

## Penguatan Manajemen Bisnis UMKM Ekonomi Kreatif Desa Kadipaten Kecamatan Wiradesa Kabupaten Pekalongan

Titi Rahayu Prasetyani,<sup>\*1</sup> Choliq Sabana,<sup>2</sup> Andi Kushermanto<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Pekalongan, Indonesia

e-mail co Author: <sup>\*1</sup> [titi.unikal@gmail.com](mailto:titi.unikal@gmail.com)

### ABSTRAK

*Desa Kadipaten Kecamatan Wiradesa Kabupaten Pekalongan memiliki potensi UMKM ekonomi kreatif yang perlu terus dikembangkan. Usaha ekonomi kreatif ini berpeluang sebagai sumber pendapatan masyarakat. Berbagai kelemahan dan kendala telah dipetakan. Aktivitas bisnis di desa ini sudah berjalan, namun dalam pengelolaannya masih bersifat sangat sederhana, belum menjalankan manajemen bisnis secara detail, efektif dan efisien. UMKM kurang memiliki ide kreatif dan inovatif dalam pengembangan produk. Salah satu langkah yang dibutuhkan adalah penguatan manajemen bisnis UMKM. Hal ini ditujukan agar UMKM dapat menjalankan dan mengevaluasi bisnisnya, mampu merumuskan strategi yang tepat, serta dapat melakukan inovasi atas produk atau barang yang dipasarkan agar bisa menyesuaikan kebutuhan pasar atau konsumen. Keterlibatan pemangku kepentingan yakni Universitas Pekalongan, Pemerintah Desa Kadipaten, Organisasi kemasyarakatan seperti GP Anshor dan Fatayat NU dapat menjamin keberlanjutan dalam upaya pengembangan UMKM ekonomi kreatif ini. Hasil dari pengabdian ini adalah Brainstroming ide bisnis produk kreatif, serta pemahaman Peserta mengenai penerapan Manajemen Bisnis yang efektif dalam sektor UMKM.*

**Kata Kunci :** *Manajemen Bisnis, UMKM, Ekonomi Kreatif*

### PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif merupakan sektor riil yang sedang berkembang dan menjadi salah satu pondasi ekonomi di Indonesia. Kepala Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), Triawan Munaf, menyatakan gagasannya untuk membangun sebuah kota kreatif berbasis industri kreatif (*Bekraft Creative District*). BCD ini merupakan sebuah konsep yang digagas berdasarkan kebutuhan para pelaku industri kreatif di Indonesia. Bekraf akan fokus kepada 6 (enam) subsektor prioritas guna mendukung langkah awal konsep *Bekraft Creative District* (BCD) yaitu *fashion, film, musik, kriya, kuliner dan games* atau aplikasi digital (sumber: <https://money.kompas.com>). Salah satu wilayah yang potensial untuk mengembangkan ekonomi kreatif adalah Desa Kadipaten, Kecamatan Wiradesa Kabupaten Pekalongan. Sebagian besar penduduk desa tersebut berprofesi sebagai wirausaha, seperti: konveksi, kuliner, dan sembako.

Kewirausahaan memainkan peran yang sangat kritis dalam perkembangan perekonomian bangsa sehingga seringkali kewirausahaan dipandang sebagai motor penggerak dibalik pertumbuhan ekonomi, artinya bahwa semakin besar aktivitas kewirausahaan suatu negara maka akan mengarah pada pertumbuhan ekonomi yang semakin besar. Dalam mengelola dan menjalankan usaha, salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan usaha adalah pengelolaan manajemen bisnis secara benar: efektif dan efisien. Menurut Ricky W. Griffin (2004), manajemen merupakan sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien. Hal ini sejalan dengan Henry Fayol yang mengatakan bahwa manajemen adalah ilmu yang mengandung lima gagasan atau fungsi

utama, yakni merancang, memerintah, mengorganisir, mengendalikan, dan mengoordinasi. Tujuan membuat sebuah manajemen bisnis adalah untuk bisa menjalankan dan mengevaluasi bisnis yang sedang dilakukan. Tujuan kedua adalah agar bisa melakukan pembaharuan strategi yang dirumuskan. Tujuan akhirnya agar bisa melakukan inovasi atas produk atau barang yang dipasarkan agar bisa menyesuaikan kebutuhan pasar atau konsumen.

