

PEKEN BANYUMASAN: STRATEGI INOVASI KREATIF PADA PEMULIHAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) AKIBAT PANDEMI COVID-19

Tenia Wahyuningrum^{1*}, Galih Putra Pamungkas², Gilang Ramadhan³

¹Program Studi Teknik Informatika, Institut Teknologi Telkom Purwokerto

^{2,3}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Teknologi Telkom Purwokerto

Email: *tenia@ittelkom-pwt.ac.id

ABSTRAK

Dampak pandemi Covid-19 dalam perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) telah dirasakan oleh para pelaku usaha, terutama di daerah Kabupaten Banyumas. Oleh karena itu, pemulihan UMKM di era normal baru membutuhkan strategi dan inovasi. Salah satu strategi dalam memasarkan produk yaitu dengan menggabungkan kreasi seni dan ruang usaha, yang dinamakan "Peken Banyumasan". Kegiatan dalam agenda "Peken Banyumasan" yaitu pendampingan, pelatihan dan penyediaan sarana prasarana dalam wirausaha. Metode pelaksanaan yang digunakan terdiri dari 4 tahapan yaitu analisis situasi dan kondisi mitra, sosialisasi dan kerja sama, pelaksanaan program, dan upaya tindak lanjut. Hasil strategi inovasi berbasis seni dan budaya dalam usaha pemulihan UMKM di wilayah Kabupaten Banyumas telah berhasil diterapkan. Berbagai pelatihan dan pendampingan yang diberikan kepada pelaku UMKM telah diterapkan dan mendapatkan respon positif dari masyarakat. Hasil survei kepuasan peserta UMKM menyatakan bahwa 87% telah puas dengan kegiatan "Peken Banyumasan". Sebanyak 90% responden bersedia untuk mengikuti kegiatan tersebut jika diselenggarakan kembali.

Kata kunci : Usaha Mikro Kecil Menengah, Inovasi, Kreasi, Wirausaha

ABSTRACT

The impact of the Covid-19 pandemic on the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) has been felt by business actors, especially in the Banyumas Regency area. Therefore, the recovery of MSMEs in the new normal era requires strategy and innovation. One of the strategies for marketing products is to combine artistic creations and business space, which is called "Peken Banyumasan". Activities in the "Peken Banyumasan" agenda are mentoring, training, and providing infrastructure in entrepreneurship. The implementation method consists of 4 stages: analysis of the situation and conditions of partners, socialization and cooperation, program implementation, and follow-up efforts. The results of the arts and culture-based innovation strategy in the recovery of MSMEs in the Banyumas Regency have been successfully implemented. Various training and assistance provided to MSME actors have been implemented and received a positive response from the community. The results of the satisfaction survey of MSME participants stated that 87% were satisfied with the "Peken Banyumasan" activity. As many as 90% of respondents are willing to participate in the action if the event is held again.

Keywords : Micro, Small, and Medium Enterprises, Innovation, Creation, Entrepreneur

PENDAHULUAN

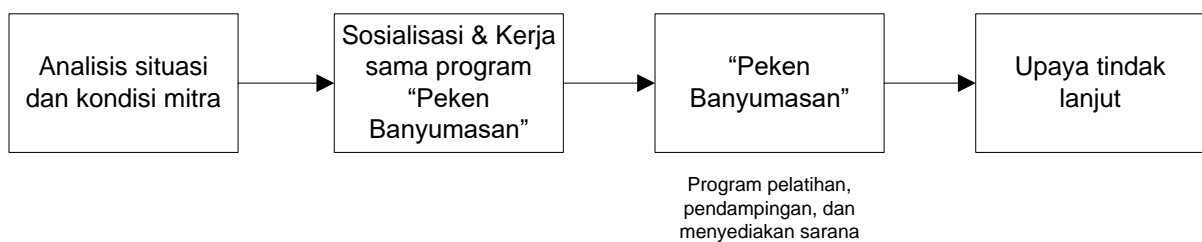
Perlambatan sektor ekonomi di Indonesia akibat pandemi *Coronavirus disease* (Covid-19) berdampak pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) (Arianto, 2020). Penurunan produktivitas UMKM mengakibatkan penurunan profit, sehingga sebagian besar UMKM melakukan efisiensi, salah satunya dengan cara mengurangi tenaga kerja (Rosmadi, 2021). Adapun banyaknya tenaga kerja pada definisi UMKM yaitu, usaha mikro memiliki 1-5 orang pekerja, usaha kecil memiliki 5-19 orang pekerja, usaha menengah sebanyak 20-29 orang pekerja, sedangkan usaha besar memiliki lebih dari 100 orang pekerja (Gumulya, 2018). Tidak hanya berkurangnya kuantitas tenaga kerja, secara umum beberapa permasalahan UMKM yaitu kurangnya sumber daya manusia (SDM) yang kompeten, kurangnya modal, tidak memiliki sarana dan metode pemasaran baik, dan keberadaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) yang belum merata di setiap kecamatan (Jefri and Ibrohim, 2021). Oleh karena itu, kualitas SDM yang memiliki wawasan luas dan ide inovasi kreatif menjadi modal utama dalam memulihkan kembali UMKM yang telah lumpuh di masa pandemi Covid-19 (Istiatin and Fithri Setya Marwati, 2021). Kreatifitas dalam pengembangan bisnis UMKM diperlukan untuk menciptakan inovasi di masa pandemi dengan menghasilkan produk yang berkualitas tetapi berbiaya rendah (U and Darwanto, 2013; Merliana and Kurniawan, 2016).

