



Peningkatan Pengelolaan Promosi UMKM di Banyumas dalam Pameran Kesenian Budaya Peken Banyumasan

Galih Putra Pamungkas¹, Gilang Ramadhan², Aditya Wijayanto³

Institut Teknologi Telkom Purwokerto

Alamat: Jl. D.I Panjaitan No. 128 Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia

Korespondensi penulis: aditya.wijayanto@ittelkom-pwt.ac.id

Abstract. *The current MSME business development needs creativity. With it, the MSME development process will be more enthusiastic about creating innovations during this pandemic to help economic growth so that MSMEs can survive. Innovation can be as producing quality products at low costs and simple but effective sales techniques. MSMEs are one of Central Java's economy's important pillars, especially the Banyumas Regency. Therefore, to facilitate MSMEs with various creative promotional methods to maintain business continuity, we need more efforts. One way of promoting is through participation in MSME exhibitions. The number of historic buildings makes Banyumas a suitable location for implementing the MSME exhibition as a space for creative people to explore ideas, work and network. Therefore, under the fifth KPI, where the community uses the work of lecturers, the results of the research carried out should provide significant benefits for the surrounding community. The output targets of this PKMS are national community service seminars, national community service journals, mass media, activity videos, HKI, and increased partner empowerment. We expect this PKMS to produce innovations and creations that can increase the turnover of MSME business actors continuously and remain a solution for MSME partners in the years to come.*

Keywords: *Creative, Innovation, MSME*

Abstrak. Kreativitas sangat diperlukan dalam pengembangan bisnis UMKM saat ini guna membantu proses pengembangan UMKM kreatif agar lebih bersemangat dalam menciptakan inovasi di masa pandemi ini sehingga akan membantu pertumbuhan ekonomi agar UMKM dapat bertahan. Inovasi bisa berupa menghasilkan produk berkualitas dengan biaya rendah dan teknik penjualan sederhana namun efektif. UMKM merupakan salah satu pilar penting perekonomian Provinsi Jawa Tengah, khususnya Kabupaten Banyumas. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk memfasilitasi UMKM dengan berbagai macam cara promosi yang kreatif dan inovatif untuk mempertahankan keberlangsungan usaha. Salah satu cara promosi tersebut adalah lewat partisipasi dalam pameran UMKM. Banyaknya bangunan bersejarah menjadikan Kecamatan Banyumas lokasi yang cocok untuk pelaksanaan pameran UMKM sebagai ruang insan kreatif untuk mengeksplorasi ide, berkarya dan berjejaring. Maka dari itu, sesuai dengan IKU kelima dimana hasil kerja dosen digunakan oleh masyarakat, hasil riset yang dilakukan sebaiknya memberikan manfaat besar bagi masyarakat sekitar. Target luaran PKMS ini adalah seminar nasional pengabdian masyarakat, jurnal nasional pengabdian masyarakat, media massa, video kegiatan, HKI, dan peningkatan pemberdayaan mitra. PKMS ini diharapkan bisa menghasilkan inovasi dan kreasi yang dapat meningkatkan omset para pelaku usaha UMKM secara kontinu dan tetap menjadi solusi bagi mitra UMKM di tahun – tahun akan datang.

