap pelaku usaha mikro dan kecil dengan harapan usaha mikro maupun kecil dapat naik kelas atau dapat tumbuh dan berkembang menjadi usaha besar. Keterkaitan dengan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan, adalah adanya ikatan perjanjian kerjasama antara IBI Kesatuan dengan Pemda Kota Bogor berupa Nota Kesepahaman yang merupakan payung hukum bagi ke dua belah pihak dalam melakukan kegiatan-kegiatan yang melibatkan ke dua belah pihak maupun dalam unit-unit kerjanya.

Adanya Nota Kesepahaman antara Pemda Kota Bogor dengan IBI Kesatuan, ditindak lanjuti oleh LPPM IBI Kesatuan dengan melakukan kerjasama- kerjasama dengan Unit-unit (SKPD) yang ada dilingkup Kota Bogor, yang diantaranya dengan Dinas Koperasi dan UMKM. Dan IBI Kesatuan telah memfokuskan diri dalam kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat pada pengembangan UMKM dan tertuang di dalam Rencana Induk dan Rencana Strategis Penelitian dan Pengabdian IBI Kesatuan.

METODE KEGIATAN

Fokus kegiatan adalah “Meningkatkan Wawasan Ekonomi Kreatif Untuk UMKM” di Kota Bogor. Peserta adalah pelaku usaha Mikro dan Kecil yang ada di Kota Bogor. Pembinaan pada usaha Mikro dan Kecil, adalah sesuai dengan kewenangan Daerah Kota menurut UUD Nomor 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah dalam Pembagian Urusan Pemerintahan Konkuren Antara Pemerintah Pusat, Provinsi Dan Daerah Kabupaten/Kota, pada huruf Q Pembagian Urusan Pemerintahan Bidang Koperasi, Usaha Kecil, Dan Menengah.

Tujuan kegiatan adalah untuk meningkatkan wawasan terhadap Ekonomi Kreatif pada usaha skala Mikro dan Kecil yang diprakarsai oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bogor. Sesuai dengan alir kegiatan yang telah disusun oleh pihak penyelenggara, pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan cara ceramah (pembekalan) teori yang diselingi dengan tanya jawab.

Bagi nara sumber, tanya jawab merupakan masukan yang sangat bermanfaat dan merupakan tahap identifikasi permasalahan yang diungkapkan langsung oleh pelaku usaha. Hasil identifikasi dijadikan sebagai bahan diskusi dan kajian dalam pencarian solusi yang terkait permasalahan UMKM.

Materi kegiatan yang digunakan dan disampaikan dalam kegiatan Pelatihan Ekonomi Kreatif Bagi UMKM Kota Bogor, adalah sebagai berikut :

1. Melakukan inovasi dalam bidang teknologi, seperti memanfaatkan teknologi terkini untuk proses produksi

2. Inovasi dalam bidang pelayanan/ jasa atau proses, yaitu membuat suatu yang baru dalam proses pelayanan dan proses produksi dengan cara berbeda dengan sebelumnya
3. Inovasi dalam bidang pemasaran, yaitu Menerapkan strategi bauran pemasaran yang inovatif (Strategi produk, harga, promosi dan distribusi/place)
4. Inovasi dalam desain produk, yaitu Menerapkan desain yang unik
5. Sekilas tentang pembiayaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

106

Kegiatan pelatihan berjalan dengan lancar dengan respon cukup antusias oleh peserta pelatihan di mana keadaan tersebut dicirikan dengan banyaknya pertanyaan yang diajukan serta keluhan-keluhan yang disampaikan peserta dengan usahanya dan adanya permintaan agar tempat usahanya dikunjungi. Namun ada juga yang tidak menunjukkan reaksi dan diam. Diperoleh kenyataan bahwa pelaku UMKM di Kota Bogor belum memahami arti Ekonomi Kreatif dan Ruang Lingkupnya. Keadaan tersebut, terungkap ketika dilontarkan pertanyaan tentang apa itu Kreatif dan Ekonomi Kreatif? Jawaban yang disampaikan pada umumnya sama, yaitu ekonomi kreatif merupakan kreativitas untuk memperoleh keragaman produk. Jawaban tersebut tidak sepenuhnya keliru, namun terlalu sempit, karena ekonomi kreatif menyangkut beberapa aspek seperti kreativitas dalam pemasaran, kreatif dalam penggunaan teknologi termasuk di dalam kreatif dalam mengelola usaha.