Ekonomi kreatif dalam Diktum pertama Instruksi Presiden No. 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif adalah kegiatan ekonomi yang didasarkan pada kreativitas, keterampilan, dan bakat individu guna menciptakan daya kreasi serta daya cipta yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat Indonesia. Penelitian yang dilakukan oleh Jefri, Ulfi (2021) menyatakan bahwa UMKM berbasis ekonomi kreatif memerlukan kerja sama dari berbagai pihak dengan melalui serangkaian proses pelatihan. UMKM berbasis ekonomi kreatif harus senantiasa menjaga mutu, meningkatkan kreatifitas dan inovasinya dalam menghasilkan karya-karya baru, serta menghindari terciptanya iklim persaingan yang tidak sehat.

Pakpahan (2020) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa situasi pandemi COVID-19 memberikan tantangan sekaligus peluang untuk menjaga eksistensi UMKM. Dengan adanya pandemi Covid-19 yang berkepanjangan ini membawa dampak yang cukup signifikan terhadap para pelaku usaha di masyarakat, termasuk juga masyarakat di Desa Kadipaten, Kecamatan Wiradesa, Kabupaten Pekalongan. Beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu para pelaku usaha di Desa Kadipaten, Kecamatan Wiradesa, Kabupaten Pekalongan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Permasalahan dan Solusi

Permasalahan	Solusi
1. Aktivitas bisnis sudah berjalan, namun dalam pengelolaannya masih bersifat sangat sederhana dan belum menjalankan manajemen bisnis secara detail, efektif, dan efisien.	1. Menyampaikan materi mengenai manajemen bisnis (fungsi manajemen secara fungsional dan operasional).
2. Kurang memiliki ide kreatif dan inovatif dalam pengembangan produk.	2. Membangun komunikasi dengan mitra tentang peluang pengembangan produk kreatif.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada mitra para wirausaha yaitu masyarakat yang tergabung dalam GP Ansor dan Fatayat NU Desa Kadipaten, Kecamatan Wiradesa, Kabupaten Pekalongan tentang Manajemen Bisnis.

Manfaat kegiatan ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mitra mengenai manajemen bisnis baik secara fungsional (meliputi perencanaan, pengorganisasian, pengimplementasian, pengendalian dan pengawasan), maupun operasional (manajemen SDM, manajemen Produksi atau Operasi, manajemen Pemasaran dan manajemen Keuangan), sehingga para pelaku usaha dapat menjalankan bisnisnya dengan efektif dan efisien, serta mampu menciptakan produk-produk kreatif dan inovatif.

## METODE

Kegiatan PKM menerapkan model pemberdayaan masyarakat partisipatif (*participatory rural appraisal*), sehingga membutuhkan keterlibatan masyarakat dalam hal ini adalah mitra PKM yaitu anggota GP Ansor dan Fatayat NU Desa Kadipaten, Kecamatan Wiradesa, Kabupaten Pekalongan.

Tahapan kegiatan pengabdian yang direncanakan meliputi langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mengatasi permasalahan berdasarkan solusi yang ditawarkan. Langkah-langkah tersebut meliputi:

Tabel 2. Tahapan Kegiatan dan Pendekatan

Permasalahan	Metode Pendekatan	Pelaksanaan Solusi
Mitra masih kebingungan bagaimana mulai mengelola bisnis dengan baik.	<i>Focus Group Discussion</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Melakukan dialog awal dengan mitra untuk menemukan permasalahan yang dihadapi dan harapan mitra terhadap tim PkM.</li> <li>Ketua atau Koordinator mitra menyatakan kesanggupan untuk bekerjasama dengan tim PkM guna menerapkan tujuan program atau kegiatan.</li> <li>Melakukan identifikasi potensi atau sumber daya mitra (jumlah pelaku usaha, variasi produk, permasalahan yang dihadapi serta peluang pengembangan usaha).</li> </ol>
Aktivitas bisnis sudah berjalan, namun dalam pengelolaannya masih bersifat sangat sederhana dan belum menjalankan manajemen bisnis secara detail, efektif, dan efisien.	Ceramah, Tanya Jawab, Diskusi	Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di laksanakan dalam bentuk ceramah, tanya jawab dan diskusi mengenai pengelolaan manajemen bisnis bagi pelaku usaha mitra.
Kurang memiliki ide kreatif dan inovatif dalam pengembangan produk.	<i>Brainstorming</i>	Membangun komunikasi dengan mitra tentang peluang pengembangan produk kreatif dengan <i>brainstorming</i> .
Kelangsungan usaha ( <i>going concern</i> ).	Pendampingan Berkelanjutan	Mitra dapat menjadi binaan Universitas Pekalongan, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis, sehingga diharapkan pendampingan usaha mitra dapat terus dilakukan.

