
**Strategi Pemberdayaan Ekonomi dengan Pengembangan UMKM Melalui
Ekonomi Kreatif**

*Economic Empowerment Strategy With
Small Medium Community Business Development Through Economy*

**M Alif Ramadhan¹, Aliyah Baroqah Monser², Felicia Tantino³, Muhammad
Johan⁴, Muhammad Hafizh⁵, Fatimah Fitri Rahmah⁶, Rahmad Budianto⁷,
Agnes Arisna Nurjanah⁸, Maria Sri Mustika⁹, Citra Natalina Pasaribu¹⁰,
Rachmad Saputra¹¹**

Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia
Email: alif@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan membangun masyarakat terkait erat dengan memberdayakan masyarakat. Memberdayakan masyarakat bertujuan memerangi kemiskinan, kesenjangan, dan mendorong masyarakat menjadi lebih aktif serta penuh inisiatif. Pemberdayaan masyarakat sendiri merupakan upaya untuk memandirikan masyarakat melalui perwujudan potensi kemampuan yang mereka miliki. Salah satu pengembangan potensi manusia dapat diwujudkan melalui kegiatan Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM). Kegiatan ini menekankan pentingnya memahami keadaan ekonomi masyarakat dan cara pemecahan permasalahan oleh masyarakat dengan memperhatikan potensi yang ada di lingkungannya. Saat ini Dalam perekonomian Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM adalah kelompok usaha yang paling banyak jumlahnya dengan penggolongannya berdasarkan besaran omzet per tahun, jumlah kekayaan atau aset, dan jumlah karyawan yang dippekerjakan. UMKM juga terbukti tahan terhadap berbagai macam goncangan krisis ekonomi dimana menjadikan sektor bisnis ini sebagai salah satu roda penggerak perekonomian negara.. Maka sudah menjadi keharusan untuk melakukan penguatan kelompok Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang melibatkan banyak kelompok.

Kata Kunci: Pemberdayaan Masyarakat, Usaha Masyarakat Kecil Menengah.

ABSTRACT

Community building activities are closely related to empowering communities. Empowering communities aims to fight poverty, inequality, and encourage people to be more active and full of initiative. Community empowerment itself is an effort to make the community independent through the realization of the potential abilities they have. One of the developments of human potential can be realized through the activities of Mikro, Small, Medium Enterprises (MSMEs). This activity emphasizes the importance of understanding the economic situation of the community and how to solve problems by the community by paying attention to the potential that exists in their environment. Currently, in the Indonesian economy, Micro, Small and Medium Enterprises or MSMEs are the most numerous business groups with classifications based on annual turnover, total wealth or assets, and number of employees employed. MSMEs have also proven to be resistant to various kinds of shocks from the economic crisis which makes this business sector one of the driving wheels of the country's economy. So it has become imperative to strengthen the Micro, Small and Medium Enterprises group that involves many groups.

Keyword : Community Empowerment, Small and Medium Community Enterprises.

PENDAHULUAN

Saat ini perekonomian Indonesia diwarnai dengan kehadiran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM yang penggolongannya berdasarkan besaran profit per tahun, total kekayaan atau total aset, dan jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan. UMKM juga teruji kuat dan ulet terhadap berbagai macam krisis ekonomi yang dimana menjadikan sektor bisnis ini sebagai salah satu roda penggerak perekonomian Negara kita. Maka untuk melakukan penguatan kelompok terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dirasa sudah menjadi keharusan.

Berdasarkan prespektif dari BPS (Badan Pusat Statistik) UMKM dapat di klasifikasikan berdasarkan kuantitas tenaga kerja yang digunakan pada setiap unit usaha yang dimana perusahaan dengan jumlah karyawan berjumlah 5-19 orang termasuk kedalam usaha kecil, perusahaan dengan kuantitas tenaga kerja 20-99 orang termasuk ke dalam usaha menengah (Khotijah, 2016).