Dikarenakan latar belakang pendidikan peserta pelatihan yang merupakan pelaku usaha Mikro dan Kecil adalah SMA ke bawah, dan lama waktu usaha berkisar antara 1 s/d 3 tahun, maka wawasan yang dimiliki menjadi masih belum banyak atau terbatas dan pada umumnya pelaku usaha tidak melakukan inovasi terhadap usahanya. Budaya juga berpengaruh terhadap perilaku dan cara berpikir pelaku usaha yang merupakan kebiasaan-kebiasaan yang di dapatkan dari pelaku usaha lainnya yang sejenis. Seperti menunggu pemesan yang datang untuk membeli produknya (menunggu bola). Keadaan tersebut terjadi hampir dikebanyakan usaha mikro dan kecil baik pada usaha kuliner maupun produk barang. Ada beberapa peserta yang mengharapkan pelatihan berlanjut dengan pendampingan. Membimbing dengan terjun dilingkungan usahanya langsung dengan tujuan agar pembekalan teori yang disampaikan dalam pelatihan dan diaplikasikan langsung di lapangan.

Pembahasan

Seperti dikemukakan dalam sub bab 3.1 bahwa pelatihan berlangsung lancar dengan respon cukup antusias yang tercermin dari banyaknya pertanyaan yang diajukan. Keadaan tersebut menunjukkan rasa keingintahuan peserta terhadap materi yang dipaparkan, sekaligus terungkap bahwa peserta belum mengetahui apa yang dimaksud dengan ekonomi kreatif dan bagaimana aplikasinya dalam usaha. Industri kreatif adalah industri yang mengandalkan talenta, ketrampilan, dan kreativitas yang merupakan elemen dasar setiap individu. Unsur utama industri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual. Dalam hal ini model pengembangan ekonomi kreatif dikira sangat tepat untuk diterapkan dalam UMKM di Indonesia. Industri kreatif dalam pengembangannya di lapangan membentuk industri-industri kreatif sesuai dengan sektornya. Pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif dilatarbelakangi oleh adanya dampak positif yang akan berpengaruh pada kehidupan sosial, iklim bisnis, peningkatan ekonomi, dan juga berdampak pada citra suatu kawasan tersebut.

Dalam konteks pengembangan ekonomi kreatif di Kota Bogor disesuaikan dengan tujuannya. Meskipun Kota Bogor kompetensinya adalah wisata, perkembangan ekonominya tidak mengharuskan disesuaikan dengan kompetensinya tersebut. Industri kreatif lebih berpotensi untuk berkembang pada kota-kota besar hal ini terkait juga dengan ketersediaan sumber daya manusia dan juga tersedianya jaringan pemasaran yang lebih baik. Dalam aspek kelembagaan, hanya sebagian kecil pelaku usaha yang sudah

menjalankan inovasi dalam menghasilkan sebuah ide. Namun, permasalahan yang sering terjadi, adalah kurangnya kolaborasi dengan pihak eksternal (pesaing, pemasok) dalam menghasilkan ide baru dalam pengembangan usaha. Berdasarkan skala UMKM, inovasi berkelanjutan cenderung aktif dilakukan oleh skala menengah ketimbang skala mikro dan kecil. Hal ini dikarenakan para pelaku usaha menengah memiliki sistem dan struktur organisasi yang baik daripada pelaku usaha mikro dan kecil.