Kata kunci: *Creative, Innovation, MSME*

* Aditya Wijayanto, aditya.wijayanto@ittelkom-pwt.ac.id

LATAR BELAKANG

Menurut Darwanto (2013), kreatifitas dalam pengembangan di bisnis UMKM saat ini tentunya sangat diperlukan untuk membantu proses pengembangan UMKM Kreatif agar lebih semangat untuk menciptakan inovasi di masa pandemi ini sehingga akan membantu dalam pertumbuhan ekonomi dan agar dapat bertahan dalam situasi dengan fluktuasi yang kurang menentu. Selain itu dengan adanya inovasi, pelaku usaha juga bisa menghasilkan produk yang berkualitas tetapi dengan biaya yang rendah dan penjualan yang sederhana tetapi efektif (Merliana & Kurniawan, 2016). Inovasi juga tak terbatas pada strategi bisnis yang digunakan, namun juga bisa pada bentuk visual atau fisik produk itu sendiri sehingga menghasilkan prospek peluang yang menjanjikan dengan potensi kreatif tersebut. Oleh karena itu, jika terdapat sebuah bisnis yang tidak dapat bertahan lama ketika menghadapi masa pandemi ataupun berada di dalam persaingan, hal tersebut dapat terjadi jika pelaku usaha tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang peluang usaha yang ada dan tidak memiliki inovasi untuk berkreaitif terhadap usaha yang dijalkannya. Oleh karena itulah sebagai pelaku bisnis harus bisa memotivasi dirinya sendiri dan orang yang terlibat dalam usahanya sehingga dapat selalu inovatif dan kreatif dan dapat mewujudkannya terutama disaat adanya krisis global.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bidang yang memberikan kontribusi yang signifikan dalam memacu pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hal ini dikarenakan daya serap UMKM terhadap tenaga kerja yang sangat besar dan dekat dengan masyarakat disekitarnya. Tetapi UMKM yang ada di Indonesia masih menghadapi berbagai masalah antara lain masalah promosi, pemasaran, dan penjualan produk yang dihasilkan. Seiring perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, maka pameran juga telah dimanfaatkan untuk pemasaran. Kabupaten Banyumas merupakan Kabupaten yang ada di Provinsi Jawa Tengah dengan salah satu Kabupaten yang memiliki data UMKM dengan jumlah sebesar 8533 UMKM yang tersebar di seluruh bagian Kabupaten Banyumas. Kecamatan Banyumas adalah Kecamatan yang ada di Kabupaten Banyumas dengan sejarah sebagai mantan ibu kota Kabupaten memiliki sejarah yang kuat dan terdapat bangunan-bangunan sejarah yang memiliki nilai historis tinggi.

UMKM merupakan salah satu pilar penting bagi perekonomian Provinsi Jawa Tengah pada umumnya dan Kabupaten Banyumas khususnya, oleh karena itu perlu upaya untuk memfasilitasi UMKM dengan berbagai macam cara promosi yang inovatif dan kreatif untuk mempertahankan keberlangsungan usaha. Salah satu cara promosi adalah dengan berpartisipasi dalam pameran UMKM. Banyaknya bangunan bersejarah di Kecamatan Banyumas menjadikannya sebagai daerah yang cocok untuk melaksanakan kegiatan pameran, ruang insan kreatif untuk mengeksplorasi ide, berkarya dan berjejaring satu dengan yang lainnya. Salah satu tempat bersejarah yang terdapat di daerah Kecamatan Banyumas adalah Gedung Lengger yang ada di taman kota lama Banyumas.

Masalah yang sering dihadapi oleh para pelaku UMKM di daerah Banyumas adalah belum adanya pengetahuan dan keterampilan yang cukup dalam pengelolaan UMKM seperti tidak adanya wadah atau ruang dalam hal eksplorasi ide dan berjejaring dengan pelaku UMKM lainnya, selain itu pelaku UMKM juga masih kurang memahami terkait perencanaan usaha di masa yang akan datang. Kemudian pemanfaatan limbah limbah menjadi produk kreatif juga masih belum optimal sehingga UMKM yang berkecimpung dalam menjual produk-produk daur ulang masih tergolong sedikit

Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilakukan dalam kasus ini yaitu menekankan Inovasi dan Kreatif sebagai penghubung antara budaya lokal seperti makanan lokal, hasil kerajinan lokal, sejarah, serta budaya dengan circular dalam hal masa depan, teknologi dan smart City.

Inovasi dan kreatif akan meningkatkan omset serta eksposur para pelaku usaha UMKM. Dengan harapan, program ini akan berjalan secara kontinu dan tetap menjadi solusi bagi pihak UMKM di tahun-tahun yang akan datang dalam mewadahi pengembangan UMKM di daerah Banyumas sekaligus memperkenalkan budaya asli Banyumas yang diadakan setiap kegiatan pameran dilakukan

KAJIAN TEORITIS

Kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada. Kreativitas dapat diartikan juga sebagai kemampuan seseorang untuk menghasilkan sesuatu yang baru, baik yang benar-benar merupakan hal baru atau sesuatu ide baru yang diperoleh

dengan cara menghubungkan beberapa hal yang sudah ada dan menjadikannya suatu hal baru.

