


Strategi Peningkatan Daya Saing Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Di Kelurahan Kalisegoro Kecamatan Gunungpati Semarang

¹⁾Heni Krisnatalia*, ²⁾Edipeni Pramusinto, ³⁾Guntur Suryaning Hadi

^{1,2,3)}Manajemen, STIEPARI, Semarang, Indonesia

Email Corresponding: heni.krisnatalia.dosen@gmail.com*

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Ekonomi Kreatif Kearifan Lokal Strategi Peningkatan Daya Saing	Pentingnya ekonomi kreatif dalam pembangunan ekonomi negara. Ekonomi kreatif berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja dan pelestarian budaya lokal dengan produk dan layanan yang unik dan serbaguna. Namun demikian, tantangan yang dihadapi industri kreatif dalam persaingan global yang semakin meningkat tidak dapat diabaikan. Kerja bakti merupakan pendekatan yang efektif untuk meningkatkan daya saing industri kreatif. Dalam konteks ini, dasar penting adalah partisipasi aktif universitas dalam memecahkan masalah nyata masyarakat. Oleh karena itu, Tim Pengabdian STIEPARI Semarang berinisiatif untuk membantu melakukan identifikasi cara untuk membuat bisnis kreatif lebih kompetitif di pasar masing-masing. Perguruan tinggi dapat memainkan peran kunci dalam mengembangkan strategi yang menekankan kearifan lokal bekerja sama dengan masyarakat lokal dan pemangku kepentingan lainnya. Mengembangkan strategi yang berfokus pada kearifan lokal membantu industri kreatif mempertahankan identitas budayanya, menggali potensi kreatif unik masyarakat lokal, dan menciptakan produk atau jasa yang memenuhi kebutuhan pasar global dan memiliki nilai lokal yang tinggi. Dengan demikian, industri kreatif dapat menggunakan orisinalitas dan orisinalitas lokal sebagai keunggulan bersaing.
Keywords: Creative Economy Local wisdom Strategy Enhancement Competitiveness	ABSTRACT <p>The importance of the creative economy in the country's economic development. The creative economy contributes significantly to economic growth, job creation and preservation of local culture with unique and versatile products and services. However, the challenges facing the creative industry in increasing global competition cannot be ignored. Community service is an effective approach to increasing the competitiveness of the creative industry. In this context, an important basis is the active participation of universities in solving real problems of society. Therefore, the STIEPARI Semarang Service Team took the initiative to help identify ways to make creative businesses more competitive in their respective markets. Universities can play a key role in developing strategies that emphasize local wisdom in collaboration with local communities and other stakeholders. Developing a strategy that focuses on local wisdom helps creative industries maintain their cultural identity, explore the unique creative potential of local communities, and create products or services that meet global market needs and have high local value. In this way, creative industries can use local originality and uniqueness as a competitive advantage.</p> <p>This is an open access article under the CC-BY-SA license.</p> 

I. PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif telah menjadi cabang ekonomi yang semakin penting dalam pembangunan ekonomi negara. Keaneekaragaman dan keunikan produk dan jasa yang dihasilkan dalam industri secara signifikan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja dan pengayaan budaya lokal. Namun, dalam persaingan global yang semakin ketat, keberlanjutan dan daya saing industri kreatif menjadi tantangan yang tidak bisa diabaikan. Oleh karena itu, Tim Pengabdian STIEPARI Semarang berinisiatif untuk membantu melakukan identifikasi cara untuk membuat bisnis kreatif lebih kompetitif di pasar masing-masing.

