

PELATIHAN PENGEMBANGAN KONSEP PRODUK/ KARYA DAN USAHA KREATIF DALAM RANGKA MENINGKATKAN OMZET PENJUALAN PRODUKNYA

Retno Purwani Setyaningrum^{1*}, Surya Bintarti², Nur'aeni³, Muhamad Fatchan⁴
^{1,2,3}Prodi Manajemen, Universitas Pelita Bangsa, Bekasi, Indonesia, Prodi Sistem Informasi, Universitas Pelita Bangsa, Bekasi, Indonesia
Jln. Inspeksi Kalimalang, Tegal Danas, Cikarang Pusat, Kab. Bekasi, Jawa Barat, Indonesia

e-mail: retno.purwani.setyaningrum@pelitabangsa.ac.id¹,
surya.bintarti@pelitabangsa.ac.id², nur.aeni@pelitabangsa.ac.id³, fatchan@pelitabangsa.ac.id⁴

ABSTRAK

Di Indonesia, bidang ekonomi kreatif ini diketahui sudah dikembangkan sejak tahun 2006 pada masa pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Hal tersebut kemudian terus berlanjut hingga saat ini di Indonesia (Madani, 2024). Salah satu yang perlu diperhatikan oleh UKM adalah kreativitas, sehingga konsep ekonomi kreatif, membutuhkan perhatian yang sangat ini menjadi salah satu yang perlu di fokuskan oleh UMKM. Bidang ekonomi kreatif yang menjadi perhatian pokok oleh seorang kreator dan inovator. Hadirnya ekonomi kreatif tidak hanya berpengaruh terhadap perkembangan inovasi dan segi kreativitas masyarakat saja, namun juga menjadi pembuka jalan untuk lapangan pekerjaan baru. Secara sederhana ekonomi kreatif merupakan pengembangan konsep ekonomi dengan penekanan pada kreativitas. Kreatifitas disini tidak hanya produksi saja, melainkan juga mencakup dalam penggunaan bahan baku, teknologi bahkan dalam etika bisnis juga perlu dilakukan. Semakin banyaknya inovasi dan kreativitas dari orang-orang yang membuka bisnis, maka akan semakin banyak juga produk-produk baru yang akan dihasilkan, dengan begitu maka semakin banyak juga tenaga kerja yang diperlukan dalam proses pembuatannya, hal ini menarik untuk diberikan pelatihan kepada usaha mikro kecil dan menengah tentang ekonomi kreatif untuk meningkatkan omzet penjualannya, dan hal ini diberikan pelatihan ke komunitas UMKM di daerah Tambun, Kab. Bekasi. Tujuan penelitian ini adalah agar usaha mikro kecil dan menengah tetap sustain dalam era globalisasi. Metode yang dilakukan dengan melakukan observasi, kerangka berpikir, mempersiapkan untuk membuat agenda pelatihan, pelatihan, sosialisasi, evaluasi tingkat pemahaman, evaluasi keberhasilan. Hasilnya adalah anggota komunitas UMKM setelah mengikuti pelatihan ekonomi kreatif, digital marketing dan etika bisnis dan profesi mampu dalam menghadapi persaingan yang kompetitif sehingga dapat tetap sustain di era globalisasi. Kesimpulannya adalah perlu adanya pelatihan yang terstruktur dengan baik sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan untuk meningkatkan ekonomi kreatif bagi komunitas UMKM di Kec. Tambun, Kab. Bekasi.

Kata Kunci : Digital Marketing, Ekonomi Kreatif, Etika Bisnis dan Profesi, Pelatihan, Sustainability