Salah satu inovasi kreatif yang ditawarkan dalam pemulihan ekonomi di masa peralihan pandemi Covid-19 menjadi endemi adalah dengan kolaborasi antara seni, budaya, dan kuliner dalam memasarkan produk UMKM di Kabupaten Banyumas. Banyaknya bangunan bersejarah di Kecamatan Banyumas dinilai cocok untuk melaksanakan kegiatan pameran, ruang insan kreatif untuk mengeksplorasi ide, berkarya dan berjejaring. Kegiatan ini dinamakan “Peken Banyumasan” yang menekankan pada inovasi kreatif sebagai penghubung antara budaya lokal seperti makanan lokal, sejarah serta budaya dengan *circular* dalam hal masa depan, teknologi, *smart city*. Kata “Peken” yang berarti pasar dalam bahasa Jawa memiliki makna tempat jual beli atau transaksi secara langsung antara penjual dan pembeli (Indrawati and Yovita, 2014; Fanataf, Tilaar and Takumansang, 2020; Angkasawati and Devi Milasari, 2021). Sedangkan waktu berjualan dalam kegiatan “Peken Banyumasan” sekitar pukul 15.00-19.00 WIB setiap dua pekan sekali, mengambil filosofi pasar kaget, yaitu pasar tradisional yang biasanya hanya berlangsung kurang lebih 4 sampai 5 jam pada waktu dan tempat tertentu di suatu lingkungan (Thania et al., 2020). Berdasarkan wawancara dengan camat Banyumas, didapatkan beberapa masalah yang dihadapi oleh para pelaku UMKM di Kabupaten Banyumas pada masa pemulihan akibat pandemi yaitu, 1) belum adanya pengetahuan dan

ketrampilan yang cukup dalam pengelolaan UMKM, serta 2) belum optimalnya pemanfaatan bahan baku menjadi produk yang bernilai ekonomis. Solusi yang ditawarkan yaitu 1) memberikan pelatihan, pendampingan, dan penyiapan sarana untuk berkreasi dan berinovasi melalui program “Peken Banyumasan”, 2) memberikan pelatihan dan pendampingan pengelolaan bahan baku menjadi produk yang siap jual.

METODE PELAKSANAAN

Metode dalam melaksanakan solusi yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan pada UMKM di Kabupaten Banyumas terdiri dari empat tahap. Tahap pertama dilakukan dengan melakukan analisis situasi dan kondisi mitra. Pada tahap ini, dilakukan *brainstorming* antara pelaku UMKM, camat dan pemangku kepentingan untuk menggali permasalahan yang paling krusial untuk segera ditangani dalam memulihkan aktivitas UMKM yang menurun di masa pandemi. Tahap kedua diawali dengan sosialisasi dan perjanjian kerja sama dengan camat Banyumas untuk menginisiasi kolaborasi dalam program “Peken Banyumasan” dengan *tagline culture, creative, circular*. *Tagline* tersebut menggambarkan kolaborasi yang kreatif dengan kearifan lokal. Tahap ketiga merupakan tahap pelaksanaan, yaitu dengan memberikan program pelatihan, pendampingan, serta menyediakan tempat atau sarana dalam pelaksanaan program. Tahap keempat merupakan tahapan evaluasi dan penetapan upaya tindak lanjut untuk menjaga keberlanjutan program. Gambar 1 merupakan alur kerja program “Peken Banyumasan”.