UMKM memiliki peran yang sangat penting di Indonesia dalam hal perekonomian Negara. Hal ini dikarenakan sector ekonomi UMKM merupakan penyokong PDB terbesar, paling banyak menciptakan lapangan kerja, meminimalisir pengangguran serta relatif kebal

terhadap krisis keuangan moneter. Seperti yang kita ketahui saat Indonesia mengalami krisis ekonomi parah pada tahun 1998 yang mengakibatkan banyak perusahaan-perusahaan besar mengalami kebangkrutan. Namun pada saat krisis ekonomi tersebut, justru banyak sektor UMKM yang tetap bertahan dan menjadikan UMKM di Indonesia sebagai penyelamat ekonomi negara yang pada saat itu sedang dalam kondisi berantakan. Kemungkinan hal tersebut bisa terjadi dikarenakan mayoritas usaha yang beroperasi dalam skala kecil tidak terlalu memerlukan modal yang besar atau meminta pinjaman dari luar apalagi menggunakan mata uang asing yang sangat berpotensi mengalami pengaruh krisis. Seperti yang kita tau beberapa permasalahan umum dan krusial yang sering kita temui dari UMKM adalah kurangnya pengelolaan keuangan yang profesional, kepemilikan izin serta legalitas lainnya, Namun sampai saat ini UMKM tetap memegang peran yang cukup penting dan strategis dalam perkembangan dan pertumbuhan ekonomi negara Indonesia yang dimana eksistensinya memikul peranan penting bagi perekonomian negara. Berikut beberapa peran UMKM yaitu :

- Menciptakan Ekonomi yang merata Selama ini Kondisi ekonomi di wilayah-wilayah

kecil yang ada di negara Indonesia dapat ikut terdorong berkat adanya UMKM. Berkat UMKM Masyarakat yang hidup di wilayah pedesaan juga memiliki kesempatan dan diberikan kemudahan dalam mengakses barang dan jasa atau kebutuhan pokok lainnya di sekitar tempat tinggal mereka.

- Menciptakan Lapangan kerja dan Meminimalisir Pengangguran UMKM biasanya tidak memiliki syarat maupun kualifikasi yang lebih kompleks jika dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan besar lainnya. Dengan begitu, lowongan kerja UMKM cenderung terbuka untuk semua lapisan masyarakat. Dengan banyaknya lowongan kerja UMKM tersebut dapat mengurangi angka pengangguran di Indonesia sehingga dapat menambah PDB negara kita.
- Penunjang Ekonomi saat krisis Seperti halnya yang terjadi pada krisis ekonomi tahun 1998 yang lalu, pada masa pandemi seperti saat ini, sektor UMKM pun tetap mampu beradaptasi dengan baik dengan sejumlah kebijakan dan bahkan ikut berpartisipasi membantu penekanan angka penyebaran Covid-19 dengan

menjalankan bisnisnya mengikuti protokol yang di anjurkan oleh pemerintah. Peranan UMKM sebagai penunjang ekonomi saat krisis dapat kita lihat terutama ketika terdapat krisis dalam kegiatan investasi dan beban pemerintah sangat terbatas (Hadi, 2018).

Permasalahan krusial yang paling sering dihadapi oleh UMKM di Indonesia adalah kurangnya kemampuan pemilik UMKM dalam mengelola dan membukukan keuangan usaha secara profesional sehingga pemasukan dan pengeluaran keuangan tidak tercatat dengan jelas dan rapi. Seperti yang kita semua ketahui pencatatan keuangan atau pembukuan sederhana sangat merupakan salah satu poin penting yang mempengaruhi perkembangan bisnis karena melalui pembukuan pemilik usaha dapat mengontrol dan mengevaluasi perkembangan bisnis termasuk pengaturan keuntungan dan kerugian perusahaan. Dengan memiliki pembukuan yang jelas dan benar dapat dijadikan sebagai patokan untuk merancang strategi bisnis kedepannya.

Istilah Ekonomi Kreatif sendiri mulai ramai diperbincangkan sejak John Howkins, menulis buku "Creative Economy, How People Make Money from Ideas". Howkins mendefinisikan Ekonomi Kreatif sebagai kegiatan ekonomi yang memfokuskan gagasan kreatif untuk mengelola barang mentah menjadi

barang yang siap produksi yang nantinya juga akan membantu meningkatkan perekonomian (Rahmatullah, 2019).