ABSTRACT

In Indonesia, the creative economy sector is known to have been developed since 2006 during the administration of President Susilo Bambang Yudhoyono. This has continued until now in Indonesia (Madani, 2024). One thing that needs to be considered by SMEs is creativity, so the concept of the creative economy requires a lot of attention, this is one of the things that needs to be focused on by SMEs. The creative economy sector is the main concern of a creator and innovator. The presence of the creative economy not only influences the development of innovation and the creativity aspect of society, but also opens the way for new jobs. In simple terms, the creative economy is the development of an economic concept with an emphasis on creativity. Creativity here is not only production, but also includes the use of raw materials, technology and even business ethics also need to be done. The more innovation and creativity from people who open businesses, the more new products will be produced, so that more workers are needed in the manufacturing process, this is interesting to provide training to micro, small and medium enterprises about the creative economy to increase their sales turnover, and this is given training to the UMKM community in the Tambun area, Bekasi Regency. The purpose of this study is so that micro, small and medium enterprises remain sustainable in the era of globalization. The method used is by conducting observations, thinking frameworks, preparing to create training agendas, training, socialization, evaluating the level of understanding, evaluating success. The result is that members of the UMKM community after participating in creative economy training, digital marketing and business and professional ethics are able to face competitive competition so that they can remain sustainable in the era of globalization. The conclusion is that there needs to be well-structured training according to the needs needed to improve the creative economy for the UMKM community in Tambun District, Bekasi Regency.

Keywords: Digital Marketing, Creative Economy, Business and Professional Ethics, Training, Sustainability

1. PENDAHULUAN

Kebijakan pemberdayaan UMKM yang perlu diarahkan adalah bagaimana upaya mendukung penanggulangan kemiskinan dan kesenjangan sosial, penagguran serta kemudahan dalam proses ekspor, yang menjadi prioritas utama dalam pembangunan nasional (Krisnawati & Hussein, 2016). UMKM perlu diarahkan untuk dapat berkontribusi secara signifikan terhadap kesempatan pemberian kerja bagi masyarakat, serta peningkatan daya saing. UMKM juga dapat berkontribusi dari segi peningkatan pendapatan masyarakat berpendapatan rendah. (Sudrajat, 2018)

Di era globalisasi saat ini yang perlu mendapat perhatian yang cukup besar dari kalangan pemerintah maupun dunia pendidikan adalah rendahnya tingkat produktivitas, rendahnya nilai tambah, dan rendahnya kualitas produk. Namun demikian pemberi kesempatan kerja terbesar di Indonesia dapat ditanggulangi oleh UMKM, namun demikian kontribusi dari pemerintah katagorikan rendah dibidang UMKM. Karena produktivitas UMKM belum maksimal, sehingga perlu perhatian dari pemerintah dan dunia pendidikan seperti untuk upah pekerja di UMKM masih rendah, karena omzet penjualan UMKM belum maksimal. Kondisi ini merefleksikan produktivitas sektor mikro dan kecil masih rendah dibanding perusahaan besar. Hal ini salah satunya juga karena tingkat penguasaan teknologi dan kemampuan wirausaha di kalangan UMKM belum maksimal, sehingga menjadi issue yang mengemuka saat ini. Apabila produktivitas pada UMKM meningkat hal ini akan berdampak pada perbaikan kesejahteraan masyarakat (Ria & Digdowiseiso, 2023).

Salah satu yang perlu diperhatikan juga kinerja UMKM di Indonesia adalah kemampuan dalam persaingan yang kompetitif baik persaingan antar UMKM di persaingan dengan produk-produk impor yang masuk ke Indonesia. Saat ini UMKM Indonesia masih tertinggal jauh dengan UMKM dari Malaysia. Oleh karenanya, kebijakan bagi UMKM bukan karena ukurannya yang kecil, tapi karena produktivitasnya yang rendah. Peningkatan produktivitas pada UMKM, akan berdampak luas pada perbaikan kesejahteraan rakyat karena UMKM adalah tempat dimana banyak orang menggantungkan sumber kehidupannya. Salah satu alternatif dalam meningkatkan produktivitas UMKM adalah dengan melakukan modernisasi dalam meningkatkan daya saing daerah.

Di Indonesia, kewirausahaan dan UMKM masih dianggap "anak tiri" dari perekonomian Indonesia Karena walaupun sektor ini menyerap banyak sekali tenaga kerja namun entah kenapa pemerintah kita (sebelumnya) kurang begitu memperhatikan dan membantu perkembangan para pelaku wirausaha dan UMKM. Berdasarkan data UMKM tahun 2012 dari Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, sektor UMKM menyumbang sekitar 59.08% dari GDP Indonesia - sekitar 528.7 milyar USD - dan menyerap 97.16% tenaga kerja - 107 juta tenaga kerja. (Islam et al., 2023). Melihat angka ini, kita bisa lihat betapa pentingnya kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia.

