

MENGGALAKAN INDUSTRI KREATIF MASYARAKAT DI MASA KRISIS

Wiewiek Indriani¹, Nurbaiti¹, Muhammad¹

- 1) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Universitas Malahayati, Jl. Pramuka No. 27 Kemiling – Bandar Lampung
Email: wiewiekindriani@malahayati.ac.id, baiti610@yahoo.com, muhammad@malahayati.ac.id

Abstract: *This service activity aims to provide knowledge to SME Actors, Employees and Management of the SME Cooperative, Industry and Trade Office of West Lampung Regency. This activity was carried out at the local Cooperatives Office, attended by UKM actors, employees and as the target of the activity. The form of activity in this service is socialization using the lecture method (presentation) by conveying material to participants and followed by a discussion session (question and answer session). This activity was held on January 7, 2022 at 09.00 to 11.30 WIB with a total of 15 participants, which were attended by lecturers, students, business actors and local governments. The achievement of this socialization activity is the smooth implementation of the activity and obtaining a positive response and being able to provide knowledge and insight for participants including students, business actors and local governments.*

Keywords : *Creative Industry, Management, SMEs,*

Abstrak: Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada Pelaku UKM, Pegawai dan Pengurus Dinas Koperasi UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Lampung Barat. Kegiatan ini dilaksanakan di Kantor Dinas Koperasi setempat dengan diikuti oleh para Pelaku UKM, pegawai dan sebagai sasaran kegiatan. Bentuk kegiatan dalam pengabdian ini adalah sosialisasi menggunakan metode ceramah (presentasi) dengan cara menyampaikan materi kepada peserta dan dilanjutkan dengan sesi diskusi (sesi tanya jawab). Kegiatan ini dilaksanakan pada 07 Januari 2022 pukul 09.00 s/d 11.30 WIB dengan jumlah peserta sebanyak 15 orang yang diikuti oleh dosen, mahasiswa, pelaku usaha dan pemerintah daerah. Capaian dari kegiatan sosialisai ini adalah terlaksananya kegiatan dengan lancar dan memperoleh respon positif serta dapat memberikan pengetahuan dan wawasan bagi peserta meliputi Mahasiswa, Pelaku Usaha dan Pemerintah Daerah.

Kata kunci : *Indistri Kreatif, Manajemen, UKM,*

1. Pendahuluan

Industri kreatif bisa dikatakan sebagai proses penciptaan, kreativitas, dan ide untuk menghasilkan sesuatu karya, Kreativitas yang dihasilkan oleh seseorang harus dapat membuka lapangan pekerjaan yang dibutuhkan melalui kegiatannya. Oleh sebab itu, industri ini harus dikembangkan, sebagai salah satu penopang perekonomian Indonesia.

Menggalakkan Industri Kreatif Masyarakat di Masa Krisis

1

(Wiewiek Indriani)

Mengingat semakin menipisnya sumber daya alam. Saat ini semakin banyak industri yang tumbuh dan berkembang tidak mungkin semua industri sepenuhnya bergantung kepada alam. Karena sumber daya alam dengan segala kelebihannya ini suatu saat nanti pun akan berkurang juga, oleh karena itu Negara Indonesia harus mencontoh dari negara-negara maju yang dapat menjadikan industri dibidang sebagai tulang punggung perekonomian negara tersebut. Itulah sebabnya kenapa, industri ini mulai dilirik oleh Negara berkembang dalam membangun semangat masyarakat, dan sebagai penopang perekonomian di Indonesia. Industri kreatif ini diharapkan mampu menjadi alternatif pilihan dalam perkembangan industri saat ini.

Bisnis pada era digital bukan lagi mempersoalkan produk apa yang dijual, melainkan bagaimana cara menjual dan mempromosikannya. Potensi bisnis pada era digital sangat lebar, terutama untuk industri kreatif. Berbagai platform perdagangan elektronik yang terus tumbuh menjadi angin segar bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia untuk memasarkan produknya

Ekonomi digital masih menjadi tantangan bagi sebagian pengusaha, karena bagi yang mampu beradaptasi, keuntungan berlipat ganda akan didapat. Sebaliknya, pengusaha yang tidak dapat mengikuti kecanggihan perkembangan zaman bukan tidak mungkin akan jauh ketinggalan. Anak-anak muda menjadi kelompok yang sangat antusias menggeluti bisnis berbasis digital. Banyak pebisnis muda yang sukses memanfaatkan teknologi. Usaha mereka pun mengalami pertumbuhan cukup signifikan. Menurut Co-Founder dan Chief Executive Officer (CEO) Djaring, Laksamana Mustika, pertumbuhan bisnis anak muda tidak terlepas dari kejelian mengeksplorasi media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Youtube.

