

## **Analisa Tantangan Usaha dan Peran Ekonomi Kreatif Pada Pelaku Usaha Mikro Dan Kecil dibawah Binaan Karang Taruna Kharisma Manggala**

**<sup>1\*</sup> Muhammad Azhari\*, <sup>2</sup>Mediany Kris Ekaputri**

<sup>1,2</sup> Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia

\*Corresponding Author: [muhazhari@telkomuniversity.ac.id](mailto:muhazhari@telkomuniversity.ac.id)

### **ABSTRAK**

UMKM menjadi salah satu sendi perekonomian di Indonesia, utamanya di kota Besar. Bandung sebagai ibukota provinsi Jawa Barat yang terkenal dengan industri kreatifnya menjadikan UMKM sebagai salah sektor unggulan ekonomi. Strategi UMKM yang konvensional mensyaratkan lokasi yang strategis, harga yang kompetitif dan kualitas yang bagus menjadi tolok ukur keberlangsungan usaha bagi UMKM. Masyarakat sasar pada program pengabdian masyarakat kali ini adalah penggiat UMKM yang menjadi binaan Karang Taruna Kharisma Manggala Kelurahan Kebon Jeruk kini mengalami kesulitan dalam menghadapi persaingan yang datang dari penggiat UMKM yang berasal dari luar kota Bandung. Banyaknya penggiat UMKM dari luar kota Bandung ini mengakibatkan kompetisi semakin masif, harga sewa lahan strategis semakin mahal dan sifat produk dan atau jasa yang ditawarkan bersifat homogen. Ekonomi Kreatif menjadi salah satu solusi yang dapat ditawarkan kepada para penggiat UMKM dibawah binaan Karang Taruna Kharisma Manggala ini. Bisnis berbasis Ekonomi Kreatif merupakan bisnis yang bukan berbasis pada produk atau situasi dan kondisi, melainkan berbasis pada bagaimana individu pelaku usaha, mampu mengerahkan segala tingkat kreativitasnya agar produk yang dimilikinya dapat terjual. Selain kreatifitas juga bagaimana pelaku usaha mampu menggunakan segala media berbasis teknologi yang ada untuk menjadi sistem pendukung usahanya. Kegiatan ini berisi dengan pemaparan materi singkat, diskusi masalah usaha yang disertai dengan beberapa penyelesaian masalah yang mungkin bisa dilakukan. Diharapkan, kegiatan ini dapat dilakukan secara berkesinambungan di masa yang akan datang.

**Kata kunci:** Karang Taruna, UMK, Ekonomi, Kreatif.

### **ABSTRACT**

MSMEs are one of the economic joints in Indonesia, especially in big cities. Bandung, the capital of West Java province, which is famous for its creative industry, has made MSMEs one of the leading sectors of the economy. Conventional MSME strategies require strategic locations, competitive prices, and good quality to be the benchmark for business sustainability for MSMEs. The target community in this community service program is MSME activists who are assisted by Karang Taruna Kharisma Manggala Kebon Jeruk Village, who are now experiencing difficulties in facing competition from MSME activists from outside Bandung. The large number of MSME activists from outside the city of Bandung has resulted in more massive competition, more expensive strategic land rental prices, and the homogeneous nature of the products and or services offered. Creative Economy is one of the solutions that can be offer to MSME activists under the guidance of the Kharisma Manggala Youth Organization. Creative Economy-based business is a business that is not based on products or situations and conditions, instead it is based on how individual business people are able to mobilize all levels of creativity so that heir products are sellable. In addition to creativity, it is also how business people are able to use all existing technology-based media to become their business support system. This activity contains a brief presentation of knowledge, discussion of business problems accompanied by several possible problem solving. Hopefully, this activity can be carried out continuously in the future.

**Keywords:** Youth Organizations, MSEs, Economy, Creative.

### **PENDAHULUAN**

Bandung sebagai salah satu kota besar di Indonesia sekaligus sebagai ibukota provinsi Jawa Barat menjadi daya tarik bagi warga di luar kota Bandung untuk datang dan mencoba peruntungan. Banyaknya warga pendatang menjadi suatu dilema, di satu sisi meerupakan bonus demografi yang akan menjadi potensi meningkatnya permintaan akan barang dan jasa, namun dilain pihak akan meningkatkan kompetisi dengan warga asli kota Bandung ini sendiri. Kelurahan kebon Jeruk yang berlokasi

tepat di sentra industri dan niaga kota Bandung menjadi salah satu daya tarik warga pendatang untuk melakukan kegiatan usaha mikro kecil dan menengah. Hal ini menjadikan tantangan tersendiri bagi warga lokal khususnya generasi mudanya dalam menghadapi banyaknya kompetitor baru yang berasal dari luar kota Bandung. Sebagian besar penggiat UMKM lokal khususnya kelurahan Kebon jeruk mengalami kesulitan dalam menghadapi kompetisi yang ketat yang datang dari luar kota Bandung ini. Tantangan ini ditambah dengan jenis produk atau jasa usaha yang bersifat homogen.