Salah satu yang sudah dilakukan pemerintah adalah adanya pemberian Kredit Usaha Rendah) KUR yang sudah diberikan oleh beberapa bank di Indonesia, namun demikian mengingat masih perlunya jaminan yang cukup besar menurut UMKM,

sehingga UMKM masih merasa berat untuk melakukan pinjaman melalui KUR. Saat ini hanya sekitar 25% (13 juta) dari pelaku UMKM yang sudah bisa mendapatkan akses ke lembaga finansial (bank). (Linda Suprihatin, H. Tjeri Hadjrillah, Gunarda, Anom Susilo, 2020). Dengan adanya KUR ini juga baru menyentuh satu aspek, yaitu pembiayaan. Padahal ada banyak aspek yang perlu distimulasi oleh pemerintah untuk mengembangkan sektor wirausaha dan UMKM lebih lanjut.

Produktivitas yang meningkat pada UMKM, dapat berdampak luas pada perbaikan kesejahteraan rakyat karena UMKM adalah tempat dimana banyak orang menggantungkan sumber kehidupannya. Salah satu alternatif dalam meningkatkan produktivitas UMKM adalah dengan melakukan modernisasi sistem usaha dan perangkat kebijakannya yang sistemik sehingga akan memberikan dampak yang lebih luas lagi dalam meningkatkan daya saing daerah, oleh karenanya perlu penting meningkatkan ekonomi kreatif bagi UMKM.

Dalam konsep ekonomi Kreatif yang menjadi penopang utamanya adalah informasi dan kreativitas dimana ide dan *stock of knowledge* dari Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan faktor produksi utama dalam kegiatan ekonomi. Saat ini gelombang transformasi teknologi dengan laju yang cepat seiring dengan pertumbuhan ekonomi, dari yang tadinya berbasis Sumber Daya Alam (SDA) diikuti menjadi berbasis Sumber Daya Manusia (SDM), dari era genetik dan ekstraktif ke era manufaktur dan jasa informasi serta perkembangan terakhir masuk ke era ekonomi kreatif.

John Howkins memperkenalkan peradaban ekonomi baru yang disebutnya ekonomi kreatif, dan hal ini menjadi suatu gelombang peradaban ekonomi yang bahkan tidak pernah dideteksi Alvin Toffier yang terkenal dengan teori gelombang peradaban ekonomi dunia. Di Indonesia pun telah banyak literatur yang mengulas tema ekonomi kreatif sebagai wujud optimisme dan luapan aspirasi untuk mendukung visi Indonesia menjadi negara maju. (Ummah, 2017).

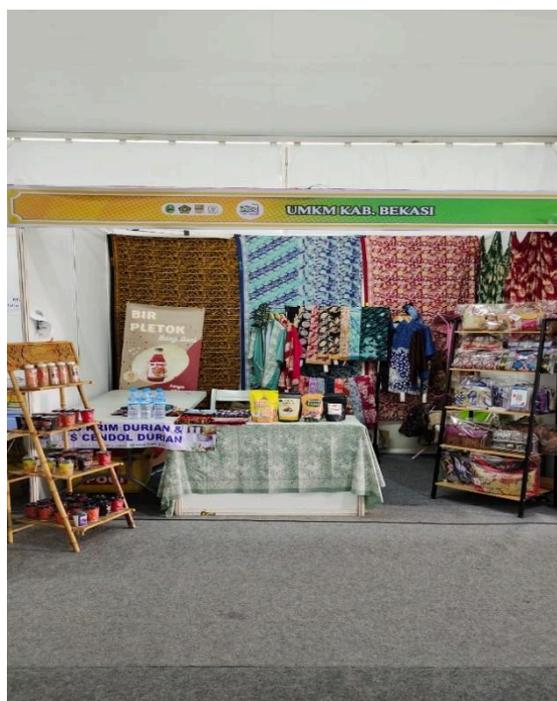
Beberapa potensi ekonomi kreatif di Kec. Tambun seperti barang seni, kerajinan tangan, makanan dan minuman, desain, fashion, batik, ecoprint, fotografi, permainan interaktif dan lain lain perlu dikembangkan dan sampai saat ini belum terpetakan dengan baik dari sentra, modal, sumberdaya manusia dan pemasarannya yang kesemuannya masih perlu penyempurnaan di berbagai segi. Untuk mengembangkan ekonomi kreatif, diperlukan kebijakan yang tepat, mengingat setiap unsur salam industri kreatif memiliki permasalahan yang spesifik. Untuk dapat merumuskan kebijakan yang tepat tersebut, tentu harus ada data dan informasi yang valid atas perkembangan dan gambaran riil dari industri kreatif yang ada di Tambun, namun demikian UMKM di Tambun memiliki potensi untuk mengembangkan ekonomi kreatif bagi perkembangan perekonomian daerah dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Di antara berbagai faktor penyebabnya, rendahnya tingkat penguasaan teknologi dan kemampuan wirausaha di kalangan UMKM menjadi issue yang mengemuka saat ini. Pengembangan UMKM secara parsial selama ini tidak banyak memberikan hasil yang maksimal terhadap peningkatan kinerja UMKM,

