

PEMANFAATAN EKONOMI KREATIF DI KELURAHAN PASTEUR

Bambang Susanto¹, R. Aryanti Ratnawati², Ae Suaesih³, Didin Saepudin⁴, Henda Hendawati⁵, Nenny Hendajany⁶, Eva Rachmawati⁷, Erna Garnia⁸, Ine Aprianti⁹, Deden Rizal¹⁰

1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 Universitas Sangga Buana

¹ korespondensi : bambang.susanto@usbykp.ac.id

ABSTRAK

Kota Bandung menjadi salah satu kota kreatif di Jawa Barat yang memiliki pusat ekonomi kreatif dengan program *One Village One Company*. Industri kreatif telah membawa era baru dalam dunia bisnis yang saat ini tidak lagi bersifat eksklusif bagi mereka yang memiliki modal besar. Kegiatan ini diharapkan adanya pengembangan ilmu dan wawasan untuk dapat meningkatkan ekonomi kreatif lokal dan UMKM yang akan datang yang mana ekonomi kreatif sangat di butuhkan oleh masyarakat. Workshop yang dilakukan di Kelurahan Pasteur dapat menumbuhkan ekonomi masyarakat dan memotivasi masyarakat untuk bisa lebih maju dengan bahan yang ada. Potensi pariwisata sangat bagus, banyak wisatawan yang suka membeli oleh-oleh khas Bandung. Maka dari itu masyarakat harus bisa mengolah bahan yang ada menjadi lebih kreatif dan inovatif baik dari kuliner maupun dari bidang lain. Kegiatan pengabdian ini adalah sarana membagikan pengalaman langsung dan ilmu lebih detail khusus tentang bagaimana kita bisa berwirausaha, yang mana ilmu yang sudah di terima dapat di aplikasikan langsung guna menunjang perkembangan industri yang masih dalam tahap pembenahan baik mulai dari pemilihan bahan baku yang tepat untuk menghasilkan nilai jual yang kompetitif.

Kata Kunci: ekonomi kreatif, inovatif, wirausaha, UMKM

ABSTRACT

Bandung is one of the creative cities in West Java which has a creative economy center with the *One Village One Company* program. The creative industry has brought a new era in the business world which is no longer exclusive to those who have large capital. This activity is expected to develop knowledge and insight to be able to improve the local creative economy and the upcoming UMKM where the creative economy is very much needed by the community. The workshop which was held in Pasteur Village could grow the community's economy and motivate the community to be more advanced with available materials. The tourism potential is very good, many tourists like to buy Bandung souvenirs. Therefore, the community must be able to process existing materials to be more creative and innovative, both from culinary and from other fields. This service activity is a means of sharing direct experience and more detailed knowledge about how we can become entrepreneurs, where the knowledge that has been received can be applied directly to support the development of an industry which is still in the stage of improvement, starting from the selection of the right raw materials to produce value. competitive selling.

Keywords: creative economy, innovative, entrepreneurial, UMKM

PENDAHULUAN

Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil lima tahun ke depan. Emil yang sukses bertekad menjadikan ekonomi kreatif mengubah wajah Kota Bandung menjadi sebagai program unggulan terbaik Jawa salah satu kota kreatif di Indonesia yang Barat masa depan. Untuk mewujudkannya, berujung pada menggeliatnya taraf berbagai langkah akan dilakukan dalam ekonomi masyarakat menginginkan, setiap

Kabupaten/Kota di Jawa Barat memiliki pusat-pusat ekonomi kreatif. Program One Village One Company dengan identitas ekonomi kreatif untuk memastikan anak-anak muda dan ibu-ibu bisa tetap tinggal di desa dan bekerja. Mimpi saya tidak akan ada lagi TKI (tenaga kerja Indonesia) yang selalu bermasalah. Kami akan buat perusahaan di desa-desa dengan produk yang laku di pasar, sehingga mereka sejahtera seperti di kota tanpa harus hijrah ke kota atau luar negeri. Sementara itu, Kepala Bekraf Triawan Munaf meyakini industri kreatif telah membawa era baru dalam dunia bisnis. Dunia bisnis saat ini tidak lagi bersifat eksklusif bagi mereka yang memiliki modal besar, namun telah tercipta suatu lapangan bermain baru yang setara bagi setiap orang untuk dapat berperan dalam perkembangan ekonomi, yaitu ekonomi kreatif.