Pengabdian kepada masyarakat, sebagai partisipasi aktif universitas dalam memecahkan permasalahan nyata masyarakat, menjadi sarana yang efektif untuk mengatasi tantangan tersebut. Dalam konteks tersebut, kajian ini menitikberatkan pada komitmen pengembangan strategi yang menitikberatkan pada kearifan lokal sebagai landasan peningkatan daya saing industri kreatif. Kearifan lokal meliputi berbagai aspek budaya, tradisi dan pengetahuan yang diwariskan secara turun-temurun dalam suatu komunitas atau wilayah. Menggunakan kearifan lokal sebagai dasar pengembangan industri kreatif dapat menciptakan produk dan jasa yang lebih bermakna, otentik dan lebih laris. Selain itu, memadukan kearifan lokal juga dapat memperkuat identitas dan mempromosikan keunikan daerah di pasar global. Ada beberapa teori dan sudut pandang yang mirip dengan konsep ekonomi kreatif yang dikemukakan oleh John Howkins, Nenny dan Florida. Pada tahun 2001, John Howkins memperkenalkan konsep industri kreatif sebagai kegiatan ekonomi yang masukan dan keluarannya berupa ide atau kreativitas yang dapat dilindungi oleh Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Ia menekankan bahwa ekonomi kreatif memberi kesempatan kepada orang-orang yang sangat kreatif untuk mendapatkan penghasilan yang cukup dari ide-ide orisinal seperti film, musik, penelitian atau penulisan lagu. Pendapat Nenny (2008) juga mendukung konsep ekonomi kreatif Hawkins yang menekankan pentingnya melindungi kreativitas individu melalui hak kekayaan intelektual. Ia berpendapat bahwa ekonomi kreatif membuka peluang bagi industri kreatif seperti video, film, fotografi, musik, desain dan lain-lain untuk menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja melalui kreativitas dan inovasi. Sementara itu, Richard Florida (2005) memaparkan teori ekonomi kreatif yang menekankan pada tiga faktor kunci keberlanjutan ekonomi kreatif, yaitu kreativitas (bakat), kondisi sosial politik yang demokratis, dan tempat yang aman. Ia menekankan perlindungan kreativitas dan bakat sebagai kunci keberhasilan ekonomi kreatif, serta komitmen masyarakat lokal dan faktor keamanan dan kenyamanan lingkungan sebagai pendukung pertumbuhan sektor ekonomi kreatif. Pemerintah Indonesia juga telah menyadari potensi industri kreatif untuk meningkatkan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi. Pemetaan sektor ekonomi kreatif pun dilakukan dan pemerintah berusaha mengeluarkan peraturan dan pedoman, seperti Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 tentang pengembangan ekonomi kreatif dan pembentukan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) pada tahun 2011. Pengakuan terhadap kearifan lokal juga sangat penting dalam pengembangan ekonomi kreatif. Teori penghancuran kreatif Schumpeter menekankan pentingnya inovasi di tingkat perusahaan dan makro dalam konteks lokal dan nasional. Oleh karena itu daerah seperti Desa Kalisegoro, Kecamatan Gunungpati, Semarang harus mengembangkan industri kreatif yang menghargai kearifan lokal dan budaya lokal. Potensi industri kreatif berbasis kearifan lokal ini dapat melestarikan tradisi, memberikan nilai strategis di era ekonomi digital. Kegiatan yang mempertimbangkan pentingnya pengembangan sektor ekonomi kreatif di Desa Kalisegoro Kecamatan Gunungpati Semarang, meningkatkan kesadaran masyarakat akan potensi ekonomi kreatif dan manfaatnya bagi pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah. Dengan mendukung kreativitas dan bakat individu serta memperhatikan keistimewaan dan karakteristik masing-masing daerah, kami berharap ekonomi kreatif dapat terus berkembang dan memberikan dampak positif bagi masyarakat dan seluruh tanah air. Hasil pengabdian ini diharapkan dapat memberikan informasi berharga bagi pembuat kebijakan, pelaku industri, dan masyarakat untuk menghadapi persaingan global dan memajukan industri kreatif berbasis kebijakan lokal. Dengan demikian, pengabdian ini memiliki kontribusi positif dalam membangun ekonomi berbasis budaya yang berkelanjutan di tingkat lokal, nasional, dan internasional.