perkembangan ekonomi secara lebih luas mengakibatkan tingkat daya saing kita tertinggal dibandingkan dengan negara-negara tetangga kita seperti misalnya Malaysia. Karena itu kebijakan bagi UMKM bukan karena ukurannya yang kecil, tapi karena produktivitasnya yang rendah. Peningkatan produktivitas pada UMKM, akan berdampak luas pada perbaikan kesejahteraan rakyat karena UMKM adalah tempat dimana banyak orang menggantungkan sumber kehidupannya.

Salah satu alternatif dalam meningkatkan produktivitas UMKM adalah dengan melakukan Permasalahan pelaku UMKM di Kecamatan Tambun Kab. Bekasi masih terasa kurang dalam meningkatkan ekonomi kreatif secara berkelanjutan sehingga dapat memberi mereka bekal dalam menghadapi persaingan di masa yang akan datang. Bagaimana cara mengembangkan dan meningkatkan jiwa kewirausahaan bagi pelaku UMKM termasuk didalamnya UMKM perlu diberikan pelatihan tentang etika bisnis dan profesi. Bagaimana cara meningkatkan pengetahuan manajemen pemasaran bagi pelaku UMKM di Kec. Tambun, Kab. Bekasi.

Terlampir gambar UMKM Tambun Kab. Bekasi :





Gambar 1 produk produk UMKM Tambun

Permasalahan yang dihadapi di UMKM Kec.Tambun, Kab. Bekasi adalah :

1. Kualitas dan kuantitas sumberdaya insan sebagai pelaku dalam industri kreatif, yang membutuhkan perbaikan dan pengembangan melalui pelatihan ekonomi kreatif.
2. Iklim kondusif untuk memulai dan menjalankan usaha di industri kreatif, yang meliputi legalitas untuk UMKM.
3. Penghargaan/aprsiasi terhadap insan kreatif dan karya kreatif yang dihasilkan, yang terutama berperan untuk menumbuhkan rangsangan berkarya bagi insan kreatif dalam bentuk dukungan financial maupun non finansial
4. Mempercepat tumbuhnya teknologi informasi dan komunikasi, yang sangat erat kaitanya dengan perkembangan akses bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi, bertukar pengetahuan dan pengalaman, sekaligus akses pasar

kesemuannya yang sangat penting bagi pengembangan industri kreatif melalui digitalisasi E_Commerce.

5. Permintaan bantuan CSR kepada industri-industri besar di lingkungan kawasan industri Kab. Bekasi.

2. METODE PENGABDIAN

2.1. Kerangka Berpikir

Identifikasi produk ekonomi kreatif dilakukan untuk mengetahui kondisi eksisting, dari industri kreatif yang ada dan berkembang di Kec. Tambun, Kab. Bekasi. Sebagai sebuah kota yang di kelilingi perusahaan industri, tentu masyarakat lebih tertarik untuk bekerja di pabrik, mengingat tantangan yang tidak terlalu berat, bahkan tidak perlu modal. Dengan mengetahui kondisi eksisting yang ada maka perlu adanya motivator bagi masyarakat untuk dapat meningkatkan industri kreatif melalui UMKM dengan situasi dan kondisi riil dari kapasitas sumberdaya dan kompetensi yang dimiliki oleh industri kreatif yang ada. Telaahan juga perlu dilakukan oleh pemerintah daerah Kab. Bekasi dalam upayanya untuk memberikan supporting facilities kepada para pelaku industri kreatif tersebut. Masukan (Input) yang telah diidentifikasi tersebut merupakan sumber bagi analisis yang akan dilakukan sebagai sebuah proses elaborasi.