Kementrian Koperasi dan UMKM (2018) menjelaskan pemberdayaan UMKM tahun 2015-2019 dilaksanakan dalam rangka mencapai target program Nawacita Presiden, yaitu meningkatkan produktivitas rakyat dan daya saing dipasar internasional, serta mewujudkan kemandirian ekonomi dengan menggerakkan sektor-sektor strategis ekonomi domestik. Strategi pembangunan yang diterapkan meliputi 1) Peningkatan kualitas sumber daya manusia, 2) Peningkatan akses pembiayaan dan perluasan skema pembiayaan, 3) Peningkatan nilai tambah produk dan jangkauan pemasaran, 4) Penguatan kelembagaan

usaha, 5) Peningkatan kemudahan, kepastian dan perlindungan usaha.

Sekarang ini negara Indonesia bersiap-siap untuk mewujudkan largest digital economy pada 2020 dan menargetkan menjadi yang terbesar di kawasan Asia Tenggara. Salah satu landasan pembangunan nasional dalam persiapan tahapan ini adalah sektor digital. Pemerintah menargetkan transaksi melalui kegiatan e-commerce mencapai US\$ 130 miliar dan menciptakan 1000 teknopreneur dengan nilai bisnis US\$ 10 miliar pada tahun 2020.

Namun untuk mendukung percepatan transformasi digital para pelaku Koperasi UKM, dibutuhkan peran serta dari berbagai pihak, tidak cukup hanya dari Pemerintah, tetapi juga perlu dukungan dari pihak swasta. (Bisnis.com, 2020). Menurut (Suwarni, 2019), ada tiga kendala yang dihadapi oleh Koperasi UKM yaitu: (1) Pelaku Koperasi UKM masih terkendala pada kapasitas produksi barang. Bahkan banyak Koperasi UKM yang gagal dipasar digital, karena tidak memenuhi permintaan pasar digital, (2) Kualitas daya tahan pelaku Koperasi UKM yang belum merata. Dikarenakan di pasar digital ini para pelaku harus dapat bersaing dengan perusahaan besar yang selama pandemi juga beralih menggunakan platform digital, (3) Diperlukan penguatan edukasi literasi digital dan penguatan sumber daya manusia para pelaku usaha Koperasi UKM. Hal ini juga dikemukakan oleh (Avriyanti, 2020), kendala yang bisa terjadi bagi Koperasi UKM di Kabupaten Lampung Barat adalah penguasaan teknologi para pengusaha yang masih rendah dan adanya keengganan untuk mengoptimalkan penggunaan E-commerce dalam bisnis mereka.

Hal ini juga berdampak terhadap terbatasnya operasional Koperasi UKM dan berkurangnya konsumen yang berbelanja secara langsung. Dengan ini, pelaku Koperasi UKM dapat menyesuaikan diri dengan membuka toko online atau berjualan melalui e-commerce. E-commerce merupakan sistem penjualan, pembelian dan memasarkan produk dengan memanfaatkan elektronik (Kotler, 2012).

Dalam Penelitian (Hardilawati, 2019) dan (Setyorini, 2019) menyimpulkan bahwa e-commerce memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja pemasaran dan pendapatan Koperasi UKM. Menurut (Avriyanti, 2020) menyimpulkan bahwa untuk meningkatkan keunggulan kompetitif UKM khususnya di daerah

Kabupaten Lampung Barat serta untuk mendapatkan peluang ekspor dan peluang bisnis lainnya dapat dilakukan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi, utamanya E-commerce, tidak hanya memanfaatkan internet sebagai alat untuk melakukan promosi atau mencari peluang bisnis, tetapi juga harus diimbangi dengan pengelolaan administrasi yang baik melalui penggunaan software yang tepat. Perlu dilakukan pengembangan website dan E-commerce sebagai sarana untuk promosi dan pemasaran produk-produk usaha, sehingga akan meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan pendapatan. Peningkatan pendapatan ini pada akhirnya akan mengembangkan usaha kecil dan menengah tersebut.