Salah satu akibat yang dirasakan Dimasa pandemic covid-19 adalah banyaknya masyarakat yang kehilangan pekerjaannya, hal ini membuat tak sedikit masyarakat yang memutuskan untuk membuka usaha sendiri agar dapat memenuhi kebutuhan nya sehari-hari . Bentuk usaha yang bisa dipilih oleh masyarakat adalah UMKM berbasis ekonomi kreatif , melalui Kegiatan ini memiliki diharapkan dapat memberi pengetahuan kepada pelaku usaha baru untuk mengembangkan usahanya di masa pandemic seperti sekarang ini. Kegiatan Sosialisasi Pengenalan Konsep Ekonomi Kreatif ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat tentang konsep ekonomi kreatif.

Dengan adanya pengenalan konsep ini diharapkan masyarakat mampu mengetahui dan mengembangkan pemikiran ekonomi kreatif tersebut dan mampu menyusun ide atau kerangka pikiran terkait konsep ekonomi kreatif tersebut serta untuk membantu masyarakat mengembangkan usahanya dimasa sulit ini. Tahap Pelaksanaan Kegiatan ini mengundang narasumber dari Dinas UMKM , Bapak Ir. Rizwandi, M.Eng sebagai Pengawas Ahli Madya Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekanbaru sebagai pemateri. Kegiatan ini dalam bentuk penyuluhan yang

menjelaskan pengertian, caracara dan strategi untuk mengembangkan usaha yang dimiliki.

Tidak hanya mengungkapkan pendapatnya mengenai pentingnya bagi sebuah UMKM untuk memiliki laporan keuangan yang detail dan akurat , Bapak Ir. Rizwandi juga menyampaikan langkah-langkah untuk membuat laporan keuangan sederhana , diantaranya : 1. Menganalisa transaksi , baik transaksi masuk maupun keluar 2. Mencatat transaksi-transaksi tersebut dalam jurnal umum secara detail 3. Memposting catatan dalam jurnal tersebut ke dalam buku besar 4. Mempersiapkan laporan keuangan berdasarkan daftar saldo pada akhir periode . Dalam kegiatan webinar tersebut tingkat ketercapaian yang didapat adalah sebesar 85% . Hal ini dikarenakan perubahan jadwal, perubahan sistem pelaksanaan dan mengakibatkan kurang efektifnya kegiatan yang terlaksana serta sasaran yang kurang tepat . Tim kukerta beserta Bapak Ir. Rizwandi berharap Dengan adanya pengenalan konsep ini masyarakat menjadi tahu dan dapat mengembangkan pemikiran ekonomi kreatif dan membuat pembukuan yang benar serta mampu menyusun ide atau kerangka pemikiran terkait konsep ekonomi dan pembukuan.

METODE

Pengabdian ini dilaksanakan melalui program kerja Kukerta Balek Kampung Kelurahan Labuhbaru

Timur UNRI 2021 yakni dengan cara melaksanakan webinar sebanyak dua kali. Webinar pertama dengan tema “Pengenalan Konsep Ekonomi Kreatif dan Pembukuan” yang bertujuan untuk mengedukasi masyarakat tentang konsep ekonomi kreatif dan dengan adanya pengenalan ekonomi ini diharapkan masyarakat kelurahan Labuhbaru Timur mampu mengembangkan pemikiran ekonomi kreatif. Webinar kedua tentang “Penerapan Ekonomi Kreatif dan Digital Marketing bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)” yang bertujuan untuk menerapkan digital marketing dan konsep ekonomi kreatif dalam usaha yang dilakukan oleh masyarakat Kelurahan dan dengan adanya penerapan konsep ini diharapkan masyarakat dapat mengetahui dengan jelas teknik digital marketing yang benar serta dapat menerapkannya. Dari kedua sosialisasi yang diselenggarakan diharapkan dapat membuka wawasan dan ide-ide kreatif bagi masyarakat yang belum bekerja dan bagi ibu rumah tangga yang ingin menambah penghasilan bulanan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a) Gambaran Umum

Penelitian ini dilakukan di Masyarakat di Kelurahan Labuhbaru Timur khususnya di empat RW (Rukun Warga) yaitu RW 03, RW 04, RW 11 dan RW 12 memiliki mata pencaharian yang sangat beragam. Dilihat dari data penduduk menurut

jenis pekerjaan, mata pencaharian yang mendominasi adalah buruh harian lepas, wiraswasta, karyawan swasta, pedagang, PNS, Polisi, TNI, karyawan honorer dan asisten rumah tangga (ART), bahkan dari data yang diperoleh masih adanya 39 penduduk yang belum/tidak berkerja dan berprofesi sebagai ibu rumah tangga (IRT). Dalam pelaksanaan Kukerta