Kreativitas adalah kemampuan yang penting bagi manusia, baik dalam kehidupan pribadi maupun profesional. Kreativitas dapat membantu kita untuk memecahkan masalah, menemukan solusi baru, dan mengembangkan ide-ide yang inovatif (Munandar, 2009).

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Ini adalah kategori usaha yang merujuk pada skala usaha yang lebih kecil, baik dari segi jumlah karyawan, omset, atau aset. UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian suatu negara dengan memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pemberdayaan masyarakat.

Berikut adalah klasifikasi umum untuk UMKM berdasarkan kriteria jumlah karyawan dan nilai aset:

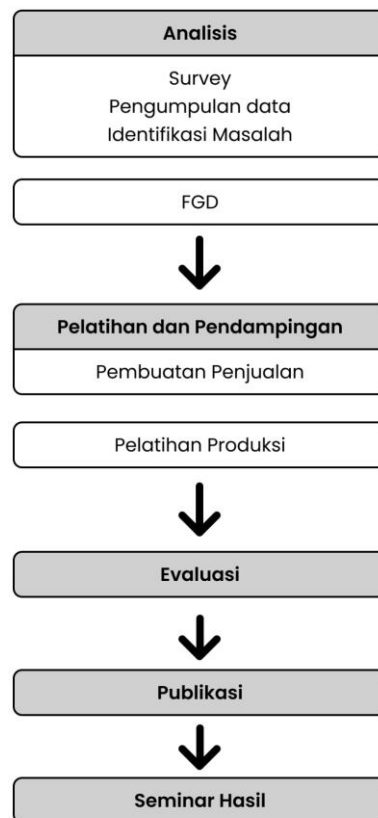
1. Usaha Mikro: Usaha dengan jumlah karyawan paling banyak 9 orang dan memiliki nilai aset paling banyak 50 juta Rupiah.
2. Usaha Kecil: Usaha dengan jumlah karyawan antara 10 hingga 49 orang dan memiliki nilai aset antara 50 juta hingga 500 juta Rupiah.
3. Usaha Menengah: Usaha dengan jumlah karyawan antara 50 hingga 499 orang dan memiliki nilai aset antara 500 juta hingga 10 miliar Rupiah.

UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian karena mereka membantu dalam mendistribusikan kekayaan ekonomi secara lebih merata, menciptakan peluang kerja bagi masyarakat, dan mendorong inovasi dan kreativitas dalam berbagai sektor usaha.

Contoh UMKM dapat meliputi berbagai jenis usaha seperti warung makan, toko kecil, produksi kerajinan tangan, pertanian skala kecil, jasa konsultasi, dan banyak lagi. Dalam banyak negara, termasuk Indonesia, pemerintah memberikan dukungan khusus untuk mengembangkan UMKM karena dampak positif yang mereka miliki terhadap perekonomian.

METODE PENELITIAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dijalankan dengan beberapa tahapan untuk menyelesaikan beberapa solusi terhadap permasalahan UMKM. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian masyarakat dimulai dari tahap analisis situasi dan kondisi mitra, kemudian melakukan pelatihan dan pendampingan dengan mitra. Setelah melakukan pelatihan dan pendampingan kemudian dilakukan evaluasi dan menghasilkan beberapa luaran dalam bentuk publikasi, seminar nasional, Hak Kekayaan Intelektual, Video, dan pembuatan Laporan. Prosedur pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar 1. Bagan Pelaksanaan Kegiatan

1. Analisis Situasi dan Kondisi Mitra

Ada tahap ini pelaksana pengabdian masyarakat melakukan survey, pengumpulan data, dan identifikasi masalah yang terjadi pada mitra, serta melakukan FGD (Focus Group Discussion) dengan mitra untuk jadwal pelaksanaan PMKS.