Contohnya yaitu menjadi seorang youtuber dan Wirausahawan. Keduanya menuntut kreativitas yang tinggi agar bisa menghasilkan konten atau produk yang berkualitas dan menarik serta digemari oleh para pemakai atau penikmatnya, hal ini bisa dilakukan dengan cara mengembangkan produk yang sudah ada sebelumnya dengan kreativitas pelaku usaha. atau memperkenalkan budaya, kuliner, dan destinasi wisata yang ada di Lampung Barat seperti danau ranau, pegunungan, wisata alam dan juga wisata petualangan. Destinasi wisata ini diharapkan mampu menarik wisatawan mancanegara maupun nusantara untuk datang dan berkunjung serta menikmati berbagai objek wisata di Lampung Barat, melalui program industri kreatif yang dilakukan di Kabupaten Lampung Barat. Walaupun terbilang baru, Industri kreatif cukup dapat memperbaiki perekonomian masyarakat Indonesia. Dengan demikian, industri ini menjadi perhatian pemerintah agar senantiasa terus tumbuh dan berkembang. Mengingat banyaknya penduduk usia produktif di Indonesia.

Salah satu tema yang diangkat pada pengabdian ini adalah Menggalakkan Industri Kreatif Masyarakat di Masa Krisis yang kami lakukan di Ibukota Lampung Barat yaitu Liwa. Kabupaten Lampung Barat adalah salah satu dari 15 (lima belas) Kabupaten/Kota yang ada di Propinsi Lampung, Indonesia Kabupaten ini merupakan hasil pemekaran dari Kabupaten Lampung Utara. Kabupaten ini dominan dengan perbukitan dengan pantai di sepanjang pesisir barat Lampung. Daerah pegunungan yang merupakan punggung Bukit Barisan, ditempati oleh vulkanik quarter dari beberapa formasi. Daerah ini berada pada ketinggian 50 - > 1000 mdpl. Lampung Barat memiliki batas-batas : Utara - kabupaten

OKU selatan, Barat - kabupaten Pesisir Barat, Selatan - Kabupaten Pesisir Barat, Timur - kabupaten Lampung utara. Penduduk Kabupaten Lampung Barat berdasarkan proyeksi penduduk tahun 2018 sebanyak 300.703 jiwa yang terdiri atas 159.636 jiwa penduduk laki-laki dan 141.067 jiwa penduduk perempuan.

Pada tahun (2013 - 2017) struktur perekonomian Lampung Barat didominasi oleh 3 (tiga) kategori lapangan usaha, diantaranya: Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan. perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor dan administrasi pemerintahan, pertahanan dan jaminan wajib. hal ini dapat dilihat dari peranan masing masing lapangan usaha terhadap pembentukan PDRB Lampung Barat. peranan terbesar dalam pembentukan PDRB Lampung Barat pada tahun 2017 dihasilkan oleh lapangan usaha pertanian, kehutanan dan perikanan, yaitu mencapai 50,28 persen (angka ini menurun dari 53,96 persen ditahun 2013). selanjutnya lapangan usaha perdagangan besar dan ecer, reparasi mobil dan sepeda motor sebesar 11,89 persen (naik dari 11,52 persen ditahun 2013) di susul oleh lapangan usaha administrasi pemerintahan, pertahanan dan jaminan sosial wajib 6,36 persen (naik dari 6,01 persen ditahun 2013) kondisi geografis lampung barat yang terdiri dari pengunungan dan perbukitan menjadi kabupaten memiliki potensi sumber daya alam yang luar biasa melimpah.mulai dai produk hasil pertanian,perkebunan,dan perikanan sampai dengan pemandangan alamnya yang mempesona.sumber daya alam ini jika dikelola dengan baik akan sangat berpotensi sebagai komoditi dagang yang menarik, diantaranya potensi pengembangan pariwisata yang semakin baik, dan perdagangan dan insdustri kecil menengah berbasis teknologi informatika akan dapat sebagai penggerak perekonomian daerah lampung Barat.