Balik Kampung ini, telah dilakukan observasi untuk mengetahui permasalahan-permasalahan dan potensi yang ada di Kelurahan Labuhbaru Timur. Dari hasil observasi ini kemudian ditemukan beberapa permasalahan maupun potensi yang bisa dikembangkan di Kelurahan Labuhbaru Timurs, beberapa permasalahan tersebut diantaranya seperti Kurangnya pemahaman masyarakat yang memiliki UMKM terhadap konsep ekonomi kreatif dan pentingnya pembukuan serta Kurangnya pemahaman masyarakat yang memiliki UMKM terhadap konsep digital marketing.

b) Tingkat Ketercapaian Sasaran Program

Sosialisasi Digital Marketing dan Penerapan Konsep Ekonomi Kreatif bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Manengah (UMKM), Kegiatan Sosialisasi Digital Marketing dan Penerapan Konsep Ekonomi Kreatif bagi Pelaku UMKM bertujuan untuk menerapkan digital marketing dan konsep ekonomi kreatif dalam usaha yang dilakukan

oleh penduduk setempat. Dengan adanya penerapan konsep ini diharapkan masyarakat dapat mengetahui dengan jelas teknik digital marketing yang benar serta dapat menerapkan konsep ekonomi kreatif dengan baik dan benar serta guna membantu masyarakat untuk mengembangkan usaha secara digital di masa pandemic yang serba terbatas ini.

Pada saat disusunnya program kerja ini, Tim Kukerta bersama perangkat masyarakat serta DPL sepakat agar kegiatan ini diselenggarakan secara luring (luar jaringan) dengan jumlah kapasitas peserta sebanyak 15-20 orang di balai desa setempat. Bentuk pelaksanaan kegiatan ini berupa penjelasan materi dan tanya jawab interaktif antara pemateri dan masyarakat setempat. Pada kegiatan webinar dengan tema "Digital Marketing dan Penerapan Konsep Ekonomi Kreatif bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)" Bapak Ir. Rizwandi, menekankan pada UMKM digital beserta dengan peran kementerian Kominfo dalam mendorong digitalisasi UMKM.

Kebanyakan pelaku UMKM memanfaatkan platform market place maupun media sosial untuk kegiatan marketing produk atau jasanya. Salah satu media marketing yang populer digunakan saat ini adalah digital marketing. Seiring dengan semakin berkembangnya dunia teknologi dan informasi, menjadikan internet

sebagai salah satu alat komunikasi yang paling banyak digemari dan digunakan oleh masyarakat, dengan adanya media sosial pula pengusaha atau para pelaku UMKM dapat menggunakan smartphone yang dimiliki sebagai media untuk mempromosikan produknya. Dalam kegiatan webinar tingkat ketercapaian yang didapat adalah sebesar 85%. Hal ini dikarenakan perubahan jadwal, perubahan sistem pelaksanaan dan mengakibatkan kurang efektifnya kegiatan yang terlaksana serta sasaran yang kurang tepat. Tim Kukerta beserta Bapak Ir. Rizwandi berharap dengan adanya pengenalan konsep ini masyarakat menjadi tahu dan dapat mengembangkan pemikiran ekonomi kreatif dan membuat pembukuan yang benar serta mampu menyusun ide atau kerangka pemikiran terkait konsep ekonomi dan pembukuan.

Seiring dengan perkembangan di bidang teknologi dan informasi khususnya, menjadikan digitalisasi bagian dari kehidupan sehari-hari termasuk dalam dunia usaha. Namun proses digitalisasi bukan sebuah proses yang mudah dan instant bagi banyak orang termasuk bagi para pelaku UMKM, untuk itu Bapak Ir. Rizwandi, M.Eng menyatakan bahwa dalam menyikapi hal tersebut, kementerian Kominfo memberikan dukungannya dalam bentuk melanjutkan program bertajuk "UMKM go online" yang sudah dicanangkan dari tahun 2020 hingga 2023 ke program "Scaling Up