Gambar 1. Alur Kerja Program “Peken Banyumasan”

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi di wilayah kota lama Kabupaten Banyumas yang merupakan bangunan lama, merupakan satu daya tarik tersendiri bagi wisatawan lokal dan asing. Selain itu, kesenian khas, kuliner tradisional dan permainan lawas menjadi salah satu konten yang dapat dipadukan dengan kegiatan pelatihan, pendampingan serta pemasaran produk UMKM. Agenda “Peken Banyumasan” telah berhasil dilaksanakan dan disosialisasikan, serta mendapatkan antusiasme positif dari warga Banyumas, maupun dari manca negara. Kegiatan ini telah rutin diselenggarakan tiap dua pekan sekali, di Taman Kota Lama Kabupaten Banyumas. Kegiatan

“Peken Banyumasan” memadukan seni pertunjukan tradisional dan modern daerah Banyumas, seperti lengger, egeg, dan performansi musik. Tidak hanya itu, acara tersebut juga menampilkan permainan tradisional yang sudah lama ditinggalkan, seperti egrang, dakon, serta mainan lainnya. Kegiatan “Peken Banyumasan” meliputi pendampingan dan pelatihan pengusaha UMKM meliputi usaha di bidang makanan, minuman, kerajinan tangan, dan pakaian, sekaligus tempat transaksi antara penjual dan pembeli.



Gambar 2. Kesenian lengger dan karawitan

Gambar 2 menunjukkan kesenian lengger dan karawitan yang ditampilkan saat kegiatan “Peken Banyumasan”. Tarian lengger cukup diminati oleh pengunjung, karena merupakan kesenian asli yang dimiliki oleh masyarakat Banyumas.



Gambar 3. Jenis usaha UMKM peserta “Peken Banyumasan”

Gambar 3 menunjukkan salah satu jenis usaha UMKM yang mendapatkan pendampingan, yaitu makanan kudapan coklat dan jamu. Sedangkan kegiatan pendampingan dan pelatihan dilakukan dengan *brainstorming*, *talkshow* dengan narasumber pelaku bisnis, ceramah, dan praktik secara berkelompok.



Gambar 4. Kegiatan *brainstorming* dan *talkshow*

Gambar 4 menunjukkan kegiatan *brainstorming* dan *talkshow* yang dilakukan kepada pengusaha UMKM peserta “Peken Banyumasan”. Adapun sosialisasi program ini telah dilakukan melalui sosial media instagram, dengan nama akun pekenbanyumasan. Sedangkan publikasi di media massa telah dimuat dalam harian radar Banyumas, dan Tribunnews.

Survei kepuasan peserta terhadap kegiatan “Peken Banyumasan” didapatkan dari 25 responden melalui 7 pertanyaan dengan menggunakan 4 skala Likert. Jawaban Sangat Setuju=4, Setuju=3, Tidak Setuju=2, dan Sangat Tidak Setuju=1. Adapun item pertanyaan kuesioner dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Item pertanyaan kuesioner

No.	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
1.	Saya merasa puas dengan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan oleh Kecamatan Banyumas (mitra) bersama LPPM Institut Teknologi Telkom Purwokerto.				
2.	Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan oleh Kecamatan Banyumas (mitra) bersama LPPM Institut Teknologi Telkom Purwokerto sesuai dengan harapan saya.				
3.	Personil/anggota yang terlibat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan saya.				
4.	Setiap keluhan/pertanyaan/permasalahan yang saya ajukan ditindaklanjuti dengan baik oleh narasumber/anggota yang terlibat.				
5.	Jika kegiatan “Peken Banyumasan” ini diselenggarakan kembali, saya bersedia untuk berpartisipasi/terlibat.				

6.	“Peken Banyumasan” memberikan dampak positif bagi saya				
7.	“Peken Banyumasan” memberikan dampak positif bagi masyarakat				

Keterangan :

SS = sangat setuju S = setuju TS = tidak setuju STS = sangat tidak setuju

Hasil survei kepuasan didapatkan bahwa pada pertanyaan 1, 90% responden merasa puas dengan kegiatan yang diselenggarakan. Sedangkan pada pertanyaan 2, 84% responden menyatakan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah sesuai dengan harapan responden. Keterlibatan personil dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah memuaskan responden, hal ini dapat dilihat pada item pertanyaan 3, mendapatkan persentase indeks sebesar 81%. Penanganan keluhan responden telah direspon oleh penyelenggara dengan baik, hal ini terlihat dari kepuasan responden sebesar 85%. Item pertanyaan nomor 5, 6 dan 7 merupakan item pertanyaan yang berkaitan dengan keberlanjutan dan dampak program pengabdian kepada masyarakat, telah mendapatkan kepuasan responden sebesar 90%, 89% dan 93%. Perhitungan persentase indeks dihitung dengan menggunakan persamaan (1).

$$\text{Persentase Indeks} = \frac{\sum_{i=1}^x w_i \times n_i}{\text{jumlah responden} \times \text{bobot tertinggi}} \times 100\% \quad (1)$$

dimana w_i adalah bobot masing-masing skala Likert, n_i adalah banyaknya responden yang menjawab pada skala tersebut, dan x adalah banyaknya skala. Tabel 2 memperlihatkan rincian informasi pada survei kepuasan.