Dengan kata lain, kelompok eksperimen sebagai subjek penelitian. Begitupun dengan kelompok kontrol, juga tetap diberi perlakuan. Hanya saja pada kelompok kontrol sifatnya sebagai kontrol dari hasil kelompok eksperimen. Kelompok kontrol dan kelompok eksperimen sebenarnya memiliki karakteristik yang mirip dan hampir sama loh. Nah, agar memudahkan pemahaman, pada kelompok eksperimen akan menerima perlakuan dari peneliti, sedangkan kelompok kontrol tidak.

2.2. Pelaksanaan Pelatihan

Untuk dapat menjalankan kegiatan pelatihan ini maka diperlukan tahapan metode pelaksanaan yang terstruktur. Berikut ini metode pelaksanaan penyuluhan:

Tahap I

Sosialisasi, Program pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi kepada mitra pelaku usaha UMKM Kec. Tambun, Kab. Bekasi. Sosialisasi tersebut berupa pemamparan materi kepada mitra terkait permasalahan yang dihadapi mitra. Materi yang akan disampaikan diharapkan dapat memberikan peningkatan pengetahuan dan pemahaman untuk selanjutnya dapat diterapkan oleh mitra dalam kegiatan usaha

Tahap II

Tim pelaksana mengundang para anggota pelaku UMKM di Kec. Tambun Kab. Bekasi. Selanjutnya tim pelaksana menentukan sasaran pelatihan ini adalah UKM bidang Makanan dan minuman, Fashion dan Handycraft.

Tahap III

Diskusi, Setelah materi selesai dipaparkan, dilanjutkan dengan diskusi berupa tanya jawab antara pemateri dengan peserta. Diskusi dilakukan agar peserta lebih memahami materi yang telah disampaikan. Melalui diskusi, sosialisasi tidak hanya sekedar transfer knowledge saja melainkan dapat sharing pengalaman maupun permasalahan yang sedang dihadapi mitra.

Tahap IV

Evaluasi pada tahap ini ditujukan untuk mengetahui tingkat pemahaman para peserta pelatihan disertai umpan balik berupa pertanyaan-pertanyaan dari para peserta undangan yang telah mendapatkan transfer pengetahuan terkait ekonomi kreatif dan strategi bisnis serta pemasaran produk unggulan.

Tahap V

Evaluasi pada akhir kegiatan ini dilakukan untuk mengukur keberhasilan dari seluruh program pelatihan. Adapun indikator keberhasilan dari kegiatan ini ditetapkan 90% peserta dalam kegiatan pelatihan ini dapat memahami teknik kewirausahaan, strategi bisnis dan pemasaran produk yang akan dijual kepada pelanggan.

Selanjutnya, dalam rangka memastikan keberhasilan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), pelaksana kegiatan perlu juga dilakukan monitoring. Urutan kegiatan, dan hubungan antara masing-masing tahapan dapat dilihat pada bagan dibawah ini untuk menjadi panduan visual yang berguna bagi peserta pelatihan dari komunitas UMKM Kec. Tambun dan Kab. Bekasi serta bagi team PKM untuk memahami proses pelaksanaan kegiatan secara komprehensi.



Gambar 2. Metode Pelaksanaan Kegiatan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Tantangan pada Mitra

(a) Manajemen SDM

Di era globalisasi saat ini, persaingan sangat ketat dalam meningkatkan omzet penjualan produk UMKM, untuk itu diperlukan SDM yang kreatif, inovatif bahkan mental yang kuat dalam menghadapi persaingan kompetitif baik dari dalam negeri sendiri juga produk-produk import yang menambah pesaing bagi UMKM. Pelaku UMKM mempunyai komitmen yang kuat untuk dapat sustain dalam menghadapi persaingan.