Hasil survey Tim Pengabdian pada Masyarakat Fakultas Ekonomi Universitas Sangga Buana pada Kelurahan Pasteur sejatinya adalah daerah yang memiliki potensi produksi di bidang kuliner dan bidang lain. Permasalahan lainnya adalah penduduk yang pada awalnya tidak memiliki pekerjaan kemudian lebih memilih menjadi Ibu Rumah Tangga ketimbang misalnya memanfaatkan potensi lainnya yang ada seperti industri kuliner, pengrajin, dan lain-lain.

Upaya pemberdayaan masyarakat melalui kepariwisataan pada prinsipnya harus senantiasa diarahkan pada pencapaian empat sasaran utama, yaitu: Peningkatan kapasitas, peran dan inisiatif masyarakat sebagai subyek atau pelaku penting dalam pembangunan kepariwisataan, peningkatan posisi dan kualitas keterlibatan/partisipasi masyarakat dalam pengembangan kepariwisataan, peningkatan nilai manfaat positif pembangunan pariwisata bagi kesejahteraan sosial, ekonomi dan budaya masyarakat dan peningkatan kemampuan masyarakat dalam melakukan perjalanan wisata. Tim PPM Fakultas Ekonomi pada kegiatan di Kelurahan Pasteur mengharapkan pengembangan ilmu dan wawasan untuk dapat meningkatkan ekonomi kreatif lokal dan UMKM yang akan datang dengan berbekal ilmu dan pengetahuan lebih, yang mana ekonomi kreatif sangat di butuhkan oleh masyarakat yang terutama dapat meningkatkan ekonomi. Dapat dilihat dari workshop yang dilakukan di Kelurahan Pasteur bisa dapat menumbuhkan ekonomi masyarakat dan memotivasi masyarakat untuk bisa lebih maju dengan bahan yang ada. Potensi yang berada di daerah pasteur sangat bagus dari segi pariwisata banyak wisatawan yang suka membeli oleh-oleh khas Bandung. Maka dari itu masyarakat harus bisa mengolah bahan yang ada menjadi lebih

kreatif dan inovatif baik dari kuliner maupun dari bidang lain.

Kegiatan pengabdian ini adalah sarana membagikan pengalaman langsung dan ilmu lebih detail khusus tentang bagaimana kita bisa berwisausaha, yang mana ilmu yang sudah di terima dapat di aplikasikan langsung guna menunjang perkembangan industri yang masih dalam tahap pembenahan baik mulai dari pemilihan bahan baku yang tepat untuk menghasilkan nilai jual yang kompetitif.

METODE

Metode kegiatan dalam rangka pengabdian pada masyarakat secara umum berbentuk program pelatihan dan atau *workshop* yang terdiri dari beberapa modul yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra terutama pada sesi kegiatan *workshop*. Pelatihan/ *workshop* akan menitik beratkan pada modul-modul berikut:

1. Ekonomi Kreatif
2. Pelaporan Keuangan Sederhana

Mitra yang akan diajak kerjasama dalam kegiatan ini adalah Para UMKM kota Bandung binaan Kelurahan Pasteur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat dilaksanakan pada April 2019. Pelaksanaan *workshop* bertempat di Kelurahan Pasteur Secara rinci hasil kegiatan sebagai berikut:

Materi 1 Ekonomi Kreatif

Sesuai hasil kesepakatan dengan salah satu pengusaha yang terletak di kelurahan pasteuer, maka *workshop* memberikan pengetahuan tentang Ekonomi Kreatif dengan materi antara lain:

- Memberikan gambaran bagaimana memanfaatkan potensi yang di miliki di kelurahan pasteur dengan bahan baku yang ada.
- Terdapat beberapa unsur utama seperti kreativitas, keahlian, dan talenta yang memiliki nilai jual melalui penawaran kreasi intelektual.
- Produk yang dihasilkan (barang dan jasa) memiliki siklus hidup singkat, margin tinggi, beranekaragam, persaingan tinggi, dan dapat ditiru.
- Terdiri atas penyediaan produk kreatif langsung pada pelanggan dan pendukung penciptaan nilai kreatif pada sektor lain yang secara tidak langsung berhubungan dengan pelanggan.
- Dibutuhkan kerjasama yang baik antara berbagai pihak yang berperan

dalam industri kreatif, seperti kaum intelektual, dunia usaha, dan pemerintah.

Materi 2 Laporan keuangan Sederhana 1 dan 2

Sesuai hasil kesepakatan dengan salah satu pengusaha yang terletak di kelurahan Pasteur, maka workshop memberikan pengetahuan tentang membuat laporan keuangan sederhana dengan materi antara lain:

- Memberikan pengetahuan bagaimana cara menghitung laporan keuangan yang sebenarnya.
- Pencatatan dan monitoring setiap kegiatan untuk menentukan ketepatan perencanaan yang telah dibuat.

- Memberikan pengetahuan untuk membuat laporan keuangan yang bisa dipahami oleh orang lain.

- Memberikan arahan kepada peserta agar mau belajar membuat laporan keuangan karena laporan keuangan itu sangat penting dan tidak akan susah apabila dapat dipahami.

Materi ini oleh tim yang terdiri dari Dr. Erna Garnia, SE., MM., Erik Nugraha, SE., M.Ak., Sukadwilinda, SE., M.Si., Louisiani Mansoni, SE., MM., Wuri Handayani, SE., M.Si., Hilda Purnamawati, SE., M.Si., Henda Hendawati, SE., MM., Dr. Didin Saepudin, SE., M.Si., Deden Rizal, SE., ME., Yuli Nawangsasi, SE., M.Si., AK., Anita Syafariah, SE., MM., Wiwin Sukiati, SE., M.Si



Gambar 1: Penyampaian Materi Laporan Keuangan Sederhana



Gambar 2: Penyampaian Materi Ekonomi Kreatif

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Belum adanya pengetahuan khusus untuk melakukan pemanfaatan potensi yang ada.
2. Belum ada pembinaan dalam melakukan pemanfaatan Sumber Daya Lokal.
3. Keterbatasan ilmu untuk membina UMKM.
4. Tempat produksi masih terbatas.
5. Masih belum luasnya tempat untuk melakukan produksi.
6. Belum adanya pembinaan yang berkelanjutan.
7. Masih kurang tepatnya alokasi waktu untuk masing-masing pelatihan sehingga hasil belum optimal.

Saran

1. Adanya pembinaan berkelanjutan bagi usaha pemula sehingga penerapan ilmu

dan pengetahuan bagi ibu-ibu rumah tangga lebih baik.

2. Melangsungkan produksi yang tepat dengan bekal ilmu yang sudah dimiliki.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] <https://accurate.id/akuntansi/cara-dan-contoh-membuat-laporan-keuangan-sederhana/https://jabar.sindonews.com/read/2573/1/ridwan-kamil-ekonomi-kreatif-program-unggulan-terbaik-jabar-masa-depan-1541589096>
- [2] <http://journal.uii.ac.id/jurnal-komunikasi/article/viewFile/6471/5830>
- [3] <https://media.neliti.com/media/publications/267974-peran-media-sosial-dalam-mendukung-pemas-118e37b9.pdf>
- [4] <https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/ekonomi-kreatif.html>