Sempitnya pemahaman tentang ekonomi kreatif, maka dalam kegiatan pelatihan diberikan pembekalan teori tentang ekonomi kreatif dan pengertiannya. Banyak permasalahan di tiap sektor seperti permasalahan Sumber Daya Manusia (SDM) seperti pada sektor kuliner, kerajinan, dan fashion. Pada faktor Kelembagaan, seperti pada sektor kuliner, dan pada faktor Infrastruktur dan teknologi seperti pada sektor kerajinan. Dan faktor pemasaran seperti pada sektor kuliner, kerajinan, dan fashion. Maka dalam pelatihan ini diberikan materi terkait permasalahan tersebut seperti pemanfaatan teknologi untuk proses produksi, inovasi dalam bidang pemasaran dengan menerapkan strategi bauran pemasaran yang inovatif seperti strategi produk, harga, promosi dan distribusi.

Inovasi dalam bidang pelayanan/ jasa atau proses dengan membuat sesuatu yang baru dalam proses pelayanan dan proses produksi dengan cara berbeda dengan sebelumnya. Inovasi pelayanan dilakukan pada usaha kuliner dengan menata tempat usaha yang lebih bersih atau memberikan rasa dan bentuk kuliner yang berbeda. Bagi usaha fashion inovasi dapat dilakukan di antaranya dengan variasi bahan. Desain bukan sesuatu yang berdiri sendiri, tetapi sebagai tatanan peradaban yang hidup, sebagai bentuk gabungan interaktif-sinergis antara manusia, alam, dan lingkungan sosialnya dalam arti yang luas dan substantif. Maka bagi pelaku usaha yang dibekali dengan talenta bisnis yang baik, akan lebih cepat tanggap dan cepat menyesuaikan dengan keadaan lingkungan bisnis.

Tingkat pendidikan bukan satu-satunya bekal untuk menjadi sukses dalam usaha. Motivasi bagi pelaku usaha adalah sesuatu sangat penting dan diperlukan untuk menjadi kreatif. Banyak contoh pelaku usaha yang sukses dengan berbekal motivasi yang kuat. Motivasi akan menjadikan seseorang menjadi tidak mudah putus asa. Dengan alasan tersebut di dalam pelatihan terkait ekonomi kreatif, diberikan contoh-contoh yang dapat memicu dan meningkatkan motivasi, seperti kisah sukses pengusaha dengan latar belakang pendidikan yang rendah tetapi sukses dalam usahanya. Berkaitan dengan hal tersebut digunakan contoh Bob Sadino yang sukses dalam usahanya tanpa memiliki pendidikan yang tinggi. Andrie Wongso dan Bahrizal Koto yang sukses sebagai pengusaha meskipun tidak tamat Sekolah Dasar. Dan banyak contoh pengusaha lainnya yang sukses tanpa pendidikan tinggi. Yang mereka miliki adalah motivasi yang menjadikan mereka kreatif dan peka untuk melihat peluang.

Perkembangan teknologi informasi yang pesat seperti sekarang ini, dapat dijadikan sarana untuk memperoleh informasi sesuai dengan yang dibutuhkan, termasuk di dalamnya tentang ekonomi kreatif. Maka dalam kesempatan pelatihan ini, disampaikan juga terkait pemanfaatan Smart-phone untuk mencari informasi yang berhubungan dengan bisnis. Karena seluruh peserta memiliki Smart-phone Android, dan tempat pelatihan dilengkapi sarana wi-fi, maka mempermudah dalam membimbing peserta dalam pemanfaatan teknologi IT. Di paparkan manfaat Google sambil memberikan contoh dalam mencari informasi yang diinginkan termasuk di dalamnya materi ekonomi kreatif dan contoh-contoh yang dapat di gali sebagai informasi.