UMKM “ dengan harapan bahwa pada tahun 2024 peningkatan persentase kemampuan UMKM dalam mengadopsi teknologi pada usahanya . Tidak hanya melalui program tersebut , kementerian kominfo juga menyediakan portal agregator layanan UMKM yakni LakUMKM dengan visi membantu UMKM dalam memasarkan produk dan mengembangkan skala bisnisnya dengan cepat dan mudah . Hasil dari kegiatan ini adalah Terlaksananya kegiatan webinar digital marketing dan penerapan konsep ekonomi kreatif bagi pelaku UMKM yang bertujuan untuk mengajak pelaku UMKM dalam menerapkan digital marketing. Dengan adanya penerapan konsep ini diharapkan masyarakat dapat mengetahui dengan jelas digital marketing bagi ekonomi produktif yang benar dan penerapannya Sama halnya dengan webinar pertama Sosialisasi dilakukan melalui zoom meeting bersama Bapak Ir. Rizwandi, M.Eng sebagai Pengawas Ahli Madya Dinas Koperasi dan UMKM Kota Pekanbaru.

SIMPULAN

Saat ini perekonomian Indonesia diwarnai dengan kehadiran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM yang penggolongannya berdasarkan besaran profit per tahun, total kekayaan atau total aset, dan jumlah tenaga kerja yang dipekerjakan . UMKM juga teruji kuat dan ulet terhadap berbagai macam krisis ekonomi yang dimana

menjadikan sektor bisnis ini sebagai salah satu roda penggerak perekonomian Negara kita . Maka untuk melakukan penguatan kelompok terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dirasa sudah menjadi keharusan.

Kegiatan Sosialisasi Pengenalan Konsep Ekonomi Kreatif ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat tentang konsep ekonomi kreatif. Dengan adanya pengenalan konsep ini diharapkan masyarakat mampu mengetahui dan mengembangkan pemikiran ekonomi kreatif tersebut dan mampu menyusun ide atau kerangka pikiran terkait konsep ekonomi kreatif tersebut serta untuk membantu masyarakat mengembangkan usahanya dimasa sulit ini

DAFTAR PUSTAKA

- Danuar, D. T. (2013). PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BERBASIS EKONOMI KREATIF DI KOTA SEMARANG. Ilmu ekonomi .
- Edwin Liniardi1, M. V. (2015). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSEPSI UMKM. Seminar Nasional Kewirausahaan.
- Gunawan, A. C. (2017). Ragam Pengukuran Kinerja pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Surabaya. Jurnal Sains dan Seni ITS.
- Hadi, R. T. (2018). ANALISIS PENDAPATAN HOME INDUSTRI USAHA BATIK TULIS DI KECAMATAN TANJUNGBUMI

- KABUPATEN BANGK.
Jurnal Ilmu EKonomi JIE .
- Khotijah, Q. A. (2016). E-KLASTER
:STRATEGI PTIMALISASI
PEMBERDAYAAN UMKM
DI D.I YOGYAKARTA
MENGHADAPI MEA 2015.
Prosiding Seminar Nasional
INDOCOMPAC .
- Nugroho, I. S. (2018). pertumbuhan
dan strategi pengembangan
ekonomi kreatif kota malang.
PANGRIPTA Jurnal Ilmiah.
- Paramitha, M. S. (2017). Analisis
Faktor-Faktor Yang
Mempengaruhi Persepsi
Wirausahawan Terhadap
Pentingnya Pembukuan Dan
Laporan Keuangan. Jurnal
Akuntansi & Ekonomi FE UN
PGRI Kediri.
- Prasetyo, P. E. (2008). PERAN
USAHA MIKRO KECIL
DAN MENENGAH
(UMKM) DALAM
KEBIJAKAN
PENANGGULANGAN
KEMISKINAN DAN
PENGANGGURAN. Jurnal
Akuntansi dan Manajemen .
- Priscilla Amelia Wulandari, N. M.
(2021). Strategi
Pengembangan Ekonomi
Lokal Pada Industri Sanitair.
Prosiding Seminar Nasional
Ekonomi Pembangunan.
- Rahmatullah, M. I. (2019). PERAN
EKONOMI KREATIF
SEBAGAI SOLUSI
MENGATASI
PENGANGGURAN. Jurnal
Ilmiah FE UMM.
- Rochmat Aldy Purnomo, S. M.
(2016). Ekonomi Kreatif :
Pilar Pembangunan Indonesia.
Surakarta: Ziyad Visi Media.