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kami membagi menjadi 2 sesi. Pada sesi pertama adalah penyampaian materi tentang Manajemen Bisnis oleh Choliq Sabana S.E., M.Si. Selanjutnya, pada sesi kedua penyampaian materi tentang Menciptakan Produk Kreatif oleh Titi Rahayu Prasetiani, S.E., M.M. Di akhir kegiatan, Tim Pengabdian Masyarakat

membagikan kuesioner kepada peserta pelatihan untuk mengukur keberhasilan dan evaluasi kegiatan.

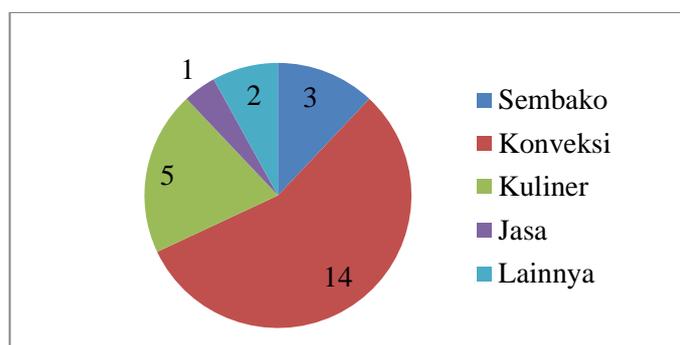
### HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilaksanakan pada hari Jumat, 11 Februari 2022 bertempat di TPQ Baitul Ihsan, Desa Kadipaten, Kecamatan Wiradesa, Kabupaten Pekalongan, mulai pukul 13.00 WIB sampai dengan 16.00 WIB. Peserta kegiatan adalah mitra pengabdian dari GP Ansor dan Fatayat NU yang memiliki usaha dengan jumlah sebagai berikut:

**Tabel 3. Jumlah Peserta Kegiatan**

GP Ansor	15 orang
Fatayat NU	10 orang
Jumlah	25 orang

Dengan perincian jenis usaha dan jumlahnya sebagai berikut:



Gambar 1. Diagram Jenis Usaha Mitra Pengabdian

### Tahap Pelaksanaan Kegiatan:

#### 1. Registrasi peserta (13.00 – 13.30)

Peserta melakukan registrasi dengan mengisi daftar hadir dan mematuhi protokol kesehatan dengan wajib memakai masker dan mencuci tangan dengan *handsanitizer* sebelum masuk ke ruangan.



Gambar 2. Lokasi Pengabdian dan Daftar Hadir Peserta

2. Pembukaan Acara (13.30 – 14.00)

Sambutan oleh Dekan FEB Universitas Pekalongan dan perkenalan Tim Pengabdian.



Gambar 3. Pembukaan dan Sambutan Dekan FEB UNIKAL

3. Penyampaian Materi I tentang Manajemen Bisnis (14.00 – 14.45)

Sesi pertama dengan memberikan materi Manajemen Bisnis. Penyampaian materi ini dimaksudkan untuk memperkenalkan peserta pelatihan tentang pentingnya manajemen bisnis yang meliputi manajemen SDM, manajemen Produksi, Manajemen Pemasaran, dan manajemen Keuangan bagi UMKM. Hal ini bertujuan agar pelaku UMKM dapat memahami konsep dasar manajemen bisnis baik secara fungsional maupun operasional, serta mampu mengimplementasikan pada bisnis yang dijalankan.



Gambar 4. Penyampaian Materi I tentang Manajemen Bisnis oleh Bapak Choliq Sabana S.E., M.Si.

4. Ice Breaking (14.45 – 15.00)

*Ice breaking* diberikan diantara materi satu dengan materi yang lain. Tujuan pemberian *ice breaker* agar untuk memecahkan kebekuan karena kelelahan dan agar peserta tidak merasa jenuh, serta pikiran *fresh* kembali dalam menerima materi.