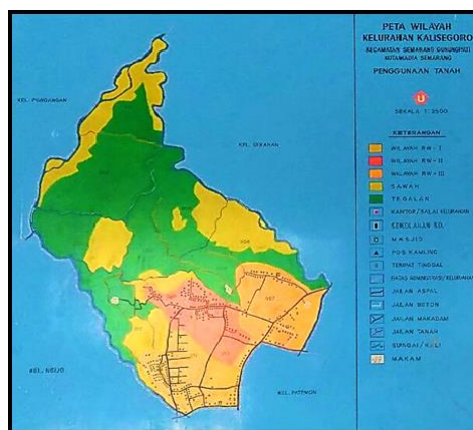
II. MASALAH

Kelemahan yang dihadapi oleh UMKM dalam meningkatkan kemampuan usaha sangat kompleks dan meliputi berbagai indikator yang mana salah satu dengan yang lainnya saling berkaitan antara lain; kurangnya permodalan baik jumlah maupun sumbernya, kurangnya kemampuan manajerial dan keterampilan beroperasi dalam mengorganisir dan terbatasnya pemasaran. Disamping hal-hal terdapat juga persaingan yang kurang sehat dan desakan ekonomi sehingga mengakibatkan ruang lingkup usaha menjadi sempit dan terbatas. Kekawatiran ini dilandasi bahwa Indonesia tengah menghadapi MEA dan pasar bebas. Ketika itu terlaksana tuntutan adalah UMKM harus mampu bersaing. Namun semua permasalahan itu bisa terselesaikan dengan beberapa kebijakan yang membuka peluang bagi UMKM untuk dapat mengakses industri perbankan dengan mudah dimana para pelaku industri kreatif di Desa Kalisegoro, Kecamatan Gunungpati, Semarang belum banyak yang memanfaatkan ini. Padahal, dengan dukungan yang diberikan oleh perbankan kepada UMKM,

mereka lebih mudah mengembangkan usahanya saat membutuhkan dukungan permodalan. Selain itu, banyak pelaku UKM yang belum memiliki pemahaman yang baik tentang bagaimana menyusun strategi yang tepat agar usahanya dapat bersaing. Dengan demikian, program pengabdian masyarakat yang direncanakan akan disebut: Membantu dalam menyusun strategi peningkatan daya saing UKM banyak dari UKM ini akhirnya menjadi unbankable. Padahal, dengan dukungan bank-bank UKM, mereka lebih mudah mengembangkan usahanya saat membutuhkan dukungan permodalan. Selain itu, banyak pelaku UKM yang belum memiliki pemahaman yang baik tentang bagaimana menyusun strategi yang tepat agar usahanya dapat bersaing. Dengan demikian, program pengabdian masyarakat yang direncanakan akan disebut: Membantu dalam menyusun strategi peningkatan daya saing UKM Memecahkan masalah ini perlu didiseminasikan dengan kerangka pemecahan masalah, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 2 di bawah ini:

Tabel 1. Kerangka Pemecahan Masalah

No.	Kondisi Saat Ini	Threatment (Perlakuan)	Kondisi yangDiharapkan
1.	Sosialisasi penguatan industri kreatif berbasis kearifan lokal masih jarang dilakukan	Pemasyarakatan industri kreatif berbasis kearifan lokal masih kurang	Para pelaku industri kreatif memahami perkembangan industri kreatif berbasis kearifan lokal
2.	Memberikan edukasi bagi mitra dalam merumuskan strategi yang tepat bagi usahanya	Pendampingan penyusunan SWOT dan pembuatan strategi	Mitra dapat menyusun SWOT dan mengembangkan strategi dengan memanfaatkan dukungan yang ditawarkan oleh perbankan untuk meningkatkan produktivitas serta penjualan



Gambar 1. Peta Lokasi

III. METODE

Proses diseminasi ini dilakukan melalui ceramah dan diskusi yang menekankan tentang strategi peningkatan daya saing ekonomi kreatif berbasis budaya lokal di Desa Kalisegoro, Kecamatan Gunungpati, Semarang, serta evaluasi bersama implementasi kebijakan ekonomi kreatif di kota atau daerah.