Dengan mengikuti pengabdian ini diharapkan mahasiswa memiliki kesempatan untuk melakukan aksi nyata di lapangan dengan ilmu-ilmu yang didapatkannya selama kuliah serta menjadi ajang silaturahmi antara Universitas dengan Lembaga Dinas Koperasi UKM, Perindustrian dan Perdagangan yang ada di Lampung Barat. Melihat potensi alam yang ada Mahasiswa akan mampu mengembangkan potensi pariwisata dengan memajukan berbagai industri kreatif yang tercipta dari masyarakat. Tidak bisa dipungkiri bahwa Kabupaten Lampung Barat memiliki potensi alam yang perlu dikembangkan melalui potensi pariwisata dengan memajukan UMKM dan industri kreatif agar

lebih kreatif. Ekonomi positif dari pembangunan pariwisata sering dinikmati oleh orang dari luar daerah.

Suatu Permasalahan yang tercipta dalam kegiatan pengabdian ini adalah bagaimana meningkatkan pengetahuan masyarakat desa di Lampung Barat dalam peningkatan UMKM dan industri kreatif di masa Krisis seperti Pandemi Covid-19 ini. Sehingga setelah pengabdian ini dapat menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat melalui penerapan ilmu pengetahuan yang mereka dapatkan dengan objeknya adalah Destinasi Wisata setempat agar bisa menarik pengunjung baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Peningkatan pengetahuan tentang Industri Kreatif bagi masyarakat dengan otomatis dapat memberikan peningkatan pendapatan dan keterampilan masyarakat dalam perkembangan usahanya. karena kurangnya informasi tentang industri kreatif adanya beberapa permasalahan lainnya di Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di beberapa dusun seperti belum memiliki produk dan beberapa lainnya sudah memiliki produk namun belum memiliki arah tujuan terkait pemasaran baik secara luas. Di beberapa desa memiliki kendala permasalahan pada UMKM, berupa belum adanya efektivitas perkembangan pada pengelolaan dan pemasaran kulinernya yang disebabkan oleh banyak faktor, salah satunya krisis pada masa Pandemi Covid-19. Demikian halnya dengan beberapa tempat Destinasi Wisata yang ada di Lampung Barat banyak yang ditutup karena terhambat dengan adanya pembatasan dimasa krisis sepet ini. Berdasarkan pemaparan latar belakang dan permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan kegiatan pengabdian mengenai kegiatan industri kreatif dengan judul, "Menggalakkan Industri Kreatif Masyarakat di Masa Krisis".

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah metode ceramah (presentasi), demonstrasi dan implementasi materi kepada peserta kegiatan yang ada di Koperasi UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Lampung Barat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk dari Program Pengabdian Masyarakat ini adalah penyuluhan mengenai menggalakkan industri kreatif pada masyarakat di masa krisis yang dilaksanakan pada sebuah Kantor Dinas Koperasi UKM, Perindustrian dan Perdagangan yang berada di Lampung Barat, Lampung Telp 0728-21/ 0728-21, Email Kominfo.lambar@gmail.com

Berikut adalah foto-foto dokumentasi selama kegiatan :



Gambar 3.1 Penyampaian Materi



Gambar 3.2 Dosen, Mahasiswa, Pelaku UKM dan Pengurus Dinas Koperindag Kab. Lampung Barat



Gambar 3.3 UKM dan Produknya

4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat dengan meningkatkan industri kreatif pada penerapan dibisnis yang sedang mereka jalankan serta penyediaan kebutuhan wisata setempat agar bisa menarik pengunjung baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara walaupun pada saat krisis seperti ini. Peningkatan pengetahuan masyarakat pada pentingnya industri kreatif dimasa krisis, ini juga sangat memberikan masukan bagi pengembangan UMKM guna meningkatkan pendapatan dan keterampilan masyarakat dalam dan peningkatan skill kreativitas individu karena mengingat besarnya respon dan antusias warga pada program pengabdian ini.

