



Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif

Devel Kartika Sari¹, Hadi Sunaryo¹, Eka Farida¹

¹Program Studi Magister Manajemen, Universitas Islam Malang, Jawa Timur, Indonesia 65144

*Email koresponden: kartikasari2504@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history

Received: 01 Jun 2024

Accepted: 29 Jul 2024

Published: 31 Aug 2024

Kata kunci:

Ekonomi Kreatif;
Pengembangan;
UMKM.

Keywords:

Creative Economy;
Development;
MSMEs.

ABSTRAK

Background: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) saat ini terbagi menjadi beberapa kategori, Kategori-kategori ini termasuk pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan, listrik, gas, air bersih, perdagangan, hotel, restoran, jasa swasta, dan industri pengolahan; salah satunya adalah industri kreatif. Tujuan pengabdian ini untuk mengetahui strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif pada UMKM Kerajinan Bambu Desa Gintangan Banyuwangi. **Metode:** Metode pengabdian melalui pelatihan dengan beberapa mitra UMKM lainnya. UMKM Kerajinan Bambu di Desa Gintangan mempunyai banyak pesaing dari berbagai daerah sehingga UMKM Kerajinan Bambu di Desa Gintangan harus mempertahankan eksistensi agar dapat bertahan di pasar. **Hasil:** Hasil dari pengabdian ini menunjukkan bahwa UMKM Kerajinan Bambu Desa Gintangan Kabupaten Banyuwangi berencana melibatkan semua pengrajin bambu dalam sektor ekonomi kreatif. Mereka akan melakukan pemetaan produk guna peningkatan daya saing di pasar ritel dan internasional. Kota Banyuwangi memiliki banyak kerajinan bambu, sehingga perlu melakukan pemetaan untuk memperjelas industri kreatifnya. **Kesimpulan:** Produk dari UMKM ini akan dipasarkan di berbagai daerah di Indonesia dan luar negeri. Desa Gintangan telah memasarkan kerajinan bambunya di India, Maldive, Spanyol, Italia, Australia, Amerika, dan Jerman.

ABSTRACT

Background: Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are currently divided into several categories. These categories include agriculture, livestock, fisheries, forestry, electricity, gas, clean water, trade, hotels, restaurants, private services, and processing industries, including the creative sector. This service aims to discover the development strategy of creative economy-based MSMEs in Bamboo Handicraft MSMEs in Gintangan Banyuwangi Village. **Methods:** The service method is through training with several other MSME partners. Bamboo Handicraft MSMEs in Gintangan Village have many competitors from various regions, so they must maintain their existence to survive in the market. **Results:** The results of this service show that the Bamboo Handicraft UMKM of Gintangan Village, Banyuwangi Regency, plans to involve all bamboo craftsmen in the creative economy sector. They will conduct product mapping to increase competitiveness in retail and international markets. Banyuwangi City has many bamboo handicrafts, so it needs to do mapping to clarify its creative industry. **Conclusions:** Products from these MSMEs will be marketed in various regions in Indonesia and abroad. Gintangan Village has marketed its bamboo handicrafts in India, Maldives, Spain, Italy, Australia, America, and Germany.



© 2024 by authors. Lisensi Jurnal Solma, UHAMKA, Jakarta. Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan Creative Commons Attribution (CC-BY) license.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau dikenal dengan sebutan UMKM menjadi bagian substansial bagi perekonomian Indonesia yang stabil serta berkelanjutan. Kontribusi UMKM pada Pendapatan Domestik Bruto (PDB) saat ini sudah mencapai 60,5% (Limanseto, 2022). Selain itu, UMKM juga telah berhasil menyerap tenaga kerja nasional sebesar 96,9%. Kondisi ini semakin membuktikan apabila UMKM di Indonesia bermanfaat untuk mengungkit laju pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Saat ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) saat ini terbagi menjadi beberapa kategori, Kategori-kategori ini termasuk pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan, listrik, gas, air bersih, perdagangan, hotel, restoran, jasa swasta, dan industri pengolahan; salah satunya adalah industri kreatif. Ketika beberapa sektor lain dilanda krisis keuangan global, industri kreatif dianggap mampu bertahan. Pemerintah mulai mempertimbangkan industri kreatif sebagai alternatif untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan (Kementerian Koperasi dan UMKM, 2012). Penekanan pada pengembangan potensi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) membawa diskusi menuju konsep pengembangan ekonomi lokal yang inovatif melalui proses kewirausahaan yang dinamis, serta kesejahteraan usaha dan komunitas dalam rangka meningkatkan kualitas hidup bagi semua orang yang hidup di komunitas yang terlibat langsung dalam pendirian UMKM (Halim, 2020).