Gambar 2. Foto Bersama

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun kegiatan pengabdian dilakukan dengan skenario sebagai berikut:

Tabel 2. Kegiatan Sosialisasi

1.	Nama Materi	: Pola pengembangan industri kreatif dan kaitan industri kreatif dengan globalisasi dan MEA serta era pasar bebas
	Materi ke -	: 1
	Waktu	: 2 jam
	Metode	: Ceramah dan Diskusi
	Sarana	: LCD dan Papan Tulis
2.	Nama Materi	: Pendampingan penyusunan SWOT dan pengembangan strategi
	Materi ke -	: 2
	Waktu	: 3 jam
	Metode	: Ceramah dan Diskusi
	Sarana	: LCD dan Papan Tulis
3.	Nama Materi	: Menentukan langkah – langkah yang ditempuh dalam rangka meningkatkan daya saing industri kreatif dengan memanfaatkan dukungan perbankan
	Materi ke -	: 3
	Waktu	: 2 jam
	Metode	: Ceramah dan Diskusi
	Sarana	: LCD dan Papan Tulis

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul Strategi Meningkatkan Daya Saing Industri Kreatif Berbasis Kearifan Lokal di Kelurahan Kalisegoro Kecamatan Gunungpati ini diawali dengan FGD I pra-pendampingan kegiatan yang dilaksanakan secara daring dan diikuti oleh seluruh Tim Pelaksana Kegiatan STIEPARI yang bertindak sebagai fasilitator.



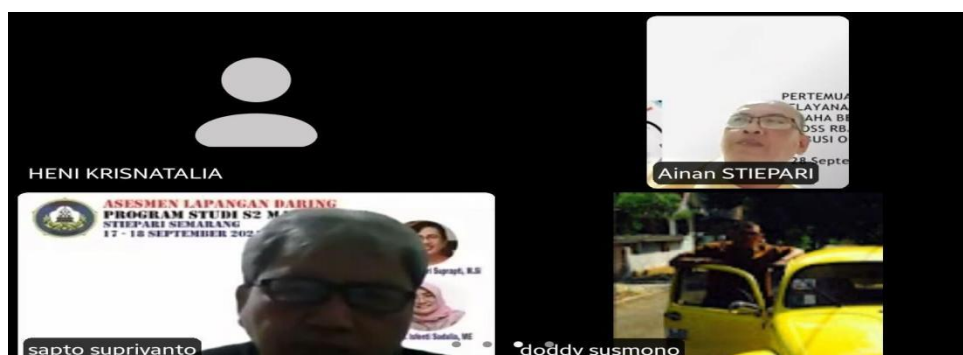
Gambar 2. Rapat Daring Internal Pra-Kegiatan Pendampingan

Kegiatan Ke-2 dilakukan dengan melakukan survei lapangan dan diikuti dengan pemberian ceramah, diskusi oleh Tim Pengabdian STIEPARI didepan Dewan Kelurahan (Dekel) dan Perangkat pemerintahan kelurahan terdiri dari lurah, sekretaris lurah, dan kelompok jabatan fungsional.yang dilaksanakan pada tanggal 05 September 2022 bertempat di Aula Balai Kelurahan Kalisegoro.



Gambar 3. Survei Lapangan diikuti Pemberian Ceramah dan Diskusi

Kegiatan ke-3 FGD Internal Ke -2 pra-pendampingan kegiatan yang dilaksanakan secara daring dan diikuti oleh seluruh Tim Pelaksana Kegiatan STIEPARI yang bertindak sebagai fasilitator untuk melakukan penyusunan materi yang akan diberikan.



Gambar 4. FGD Internal Ke -2 pra-pendampingan kegiatan

Kegiatan Ke-4 pemetaan potensi untuk memperoleh solusi dalam rangka meningkatkan daya saing industri kreatif bertempat di Aula Balai Kelurahan Kalisegoro.