2. Tahap Pelatihan dan Pendampingan

Pada tahapan ini terdapat 2 tahapan yang dilakukan oleh pelaksana dalam kegiatan pengabdian masyarakat, yaitu :

a) Tahap Produksi

Memberikan Pelatihan mengenai proses pengelolaan bahan baku sampah menjadi bahan kreatif yang memiliki nilai jual Pelaksana melakukan pelatihan, pendampingan dan sarana untuk berkreasi dan berinovasi melalui program PKMS ini.

b) Tahapan Produksi

Memberikan Pelatihan mengenai proses pengelolaan bahan baku sampah menjadi bahan kreatif yang memiliki nilai jual.

c) Evaluasi

Pada tahap ini kegiatan kegiatan yang telah dilaksanakan akan dievaluasi oleh tim sendiri bersama dengan para mitra yang terlibat dan pihak LPPM Institut Teknologi Telkom Purwokerto terkait dengan kemajuan pelaksanaan kegiatan, selain itu dalam tahapan ini juga akan dilakukan evaluasi terhadap kendala dan masalah apa yang dialami oleh setiap orang yang terlibat dalam kegiatan tersebut pada saat pelaksanaan kegiatan di lapangan.

d) Publikasi dan Seminar Hasil

Setiap kegiatan yang dilakukan pada kegiatan pengabdian masyarakat akan didokumentasikan baik melalui visual maupun tulisan, sehingga terdapat beberapa luaran yang dihasilkan dari pengabdian masyarakat ini yaitu Publikasi Kegiatan, Seminar Nasional, HKI, Video, Media Massa dan Pembuatan Laporan. setelah itu akan dilakukan Seminar Hasil kegiatan Pengabdian Masyarakat yang kemudian ditutup dengan penyerahan Laporan Kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peken Banyumasan merupakan kolaborasi dari beberapa elemen seperti akademisi, pemerintah, UMKM, serta komunitas seni dan budaya lainnya yang bersinergi untuk menghidupkan kembali kota lama Banyumas. Konsep dari Peken Banyumasan sendiri adalah bertemunya pelaku UMKM, seniman, dan sejarawan dengan masyarakat. Acara ini tidak dibatasi untuk dihadiri oleh masyarakat Banyumas saja. Faktanya ada

masyarakat dari Kebumen, Purbalingga, dan daerah lain yang antusias mengikuti acara ini.

Peken Banyumasan sendiri telah dilaksanakan sebanyak beberapa kali dan diikuti oleh beragam stand UMKM yang menjual berbagai macam produk lokal seperti pakaian, makanan, kerajinan tangan, dan lain-lain. Melalui sistem kurasi yang dilaksanakan oleh pihak IT Telkom Purwokerto, jumlah dan jenis stand yang dapat berpartisipasi dalam satu rangkaian Peken dibatasi. Peken Banyumasan direncanakan dilaksanakan setiap 2 minggu sekali dengan tema yang berbeda-beda setiap kalinya.

Tidak hanya stand-stand UMKM, Peken Banyumas turut diramaikan oleh penampilan tari dan musik dari Rumah Lengger, penampilan akustik, talkshow dengan tokoh-tokoh budaya dan pengamat sejarah, serta penampilan hiburan lainnya. Pengunjung dan pelaku UMKM juga dapat berinteraksi dengan tokoh-tokoh serta pengamat budaya dan sejarah yang ada disana.



Gambar 2. Penampilan Tari dan musik di Rumah Lengger

Peken Banyumasan juga diadakan pada bulan Ramadhan di Pendopo Duplikat Si Panji Kecamatan Banyumas. Selain pameran UMKM, ada pameran kesenian yang memamerkan lukisan dan karya-karya lain dari seniman lokal. Peken Banyumasan spesial Ramadhan terbilang ramai karena ada banyak stand kuliner khas Banyumas, stand UMKM, serta lapak komunitas seniman Banyumas.

Pada Peken Banyumasan yang keempat pada Bulan Mei kemarin, tampak acara semakin meriah dengan semakin banyaknya lapak dagang masyarakat lokal dan stand-

stand UMKM yang semakin beragam mulai dari kuliner, kerajinan hingga barang-barang antik seperti lapak keris kuno. Peken Banyumasan keempat ini turut diramaikan oleh pertunjukan wayang dalang cilik dan lengger yang dipimpin oleh maestro lengger lanang Banyumasan yaitu Rianto.



Gambar 3. Stand-stand UMKM

Lewat Peken Banyumasan, UMKM memiliki kesempatan untuk semakin eksis lewat rangkaian acara yang menarik. Pengunjung dapat mengenal dan berinteraksi dengan banyak pelaku-pelaku UMKM lokal. Keberadaan UMKM semakin diketahui tidak hanya lewat interaksi dan promosi secara langsung selama Peken, melainkan lewat sosial media Peken Banyumasan, yaitu @pekenbanyumasan.