Tabel 2. Hasil survei kepuasan

Skala Likert		n(Q1)	n(Q2)	n(Q3)	n(Q4)	n(Q5)	n(Q6)	n(Q7)
Skala ordinal	<i>w</i>							
Sangat Setuju	4	16	11	7	11	16	15	18
Setuju	3	8	12	17	13	8	9	7
Tidak Setuju	2	1	2	1	1	1	1	0
Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0	0	0	0	0
Persentase Indeks		90%	84%	81%	85%	90%	89%	93%

Keterangan :

n=jumlah responden, Qi=pertanyaan ke i, w=bobot skala Likert

Upaya tindak lanjut program pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan menggelar “Peken Banyumasan” secara berkala, serta melakukan evaluasi penyelenggaraan berdasarkan masukan para stakeholders untuk perbaikan kegiatan di masa datang. Dari hasil kuesioner, beberapa masukan yang diberikan oleh para peserta kegiatan diantaranya memperpanjang durasi kegiatan selama 1-2 hari, menambah jumlah penerangan, *update* informasi di *feed* instagram secara rutin, memperbanyak media promosi melalui poster atau selebaran, serta menambah variasi *tenant*.

KESIMPULAN

Kegiatan “Peken Banyumasan” merupakan strategi inovasi berbasis seni dan budaya dalam usaha pemulihan UMKM di wilayah Kabupaten Banyumas. Berbagai pelatihan dan pendampingan yang diberikan kepada pelaku UMKM telah diterapkan dan mendapatkan respon positif dari masyarakat. Dari hasil kuesioner kepuasan, rata-rata kepuasan peserta yaitu 87% peserta menyatakan puas terhadap kegiatan “Peken Banyumasan”, bahkan kegiatan tersebut berdampak positif untuk pelaku usaha dan masyarakat sekitar Banyumas. Hal ini menunjukkan bahwa strategi telah berjalan dengan baik sesuai dengan hasil yang diharapkan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terimakasih atas berbagai pihak yang mendukung terselenggaranya program pengabdian kepada masyarakat, yaitu Kecamatan Banyumas, DPMPTSP Banyumas, Karang Taruna Sudagaran, Dinporabudpar Kabupaten Banyumas, Rumah Lengger, Praketa, Marta Bakery, DKV ITTP dan Kemendikbudristek melalui LPPM ITTP dengan nomor kontrak ITTel3720/LPPM-000/Ka.LPPM/VI/2022.

DAFTAR PUSTAKA

- Angkasawati and Devi Milasari (2021) ‘Pengembangan Pasar Tradisional Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Di Pasar Tradisional Boyolangu Kec. Boyolangu Tulungagung’, *Jurnal PUBLICIANA*, 14(1), pp. 169–187. doi: 10.36563/p.v14i1.296.
- Arianto, B. (2020) ‘Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19’, *ATRABIS: Jurnal Adminstrasi Bisnis*, 6(2), pp. 233–247.
- Fanataf, P. A., Tilaar, S. and Takumansang, E. D. (2020) ‘Analisis Keterjangkauan Masyarakat Terhadap Pasar Tradisional Di Kota Manado’, *Spasial*, 7(2), pp. 228–239.
- Gumulya, D. (2018) ‘Identifikasi keunggulan dan kelemahan umkm banten berbasis produk

kriya', *Dimensi*, 14(2), pp. 19–34.

Indrawati, T. and Yovita, I. (2014) 'Analisis Sumber Modal Pedagang Pasar Tradisional di Kota Pekanbaru', *Jurnal Ekonomi*, 22(1), pp. 1–8.

Istiatin and Fithri Setya Marwati (2021) 'Sosialisasi Berbagai Peluang Usaha UMKM dan Ekonomi Kreatif di Era New Normal di Dusun Pinggir Desa Telukan Sukoharjo', *Jurnal Budimas*, 03(01), pp. 129–140.

Jefri, U. and Ibrohim (2021) 'Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten', *Jurnal Manajemen STIE Muhammdiyah Palopo*, 7(1), pp. 86–99.

Merliana, V. and Kurniawan, A. (2016) 'Pengaruh Strategi Biaya Rendah dan Diferensiasi Terhadap Keberhasilan PT. Tahu Tauhid', *Jurnal Manajemen*, 15(2), pp. 217–242.

Rosmadi, M. L. N. (2021) 'Penerapan Strategi Bisnis di Masa Pandemi Covid-19', *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1), pp. 122–127.

Thania, B. M. *et al.* (2020) 'Respon Masyarakat Terhadap Keberadaan Pasar Kaget Rawasari Di Jakarta Pusat', *Jurnal Linears*, 3(1), p. Progress. doi: 10.26618/j-linears.v3i1.3179.

U, D. D. T. and Darwanto (2013) 'Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Semarang', *Ilmu ekonomi*, 2(4), pp. 1–40.