Karena acara pelatihan yang diberikan hanya 2 hari dan diselingi oleh sesi materi yang lain, maka pelatihan dirasakan singkat. Masih banyak pertanyaan peserta yang terkait dengan kreativitas dan ekonomi kreatif. Namun kami sebagai nara sumber, mempersilahkan kepada peserta untuk membentuk kelompok untuk berdiskusi di kampus IBI Kesatuan. Dan keinginan peserta bahwa pelatihan ini dilanjutkan dengan pendampingan, kami apresiasi keinginan tersebut namun terbentur aturan, bahwa pendampingan adalah kewenangan Pemerintah Propinsi.

PENUTUP

Beberapa Kesimpulannya adalah sebagai berikut:

1. Peserta pelatihan memiliki pemahaman yang lemah terkait dengan kreativitas dan ekonomi kreatif. Keadaan tersebut tercermin dari jawaban yang disampaikan oleh peserta terhadap pertanyaan nara sumber tentang apa itu kreatif dan apa itu ekonomi kreatif.
2. Banyak pertanyaan yang peserta sampaikan terkait ekonomi kreatif. Dengan banyaknya pertanyaan yang diajukan oleh peserta yang menandakan antusiasme peserta dalam mengikuti pelatihan,
3. Keinginan sebagian peserta pelatihan, bahwa pelatihan sebaik berlanjut dengan pendampingan, adalah benar. Namun Pemerintah Kota Bogor sesuai dengan aturan, tidak memiliki wewenang untuk menyelenggarakan pendampingan. Pendampingan adalah kewenangan Pemerintah Propinsi.
4. Dalam mengikuti arah ekonomi kreatif dibutuhkan motivasi yang kuat sehingga seseorang tidak menjadi mudah putus asa sebagaimana dicontohkan oleh beberapa pengusaha sukses yang tidak memiliki jenjang pendidikan tinggi namun memiliki motivasi yang kuat dan sukses.

Rekomendasi

1. Disarankan kepada peserta penyelenggara pelatihan, agar waktu pelatihan yang dua hari tidak diselingi oleh sesi (materi) yang lain. Mengingat banyaknya pertanyaan yang tidak bisa dijawab karena keterbatasan waktu.
2. Mengakomodir keinginan peserta bahwa pelatihan dapat berlanjut dengan pendampingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dani Danuar Tri U., Darwanto, 2017. Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Semarang. Jurusan IESP Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. DIPONEGORO JOURNAL OF ECONOMICS Volume 2, Nomor 4, Tahun 2013, Halaman 1-13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jme> ISSN (Online): 2337-3814
- Gunadi, 2017. Potensi Bangkitnya UMKM dan Industri Kreatif melalui "Peer-to- Peer Lending" Adrian Gunadi Kompas.com - 04/04/2017, 12:30 WIB . (Fintech Talk).
- Merina Nely, 2017. Apa Ekonomi Kreatif dan Pontensi Besar Bagi UKM.
- Mulyana, M., 2012. Consumer Behaviour: Sukses Dengan Memahami Konsumen.
- Nurendah, Y., 2020. Pelatihan Persiapan Berwirausaha Bagi Siswa SMA PGRI 3 Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(2), pp.181-190.
- Pabulo Azfa Mutiara Ahmad, 2017. Fungsi dan peran Ekonomi Kreatif terhadap pengembangan UMKM. Ketua ABDSI Korda Bantul, DIY.
- Indarto, Djoko Santoso dan Aprih Santoso, 2021. Kajian Pola Pembiayaan Usaha Pada Umkm Ekonomi Kreatif Kota Semarang. *Dinamika Sosial Budaya*, Vol 19, No. 2, Desember 2017, pp 286-299 p-ISSN: 1410-9859& e-ISSN: 2580-8524. <http://journals.usm.ac.id/index.php/jdsb>
- Rindrayani Sulastri Rini, 2017. Strategi Industri Kreatif Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm) Dalam Rangka Menjawab Tantangan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). STKIP PGRI Tulungagung. Pendidikan Ekonomi Sebagai Penggerak Dalam Menghadapi Mea 69 | ISBN 978-602-72660-2-