Selain berbelanja, pengunjung dalam mengenal lebih dalam seputar budaya-budaya dan sejarah Banyumasan. Salah satu budaya yang dikenalkan di Peken Banyumasan adalah Jemparingan, yaitu olahraga panahan khas Kerajaan Mataram. Bupati Banyumas, Achmad Husein, juga hadir pada Peken Banyumasan pada bulan Ramadhan kemarin dan sempat mencoba jemparingan didampingi oleh camat Banyumas, Oka Yudhistira. Ada juga lapak pelestarian keris budaya yang akan dengan senang hati menjelaskan kisah-kisah dibalik setiap kerisnya.

Saat ini Peken Banyumasan menuju acara yang ke-11, harapannya Peken Banyumasan mendapat perhatian lebih dari publik dan memperbesar peluang bagi Banyumas Kota Lama untuk menjadi objek wisata yang tentunya akan menguntungkan pelaku-pelaku UMKM lokal karena berpotensi mendatangkan pembeli-pembeli baru dari

berbagai daerah maupun negara. Faktanya salah satu stand UMKM di Peken Banyumasan diisi oleh WNA yang lama tinggal di Banyumas.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dengan dilakukannya kegiatan Peken Banyumasan sebagai salah satu solusi dalam pengelolaan UMKM yang ada di Kabupaten Banyumas, sangat memberikan dampak positif khususnya bagi para pelaku UMKM yang masih tergolong muda dalam menjalankan bisnisnya sehingga melalui adanya Peken Banyumasan ini masyarakat dapat mengenal lebih banyak UMKM yang menghasilkan produk inovatif dan kreatif. Selain itu pihak pelaku UMKM juga mendapatkan lebih banyak pengalaman dan pengetahuan dalam pengelolaan UMKM melalui sharing dengan pelaku UMKM lainnya yang juga ikut terlibat dalam kegiatan Peken Banyumasan ini. Sehingga ini merupakan wadah baru bagi mereka yang ingin mengembangkan bisnisnya sekaligus meningkatkan kualitas dari produk yang diciptakan melalui inovasi dan kreatifitas.

Saran pelaksana PMKS ini untuk para pelaku UMKM adalah untuk dapat memanfaatkan kegiatan Peken Banyumasan ini sebaik mungkin sebagai wadah dalam meningkatkan kualitas produk UMKM sehingga produk-produk yang dihasilkan dapat selalu berkembang seiring berjalannya waktu dan harapannya pihak UMKM dapat berkolaborasi dengan yang lainnya dalam pengembangan produk produknya. Untuk mitra yang terlibat dalam PMKS ini semoga kegiatan ini dapat menjadi kegiatan rutin yang dilakukan sehingga menjadi salah satu hal yang ditunggu tunggu oleh masyarakat baik dari sisi menikmati kegiatan keseniannya maupun menikmati produk produk dari UMKM yang akan terus bertambah dan antusias berkontribusi.

DAFTAR REFERENSI

- Darwanto, D. danuar T. U. (2013). Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Semarang. Ilmu Ekonomi, 2(4), 1–13.
- Merliana, V., & Kurniawan, A. (2016). Pengaruh Strategi Biaya Rendah dan Diferensiasi terhadap Keberhasilan PT Tahu Tauhid. Jurnal Manajemen Maranatha, 15(2), 217–242. <https://media.neliti.com/media/publications/115455-ID-pengaruh-strategi-biaya-rendahdan-difer.p>

<https://satudata.dinkop-umkm.jatengprov.go.id/>. (2021, 24 September). UMKM Kabupaten Banyumas. Diakses pada 18 Februari 2022, dari <https://satudata.dinkopumkm.jatengprov.go.id/data/umkmkabkota/Kabupaten%20Banyumas>

Munandar, U. S. (2009). Pengembangan kreativitas anak berbakat. Jakarta, Indonesia: Gramedia Pustaka Utama

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). Statistik UMKM Indonesia 2023. Jakarta, Indonesia: Kemenkop UKM RI.