Dari kegiatan atau program pengabdian pada masyarakat yang diselenggarakan oleh tim kami dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu ;

- a. Warga Desa yang kami kunjungi sebelum mengikuti kegiatan ini, belum memahami tentang industri kreatif, sehingga belum mampu mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya yang ada disekitarnya.
- b. Setelah mereka mengikuti Penyuluhan tentang menggalakkan industri kreatif masyarakat di masa krisis. Terutama pada konsep industri kreatif ini dapat memberikan pengetahuan dan wawasan bagi peserta meliputi Mahasiswa Pelaku Usaha dan Pemerintah Daerah.

- c. Kegiatan program pengabdian pada masyarakat yang diselenggarakan oleh tim kami menjadi sarana terjalinnya hubungan yang erat antara Universitas Malahayati dengan Dinas Koperasi UKM, Perindustrian dan Perdagangan yang ada di Kabupaten Lampung Barat

Saran

Berdasarkan hasil dari pengamatan terhadap pelaksanaan program pengabdian pada masyarakat berupa Menggalakkan Industri Kreatif Masyarakat Di Masa Krisis ini disarankan: Pertama, program seperti ini harus lebih sering dilaksanakan sehingga dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat umum dan memberikan dukungan kepada pelaku usaha. Kedua, pelaksanaan kegiatan serupa ini harus diperluas dalam arti tidak hanya di Lembaga Dinas Koperindag Kabupaten Lampung Barat saja, melainkan di lebih banyak Lembaga Koperasi dan UMKM di seluruh wilayah Bandar Lampung agar lebih banyak masyarakat yang merasakan manfaatnya terutama untuk pelaku usaha. Serta keberlanjutan program pengabdian ini berlanjut dan memiliki UKM binaan yang akan dipantau terus perkembangannya.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Malahayati terutama Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen yang telah memberi dukungan terhadap keberhasilan pengabdian ini. Serta kepada Dinas Koperasi UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Lampung Barat atas kesempatannya untuk kami bisa membagikan ilmu yang kami peroleh agar bermanfaat untuk pengetahuan bagi Pelaku Usaha dan Pemerintah Daerah yang ada di Dinas Koperasi UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Lampung Barat.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

Assosiasi E-commerce Indonesia. (2017). Laporan Tahunan IDEA. www.idea.or.id diakses pada tanggal 14 Januari 2022 pukul 08.00 WIB

- Badan Penelitian dan Pengembangan SDM, Kementerian Komunikasi dan Informasi. (2018). Studi Ekonomi Digital di Indonesia. www.kominfo.go.id diakses pada tanggal 29 Juli 2019 jam 09.00 wib
- Bank Indonesia. (2018). Laporan Perekonomian Indonesia. www.bi.go.id diakses pada tanggal 27 Juli 2019 jam 10.00 wib
- Cresweel John, W. (2014). Penelitian Kualitatif & Desain Riset. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Indrawan, Rully. (2019). Arah Kebijakan dan Program Pengembangan KUMKM (Menuju KUMKM 2020- 2024). Jakarta: Kementerian KUMKM RI.
- Gie 2020. Pengertian Industri Kreatif dan Contoh Industri Kreatif di Indonesia. Diakses pada 14 Januari 2022 dari https://accurate.id/bisnis_ukm/pengertian-industri-kreatif/
- Isnawan, Ganjar. (2012). Akuntansi Praktis untuk UMKM. Jakarta Timur: Laskar Aksara
- J. Moleong, Lexy. (2014). Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kabupaten Lampung Barat 2022. Selayang Pandang Lampung Barat. Diakses pada 14 Januari 2022 dari <https://www.lampungbaratkab.go.id/pages/selayang-pandang-lampung-barat>
- Kementerian Koperasi dan UMKM. (2014). Laporan Kinerja Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Tahun 2018. www.dinkopumkm.jatengprov.go.id diakses pada tanggal 30 Juli 2019 pukul 08.00 wib
- Kementerian Komunikasi dan Informasi. 2017. Laporan Tahunan Direktorat Jenderal Aplikasi dan Informasi. www.kominfo.go.id diakses pada tanggal 28 Juli 2019 pukul 08.00 wib
- Krisdiartiwi, Mamik. (2008). Pembukuan Sederhana untuk UMKM. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Nilasari, Ayunda Putri. Dkk. (2019). Strategi Pemberdayaan dan Kontribusi UMKM Menghadapi Ekonomi Digital. Prosiding seminar nasional dan call for papers fakultas ekonomi Universitas Tidar