Industri kreatif memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi negara dan daerah, perlu dikembangkan. Pertama, industri kreatif menciptakan iklim bisnis yang baik, yang berdampak pada sektor lain. Kedua, mereka meningkatkan lapangan pekerjaan, meningkatkan ekspor, dan meningkatkan PDB. Ketiga, menciptakan citra dan identitas bangsa melalui wisata, ikon nasional, warisan budaya, membangun budaya, dan lima nilai lokal. Keempat, didasarkan pada sumber daya baru, seperti penelitian dan kreativitas. Kelima, menciptakan keunggulan kompetitif nasional melalui inovasi dan kreativitas. Terakhir, ini dapat memiliki efek sosial yang baik, seperti peningkatan kualitas hidup dan peningkatan toleransi sosial (Harjawati, 2020).

Menurut Rahadi (2017), Ekonomi kreatif membutuhkan sumber daya manusia yang kreatif. Sumber daya manusia ini memiliki kemampuan untuk mengembangkan berbagai ide inovatif dan mengubahnya menjadi produk dan jasa yang bernilai ekonomi tinggi. Howkins dalam Palupi, Nusantoro, & Septiani (2021) mengatakan "ekonomi kreatif" adalah jenis usaha ekonomi yang bertujuan untuk membuat warisan budaya, kreativitas, dan lingkungan menjadi referensi untuk masa depan. Ini juga berkontribusi pada penciptaan nilai tambah bagi ekonomi. "Ekonomi Kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi".

Saat ini, UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan nasional. Tidak hanya itu, kontribusi sektor UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) juga semakin menggeliat dalam lima tahun terakhir. Menurut Ketua Asosiasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Indonesia (Akumindo), Ikhsan Ingratubun, mencatat kontribusi sektor UMKM meningkat dari 57,84% (2013) menjadi 60,34% (2018), dan diprediksi akan meningkat secara berkala sekitar 3% setiap tahunnya (Akumindo, 2018).

Berdasarkan temuan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh [Ridzal, et al. \(2023\)](#) menunjukkan bahwa penentuan strategi utama sektor kuliner harus masuk pada kuadran 1 yaitu sektor kuliner memiliki kekuatan dan memiliki peluang. Dengan strategi utama ini, ketika bisnis memiliki kekuatan dan dapat melihat peluang, bisnis harus terlibat secara aktif dalam kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah yang berkaitan dengan bisnis kuliner dan ancaman. Namun, menurut peneliti [Priani & Hidayat \(2023\)](#) menunjukkan bahwa UMKM di Desa Kutamakmur tidak berkembang. Perkembangan teknologi digital yang kian meningkat.

UMKM Kerajinan Bambu di Desa Gintangan mempunyai banyak pesaing dari berbagai daerah sehingga UMKM Kerajinan Bambu di Desa Gintangan harus mempertahankan eksistensi agar dapat bertahan di pasar. Dengan menerapkan strategi diversifikasi produk, pangsa pasar yang dimiliki UMKM Kerajinan Bambu di Desa Gintangan semakin luas. UMKM ini perlu melakukan pengembangan usaha dengan menciptakan berbagai macam produk. Pemilik usaha meningkatkan kreativitas yang dimiliki dengan mengembangkan usaha yang dimiliki melalui penerapan strategi diversifikasi produk dengan berbasis ekonomi kreatif. Faktor permintaan konsumen menjadikan produk yang dihasilkan UMKM Kerajinan Bambu di Desa Gintangan semakin beraneka ragam. Dengan melakukannya ekonomi kreatif produk yang dilakukan UMKM Kerajinan Bambu di Desa Gintangan, meliputi jenis produk, tipe, warna, mode, dan ukuran produk. Keragaman produk yang dimiliki UMKM di Desa Gintangan Kecamatan Blimbingsari Kabupaten Banyuwangi menarik konsumen untuk melakukan pembelian.

Maka demikian perkembangan UMKM juga harus didukung dengan kreativitas dan inovasi, ekonomi kreatif sangat relevan jika diintegrasikan pada UMKM karena dengan kreativitas akan meningkatkan kualitas maupun kuantitas produk yang dihasilkan. Pernyataan ini didukung dengan bukti empiris yang dikaji oleh [Lestari et al., \(2019\)](#) menjelaskan bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap daya saing dan keunggulan usaha yang kompetitif. Integrasi ekonomi kreatif pada UMKM diyakini dapat menjadi jalan kemudahan dan peluang dalam menciptakan UMKM yang memiliki daya saing kompetitif ([Yani et al., 2022](#)).

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan adalah pengabdian melalui pelatihan dengan beberapa UMKM untuk memecahkan masalah dengan menggambarkan problematika yaitu strategi pengembangan UMKM berbasis Ekonomi Kreatif pada UMKM Kerajinan Bambu Desa Gintangan Kabupaten Banyuwangi pada hari Sabtu tanggal 08 Juni 2024 yang bertempat di balai Desa Gintangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pembahasan ini akan membahas dari hasil pelatihan yang telah dilakukan bagaimana strategi pengembangan UMKM berbasis Ekonomi Kreatif pada UMKM Kerajinan Bambu Desa Gintangan Kabupaten Banyuwangi.