(b) Salah satu aspek yang penting bagi UMKM Tambun adalah memaksimalkan kapasitas dan kemampuan dalam kreatifitas usahanya serta pengetahuan UMKM dalam meningkatkan produknya. Pengetahuan ini memiliki dampak langsung terhadap usaha UMKM. Untuk mendapatkan pengetahuan ini, UMKM membutuhkan mitra yang memiliki kompetensi dalam berbagi keahlian ini. Oleh sebab itu, pelaksanaan kegiatan PKM ini bertujuan untuk menjalin kemitraan yang dapat memfasilitasi pengetahuan kepada UMKM Tambun yang diharapkan dapat mengadopsi praktik-praktik berkelanjutan, sehingga UMKM Tambun dapat sustain dalam menghadapi persaingan bisnis.

(c) Sosial

Salah satu tantangan dalam meningkatkan omzet UMKM Tambun adalah terjalinnya kerjasama yang baik antar UMKM Tambun, untuk bersama sama meningkatkan omzet penjualannya, namun, namun karena kesibukan rutinitas, sehingga mereka agak susah untuk meluangkan waktunya dalam meningkatkan pengetahuan, sehingga melalui kegiatan ini UMKM bisa meningkatkan ekonomi kreatif serta kemampuan dalam etika bisnis dan profesi serta pengetahuan digitalisasi dalam pemasaran, dan pelatihan ini dilakukan secara transparan dan terbuka kepada para anggota UMKM Tambun, dan berdampak pada peningkatan perekonomian masyarakat kec. Tambun.

3.2 Solusi dengan Pelaksanaan Kegiatan

Dengan adanya permasalahan diatas, maka solusi yang dapat ditawarkan melalui kegiatan pengabdian ini adalah:

1. Dilakukan ide dan gagasan kreatif. Kehadiran gelombang ekonomi kreatif kini sudah menjadi kenyataan. Lingkup kegiatan dari ekonomi kreatif dapat mencakup banyak aspek. Departemen Perdagangan (2008) mengidentifikasi

setidaknya 14 sektor yang termasuk dalam ekonomi kreatif, yaitu : Periklanan, Arsitektur, Pasar barang seni, Kerajinan (handicraft), Desain, Fashion, Film, video, dan fotografi, Permainan interaktif, Musik, Seni pertunjukan, Penerbitan dan percetakan, Layanan komputer dan piranti lunak, Radio dan televisi, Riset dan pengembangan.(7). Industri kreatif lebih bertumpu pada kualitas sumber daya manusia. Selain itu diperlukan pelatihan etika bisnis dan profesi serta digital marketing.

2. Dalam PKM kali ini lebih di fokuskan pada ekonomi kreatif UMKM bidang makanan dan minuman, fashion dan handycraft. Salah satu alasan dari pengembangan industri kreatif adalah adanya dampak positif yang akan berpengaruh pada kehidupan sosial, iklim bisnis, peningkatan ekonomi, dan juga berdampak pada citra suatu kawasan tersebut, seperti UMKM Kec. Tambun Kab. Bekasi, dimana letaknya adalah di lokasi kawasan industri yang terbesar di Asia Tenggara, dimana sebagian masyarakat lebih senang bekerja di pabrik, namun demikian masih banyak juga yang tertarik pada bidang kewirausahaan, bahkan UMKM dapat menjalin kerjasama dengan perusahaan – perusahaan besar untuk minta project project yang bisa dikerjasamakan dengan UMKM.

3.3 Luaran yang diharapkan

Capaian kegiatan pengabdian ini akan berupa:

1. Pengetahuan tentang peningkatan kreativitas bagi UMKM dapat meningkatkan omzet penjualan karena dengan kreativitas yang tinggi akan timbul ide-ede baru bagi UMKM untuk mengembangkan inovasinya dalam produk yang dihasilkannya.
2. UMKM dapat belajar tentang etika bisnis dan profesi, sehingga UMKM lebih profesional dalam menangani pelanggan
3. Dengan adanya pelatihan digitalisasi marketing dapat mengembangkan penjualan tidak hanya di tambun dan sekitarnya, namun dapat dijual di luar kota, luar pulau bahkan di luar negeri.
4. Terjalin kerjasama yang baik antara UMKM dengan perusahaan-perusahaan besar sekitar Bekasi untuk mendapatkan project project yang bisa dikerjakan UMKM.
5. Dengan kenaikan omzet penjualan UMKM dapat meningkatkan perekonomian Kab.Bekasi.