Gambar 5. *Ice Breaking* Peserta

5. Penyampaian Materi II tentang Menciptakan Produk Kreatif (15.00 – 15.45)

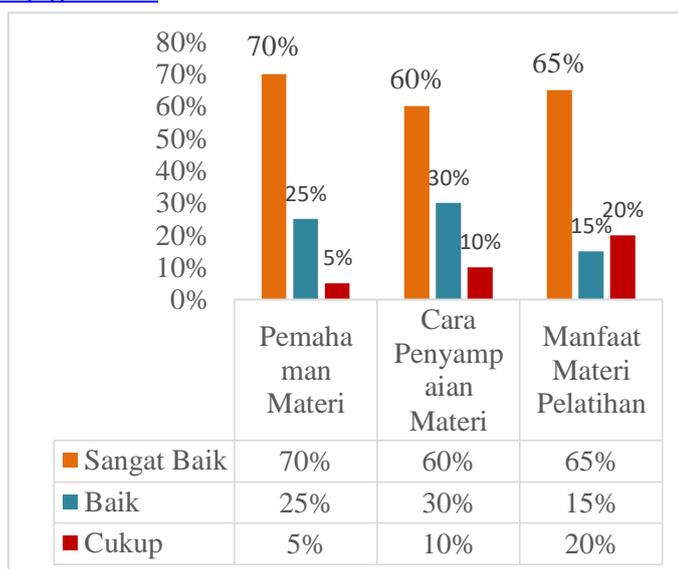
Pada sesi pemberian materi tentang Menciptakan Produk Kreatif dimaksudkan untuk menggali ide dan kemampuan para pelaku UMKM dalam mengeluarkan gagasan atau ide untuk menciptakan hasil yang inovatif. Melalui teknik *Brainstroming* ini diharapkan para pelaku usaha mampu menciptakan dan mengembangkan produk yang lebih kreatif dan inovatif, sehingga dapat memberikan peluang bisnis dan memecahkan permasalahan dalam kehidupan.



Gambar 6. Penyampaian Materi II dan *Braintroming* Ide Produk Kreatif serta Inovatif

6. *Closing* dan Evaluasi Kegiatan (15.45 – 16.00)

Setelah selesai kegiatan pelatihan ini, Tim Pengabdian Masyarakat memberikan kuesioner yang dibagikan kepada peserta pelatihan dengan tujuan untuk memberikan evaluasi kegiatan pelatihan yang ditampilkan. Berikut ditampilkan data evaluasi kegiatan seperti pada Gambar Diagram di bawah ini:



Gambar 7. Diagram Data Evaluasi Kegiatan

Berdasarkan data evaluasi terlihat bahwa pada aspek pemahaman materi peserta menyatakan sangat baik sebesar 70%, baik sebesar 25%, dan cukup sebesar 5%. Kemudian pada aspek cara penyampaian materi peserta menyatakan sangat baik sebesar 60%, baik sebesar 30%, dan cukup sebesar 10%. Serta pada aspek kebermanfaatan materi peserta menyatakan sangat baik sebesar 65%, baik sebesar 15%, dan cukup sebesar 20%.

Dengan demikian, diharapkan mitra dapat menjadi binaan Universitas Pekalongan, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis, sehingga diharapkan pendampingan usaha mitra dapat terus dilakukan. Selain itu, inovasi produk juga harus terus dilakukan dalam rangka mempertahankan produk agar selalu menarik dan mengurangi kejenuhan pasar atas produk. Inovasi dapat dilakukan sendiri oleh mitra maupun dengan menghadirkan kembali praktisi profesional.

## KESIMPULAN

Hasil dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) melalui penerapan model pemberdayaan masyarakat partisipatif (*participatory rural apraisal*) kepada mitra pengabdian, yaitu anggota GP Ansor dan Fatayat NU Desa Kadipaten, Kecamatan Wiradesa, Kabupaten Pekalongan, menunjukkan bahwa adanya peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang bagaimana cara menggali ide produk kreatif untuk pengembangan bisnis para mitra. Selain itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memiliki nilai strategi sebagai pendekatan untuk memecahkan masalah yang dihadapi peserta pelatihan tentang manajemen bisnis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Griffin, Ricky W. (2004). *Manajemen* (diterjemahkan oleh Wisnu Chandra Krisiaji). Jakarta: Erlangga.
- Jefri, Ulfi. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*. Vol 7, No. 1, pp. 86-199.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. "Sub Sektor Ekonomi Kreatif" (*On-line*). Web Accessed Jan 21 2022. <https://kemenparekraf.go.id/>

Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional. (Edisi Khusus)*, pp. 59-64.

Republik Indonesia. (2009). Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif. Jakarta: Presiden Republik Indonesia.