Gambar 5. Kegiatan Pemetaan Potensi



Gambar 6. Pendampingan pembuatan Analisa SWOT berdasarkan Pemetaan Potensi

Kegiatan Ke-5 penyusunan analisa SWOT berdasarkan pemetaan potensi agar memperoleh solusi dalam rangka meningkatkan daya saing industri kreatif yang dilaksanakan bertempat di Aula Balai Kelurahan Kalisegoro



Gambar 7. Kegiatan Pemetaan Potensi

Kegiatan ke – 6 Menentukan langkah – langkah yang ditempuh dalam rangka meningkatkan daya saing industri kreatif yang dilaksanakan bertempat di Aula Balai Kelurahan Kalisegoro. Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan dengan harapan mampu meningkatkan pengetahuan peserta dalam hal ini para pelaku industri kreatif yang berada di Kelurahan Kalisegoro Kecamatan Gunungpati Semarang

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian dan hasil pendampingan terhadap UMKM di Desa Kalisegoro Kecamatan Gunungpati, Semarang, Jawa Tengah, dapat ditarik beberapa kesimpulan: UMKM merupakan salah satu ujung tombak perekonomian negara yang mampu menyerap tenaga kerja serta mendorong pertumbuhan ekonomi.

Peningkatan daya saing UMKM krusial dilakukan melalui dukungan dari berbagai pihak dan serangkaian kegiatan pemberdayaan, baik berupa pendampingan maupun pelatihan antara lain. membuat strategi dengan meningkatkan manajemen semua area dengan bantuan analisis SWOT, inovasi bisnis, branding, menerapkan bauran pemasaran dan memperluas jaringan, serta up-to-date dalam mengikuti kemutakhiran teknologi yang juga mengikutsertakan peran perbankan dalam mendorong UMKM dalam pengelolaan usaha dan mampu memperbaiki manajemen atau melakukan inovasi secara berkelanjutan sebagai kata kunci untuk menjadi kompetitif ditengah MEA dan pasar bebas. Pemerintah harus selalu memberikan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM agar semakin kompetitif bukan hanya dipasar lokal, tapi juga nasional, dan bahkan internasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada Program Studi Manajemen dan Ketua Sekolah Tinggi Ekonomi Pariwisata Indonesia (STIEPARI) yang telah memberikan dukungan dana berupa dana internal tahun 2022. Kami juga berterima kasih kepada Ibu Lurah Kalisegoro RR. Nuniek Akhiriani, S. IP., perangkat desa, organisasi masyarakat, serta warga desa di Kelurahan Kalisegoro Kecamatan Gunungpati, Semarang, Jawa Tengah yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menemani kami melakukan observasi, wawancara, dan FGD baik online maupun offline serta terlibat langsung dalam pelaksanaan pendampingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andang Setyobudi. 2007. Peran Serta Bank Indonesia dalam Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Buletin Hukum Perbankan dan Kebanksentralan. Volume 5 No. 2, Agustus
- Darwanto. 2013. Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi Dan Kreativitas (Strategi Penguatan Property Right Terhadap Inovasi Dan Kreativitas). Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE). Vol. 20. No (2). Hal: 142-149.
- Essentials of Strategic Management, J. David Hunger and Thomas L Wheelen, 2010
- Florida, Richard. (2005). Cities and the Creative Class. Rutledge, London, New York.
- Howkins, John. (2001). The Creative Economy : How People Make Money from Ideas. London: Penguin Press
- Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif
- Nenny, Anggraini. (2008). Industri Kreatif. Jurnal ekonomi Desember 2008 Volume XIII No. 3 hal. 144-15.
- Schumpeter, Joseph. (1942). Capitalism, Socialism, and Democracy. New York: Harper & Bros.
- Strategic Management, A competitive Advantage Approach by Fred R. David, 2006
- Strategic Planning, a Practical Guide To Strategy Formulation and Execution, by B Keith Simerson, 2011
- Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.