3.4 Pelaksanaan Kegiatan

1. Pelaksanaan dimulai dengan koordinasi dengan koordinator UMKM Tambun, dan kemudian dilakukan peninjauan peserta komunitas UMKM Tambun yang bergerak di bidang fashion, makanan minuman dan handy craft. Pelaksana kegiatan berkoordinasi dengan dua pihak penting. Yang pertama adalah

berkoordinasi dengan koordinator komunitas UMKM Tambun, yang pada kegiatan ini berkoordinasi dengan koordinatornya yang kebetulan lulusan dari Universitas Pelita Bangsa untuk pelaksanaan kegiatan. Dilakukan sharing tentang permasalahan yang ada saat ini. Team PKM juga telah bekerjasama dengan Dinas Koperasi dan UMKM Kab.Bekasi untuk turut serta bertanggung jawab untuk kemajuan UMKM di Kab. Bekasi sebagai tanggung jawab sosial selaku sebagai dosen yang berkewajiban untuk melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat.

Terlampir foto-foto UMKM sedang berkoordinasi untuk kemajuan UMKM Tambun.



Gambar 3 Foto-foto saat diskusi untuk kemajuan UMKM Tambun



Gambar 4. Team PKM sedang bekerjasama dengan Dinas Koperasi dan UMKM Kab.Bekasi di tahun 2023 dalam Pembuatan UKM Beken.

2. Pada bagian inti pelaksanaan, Bagian pertama dilakukan dengan penyampaian seminar tentang Ekonomi Kreatif. Peserta diajak mengenal lebih dalam mengenai keunggulan dari produk UMKM baik Fashion, Makanan Minuman dan Handycraft. Selain itu peserta dibentuk dalam kelompok dengan metode pendekatan business

model innovation agar peserta dapat lebih dalam lagi mengenal sisi ekonomi untuk keuntungan UMKM.

3. UMKM perlu belajar tentang Etika Bisnis dan Profesi, karena Jika perusahaan berada dalam persaingan yang ketat, mereka akan melakukan apapun untuk mendapatkan keuntungan meskipun harus mengorbankan yang lain. Bagi UMKM yang lebih mementingkan keuntungan finansial maka mereka akan beranggapan bahwa moralitas dan etika tidak cocok dengan bisnis sehingga UMKM tidak merasa memiliki tanggung jawab sosial karena bagi perusahaan bisnis adalah bisnis, tidak ada hubungannya dengan kepentingan masyarakat. Oleh karena itu agar bisa eksis dalam jangka panjang, maka UMKM tersebut harus menerapkan etika bisnis dalam bisnisnya. Karena dengan diterapkannya etika dalam bisnis maka para pelanggan akan lebih percaya kepada UMKM. Intinya, UMKM yang menerapkan etika dalam bisnis akan memiliki keunggulan dibandingkan dengan perusahaan yang tidak beretika.
4. Seiring perkembangan teknologi yang cukup pesat, persaingan usaha baik usaha kecil maupun usaha menengah pun cukup ketat. Oleh karena itu, saat ini baik usaha kecil maupun menengah berlomba-lomba melakukan digitalisasi usaha. Hal itu bertujuan mengikuti perkembangan teknologi yang semakin hari semakin canggih. UMKM dapat dengan mudah untuk mempromosikan produknya melalui digitalisasi pemasaran, oleh karena itu sangat penting UMKM dapat menguasai cara pemasaran melalui E_Commerce.
5. Adanya sosialisasi setelah dilakukan pelatihan kedalam implementasi usahanya serta dampaknya terhadap keberanian mengambil resiko yang moderat dalam meningkatkan usahanya.
6. Evaluasi setelah dilakukan PKM di UMKM Tambun serta dilakukan kerjasama dengan perusahaan perusahaan yang ada di sekitar Tambun untuk dapat mengerjakan project project yang dapat dikerjakan UMKM.
7. Team PKM juga sebagai penghubung dengan dinas Pariwisata untuk dapat mensupport para wisatawan baik wisata industri maupun wisata untuk mempromosikan produk produk UMKM.

Terlampir foto foto kegiatan pelatihan dan kerjasama dengan perusahaan perusahaan yang ada di Kab. Bekasi.