Persaingan usaha yang semakin tinggi dan ketat menjadikan perkembangan usaha bisnis semakin pesat. Pelaku bisnis berusaha mempertahankan usahanya dengan mengembangkan usaha, sehingga dapat memperkuat posisi dalam menghadapi persaingan bisnis dan tercapainya tujuan usaha. Produk baru yang berbeda akan mempunyai nilai tambah dan menjadi keunggulan dalam mengembangkan usaha. Untuk menerapkan strategi bisnis yang tepat, pengusaha harus

tahu apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen. Howkins dalam Palupi, Nusantoro, & Septiani (2021) mengatakan "ekonomi kreatif" adalah jenis usaha ekonomi yang berusaha menjadikan kreativitas, warisan budaya, dan lingkungan sebagai referensi untuk masa depan. Ini juga menciptakan nilai tambah bagi ekonomi.

Ke depan, UMKM ini bermaksud untuk melibatkan semua pengrajin bambu di sektor ekonomi kreatif dengan melakukan penelitian untuk memetakan produk yang akan membantu mereka menjadi lebih kompetitif di pasar ritel dan internasional. Di Banyuwangi ada banyak kerajinan bambu, jadi diperlukan pemetaan untuk menentukan mana yang benar-benar termasuk dalam industri kreatif kerajinan dan memudahkan pengembangannya di masa depan. Kerajinan adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan pembuatan, produksi, dan distribusi produk yang dibuat oleh tenaga pengrajin. Ini termasuk proses dari desain awal hingga produk selesai. Inovasi untuk meningkatkan ekonomi kreatif UMKM ini mempunyai Produk yang dihasilkan akan dipasarkan di berbagai daerah di Indonesia, seperti Jember, Bondowoso, Situbondo, Surabaya, Malang, Madura, Jombang, Solo, Jakarta, Bali, Medan, Aceh, dan Palu. Bahkan kerajinan bambu dari Desa Gintangan ini telah dipasarkan di luar negeri, seperti India, Maldive, Spanyol, Italia, Australia, Amerika, dan Jerman.

Berdasarkan penjelasan diatas, pengabdian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi diversifikasi produk pada UMKM Kerajinan Bambu di Desa Gintangan Kabupaten Banyuwangi. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Suhedi & Alfarisi (2024) melihat peluang untuk mengembangkan UMKM kreatif di kota Pontianak yang memanfaatkan informasi teknologi dalam pengelolaan usaha. Digitalisasi mendorong pertumbuhan ekonomi pesat berkat ketersediaan informasi yang mudah dan cepat. UMKM mengalami peningkatan produktivitas dan daya saing, membuat produk atau jasa lokal lebih unggul dan dapat menjangkau pasar nasional dan internasional. Salah satu faktor yang mendorong pertumbuhan ekonomi nasional adalah SDM, atau Sumber Daya Manusia, yang memberikan pelatihan untuk kemajuan ekonomi melalui teknologi yang inovatif yang berbasis kearifan lokal.

KESIMPULAN

UMKM Kerajinan Bambu Desa Gintangan Kabupaten Banyuwangi berencana melibatkan semua pengrajin bambu dalam sektor ekonomi kreatif. Mereka akan melakukan pemetaan produk guna peningkatan daya saing terhadap pasar ritel dan internasional. Kota Banyuwangi memiliki banyak kerajinan bambu, sehingga perlu dilakukan pemetaan untuk memperjelas industri kreatifnya. Produk dari UMKM ini akan dipasarkan di berbagai daerah di Indonesia dan luar negeri. Desa Gintangan telah memasarkan kerajinan bambunya di India, Maldive, Spanyol, Italia, Australia, Amerika, dan Jerman.

DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Indonesia (AKUMINDO). 2018. Indonesia dalam angka. Jakarta: Asosiasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Indonesia (AKUMINDO).
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172. Retrieved from <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>.

- Harjawati, T. (2020). Model Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Syariah Di Provinsi Banten. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 1(2), 187-206.
- Lestari, I., Astuti, M., & Ridwan, H. (2019). Pengaruh Inovasi Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Umkm Kuliner. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 111–118. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.245>.
- Rahadi, D. R. (2017). Tranformasi Inovasi Bisnis Keluarga Dalam Mendukung Ekonomi Kreatif. *Jurnal Ecoment Global*, 2(1), 1-11.
- Ridzal, N. A., Malik, E., Sujana, I. W., & Octaviani, V. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Buton Selatan. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 7(4), 3730-3740.
- Suhedi, S., & Alfarisi, M. A. (2024). Pemulihan Ekonomi Kota Pontianak melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2668-2680.
- Priani, A., & Anwar Hidayat, S. H. (2023). Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi Digital dan Ekonomi Kreatif di Desa Kutamakmur. *ABDIMA JURNAL PENGABDIAN MAHASISWA*, 2(2), 5382-5390.
- Palupi, P. E., Nusantoro, J., & Septiani, A. (2021). Peran Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang (Studi Kasus pada Pasar Yosomulyo Pelangi). *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 2(1), 12-19.
- Yani, D. A., Silalahi, P. R., & Tambunan, K. (2022). Analisis Kinerja UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Bubuk Kopi). *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 78–81.