Banyaknya penggiat UMKM lokal yang tidak mampu bersaing, mengakibatkan timbulnya dampak negatif lainnya, yakni pengangguran yang akan menjadi pekerjaan rumah tersendiri bagi kelurahan Kebon Jeruk untuk dapat terus membina dan memberikan motivasi positif agar penggiat UMKM lokal Kelurahan Kebon Jeruk Bandung mampu untuk terus bertahan. Pada kegiatan pengabdian masyarakat kali ini, ingin mengetahui permasalahan apa saja yang menjadi faktor penghambat daya saing Usaha Mikro dan Kecil dibawah binaan Karang Taruna Kharisma Manggala serta bagaimana konsep dasar Ekonomi Kreatif mampu untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh UMK.

## **METODE**

Untuk mendapatkan hasil dari tujuan, maka dalam program pendampingan ini berusaha untuk mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya dengan melakukan diskusi dan juga wawancara terhadap pelaku UMK di bawah binaan Karang Taruna Kharisma Manggala. Dari beberapa paparan yang disampaikan, maka penulis melakukan tabulasi dan mengambil kesimpulan atas paparan yang disampaikan. Adapun jumlah UMK yang terkumpul adalah sebanyak 22 UMK dengan 13 (tiga belas) UMK dalam bisnis kuliner, sedangkan sisanya adalah bisnis tekstil dan garmen.

Selain identifikasi masalah, maka salah satu solusi yang tepat adalah dengan menggunakan strategi bisnis berbasis Ekonomi Kreatif (Sartika, 2022). Konsep dasar Ekonomi Kreatif pada dasarnya adalah proses bisnis yang didasarkan atas dasar gagasan atau hasil pemikiran dari pelaku usaha itu sendiri, dan salah satu aspek yang dapat dilakukan adalah dengan basis kearifan lokal (Soepanah., et al).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil wawancara dan diskusi yang telah dilakukan, maka masalah utama yang timbul adalah jenis barang atau produk yang dijadikan barang sedia jual merupakan barang yang homogen, sehingga dari akar permasalahan ini timbul masalah-masalah lain seperti tidak mampu bersaing dengan para pelaku UMK yang berdatangan dari luar Bandung.

Ekonomi Kreatif dalam hal ini berperan besar dalam mendukung daya saing pelaku UMK, karena Bisnis berbasis Ekonomi Kreatif melekat pada kompetensi dan kemampuan yang melekat dari para pelaku usaha itu sendiri. Dalam program pendampingan ini terdapat beberapa penyelesaian masalah-masalah yang merupakan efek atau dampak multiplier dari produk yang homogen tadi, yakni:

1. Kompetisi yang semakin ketat akibat banyaknya penggiat UMKM dari luar kota Bandung dengan produk atau jasa usaha yang sifatnya homogen. Permasalahan ini dalam jangka pendek dapat diselesaikan dengan mengedepankan identitas masyarakat Sunda. Misalnya, pelaku usaha mengenakan busana khas Sunda ketika mereka berinteraksi dengan konsumen atau pelanggan.
2. Harga sewa lapak atau tempat usaha strategis yang semakin mahal, karena tidak dibarengi dengan distribusi potensi konsumen yang sama di beberapa lokasi yang lain di seputaran kawasan kelurahan. Dalam jangka pendek, masalah ini dapat diselesaikan dengan adopsi teknologi yang sifatnya mengedepankan kepraktisan

dalam rantai proses bisnis, misalnya melakukan penjualan secara daring dan pemasarannya melalui media sosial dan juga kepraktisan dalam proses pembayaran oleh pelanggan.

3. Kompetensi kewirausahaan yang masih minimum yang dimiliki oleh penggiat UMK Karang Taruna Kharisma Manggala. Masalah ini dapat diselesaikan dengan mengikutsertakan pelatihan-pelatihan berbasis kompetensi yang dapat diikuti melalui sarana daring dan pendampingan yang berkesinambungan dari pihak akademisi.
4. Tingkat pendidikan tergolong sangat rendah, dimana 60% tingkat pendidikan adalah berijazah SMA atau SMK. Selain tingkat pendidikan yang rendah, ketrampilan juga diperlukan untuk meningkatkan kompetensi sumber daya manusia. Dalam jangka pendek, masalah ini juga dapat diselesaikan dengan menggunakan strategi yang sama dengan permasalahan pada poin 3.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang telah dilakukan, maka dapat dilakukan diberi kesimpulan bahwa konsep Ekonomi Kreatif mampu untuk meningkatkan kompetensi bisnis Usaha Mikro dan Kecil di bawah binaan Karang Taruna Kharisma Manggala.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Badan Pusat Statistik (2022). Bandung Dalam Angka Tahun 2022 angka pertumbuhan UMKM di Kota Bandung. Tersedia melalui: <https://bandungkota.bps.go.id/publication/2022/02/25/60310fb12862b40d688a3578/kota-bandung-dalam-angka-2022.html>.
- Sartika, Sri Hardianti (2022). Ekonomi Kreatif. Yayasan Kita Menulis Soepanah., Bari, Syamsul., dan Ghozali, Mohammad. Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal. Scopindo Media Pustaka, 2021.