Gambar 5 Kegiatan-kegiatan yang dilakukan UMKM Tambun

4. SIMPULAN

SIMPULAN Berikut adalah kesimpulan dari pelaksanaan kegiatan:

1. Anggota komunitas UMKM Tambun telah dilengkapi dengan pengetahuan mengenai ekonomi kreatif, etika bisnis dan profesi serta digital pemasaran. Team PKM melakukan pelatihan dan telah dilakukan sosialisasi dan evaluasi, hasilnya adalah kreativitas serta inovasi semakin meningkat pada UMKM Tambun, hal ini dapat dilihat dari hasil kinerja UMKM meningkat, SDM yang tertarik dengan inovasi dan kreativitas baru sehingga menarik buat pembeli. UMKM Tambun juga sangat menjunjung tinggi kepuasan pelanggan, sehingga UMKM Tambun lebih memperhatikan pelayanannya melalui etika dalam berbisnis dan juga berbisnis secara profesional. Para UMKM Tambun juga memakai fasilitas E_Commerce dalam penjualannya, sehingga penjualannya meningkat bahkan sudah bisa melakukan penjualan di luar lokasi Kab.Bekasi namun juga di luar kota.
2. Peningkatan omzet penjualan berdampak pada peningkatan perekonomian di Kab. Bekasi.
3. Terjalannya kerjasama dengan perusahaan perusahaan besar untuk mendapatkan proyek proyek yang bisa dikerjakan oleh UMKM.

5. SARAN

1. Untuk mengefektifkan kegiatan seperti ini, diharapkan dapat bekerjasama lagi dengan perbankan, mengingat ada kelemahan dalam permodalan.
2. Evaluasi kegiatan PKM menyatakan bahwa pelaku UMKM masih agak susah dengan pembagian waktu karena mayoritas mereka pelaku dan hanya melibatkan saudara dekat, sehingga mereka sangat berat untuk meluangkan waktu dengan mengikuti pelatihan.
3. Perlunya dukungan dari pemerintah daerah untuk dapat bekerjasama dengan perusahaan perusahaan industri di sekitar Kab. Bekasi untuk dapat men supply project project yang bisa dikerjakakan dengan UMKM Kab. Bekasi
4. Bisa berkoordinasi dengan Dinas Pariwisata untuk meningkatkan wisata industri maupun wisata lokal sehingga dapat menyerat produk produk UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Team PKM mengucapkan banyak terima kasih kepada ;

1. Komunitas UMKM Tambun
2. Dinas Koperasi dan UMKM Kab. Bekasi
3. Dinas Pariwisata Kab. Bekasi

DAFTAR PUSTAKA

- [1] slam, P. A., Islam, F. A., & Muhammadiyah, U. (2023). Pelatihan Kewirausahaan bagi Pelaku UMKM Cempaka Putih. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat 2023 Universitas Muhammadiyah Jakarta, 26 Oktober 2023.*
- [2] Krisnawati, K., & Hussein, R. (2016). Upaya Penanggulangan Kemiskinan Melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Sosio Informa, 2(2)*, 137–154. <https://doi.org/10.33007/inf.v2i2.235>
- [3] Linda Suprihatin, H. Tjeri Hadjrillah, Gunarda, Anom Susilo, W. (2020). Meningkatkan Usaha Kecil Dan Menengah Bagi Pagedangan. *Dedikasi PKM, 1(3)*, 88–92.
- [4] Madani, A. (2024). Pengertian Ekonomi Kreatif: Ciri-Ciri, Jenis, dan Manfaatnya Bagi Negara Indonesia. Dinas Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Ngawi. In *Dinas Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga Kabupaten Ngawi*.
- [5] Ria, R., & Digdowiseiso, K. (2023). Pendampingan Kewirausahaan bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Jakamulya Kota Bekasi. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement, 4(2)*, 469–477. <https://doi.org/10.37680/amalee.v4i2.2792>.
- [6] Sudrajat. (2018). Pemberdayaan UMKM dalam Mewujudkan Tujuan Pembangunan Milenium (Penanggulangan Kemiskinan). *Jurnal UPBJJ-UT Denpasar, 53(9)*, 1689–1699.
- [7] Ummah, N. K. (2017). *Kewirausahaan Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif*. [http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB 2.pdf](http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf)