

## MENGEMBANGKAN EKONOMI KREATIF DI KELURAHAN SIDOMUKTIKECAMATAN KISARAN BARAT KABUPATEN ASAHAN

Normansyah<sup>1</sup>, Aris Siregar<sup>2</sup>, Rosnaida<sup>3</sup>, Anshari Putra<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Asahan

email : unafenormansyah@gmail.com<sup>1</sup>, siregararis077@gmail.com<sup>2</sup>, rosnaidasemm@gmail.com<sup>3</sup>,  
anshariputa18@gmail.com<sup>4</sup>

### Abstrak

Ekonomi Kreatif menjadi era ekonomi baru dimana informasi, pengetahuan dan kreativitas menjadi faktor produksi utama bagi negara. Ini juga sebagai dampak dari struktur perekonomian dunia yang mengalami percepatan transformasi teknologi seiring dengan perubahan pola produksi dan konsumsi. Indonesia dikatakan memiliki kekayaan budaya dan alam berlimpah sebagai inspirasi dalam pengembangan ekonomi kreatif. Kunci utama tercapainya ekonomi kreatif terletak pada kualitas sumber daya manusia, tak terlepas juga dari berbagai faktor pendukung. Pengembangan ekonomi kreatif relevan dengan pembangunan jangka panjang untuk mewujudkan Indonesia yang Mandiri, Maju, Adil dan Makmur. Menerapkan ekonomi kreatif dalam segala sendi kehidupan, maka Bonus Demografi yang dimiliki Indonesia dapat ditransformasikan menjadi orang-orang kreatif sebagai pemeran utama. Indonesia memiliki empat tahapan jangka menengah, yang difokuskan untuk mewujudkan ekonomi kreatif, pada tahapan periode (2005-2009), diluncurkannya rencana untuk pengembangan ekonomi kreatif Indonesia. Periode (2010-2014), diarahkan untuk memperkuat kelembagaan dan meningkatkan daya saing dengan meningkatkan penguasaan iptek. Periode (2015-2019), meningkatkan daya saing ekonomi kreatif secara berkelanjutan di tingkat nasional dan global. Dan periode (2020-2024), memantapkan kembali daya saing, serta pemerataan kualitas hidup masyarakat Indonesia secara mandiri dan efisien.

**Kata Kunci :** Mengembangkan, Ekonomi, Kreatif

### Abstract

Creative Economy is a new economic era where information, knowledge and creativity are the main factors of production for the country. This is also the impact of the structure of the world economy which is experiencing accelerated technological transformation in line with changes in production and consumption patterns. Indonesia is said to have abundant cultural and natural wealth as an inspiration in the development of a creative economy. The main key to achieving a creative economy lies in the quality of human resources, which cannot be separated from various supporting factors. Creative economy development is relevant to long-term development to create an Indonesia that is Independent, Advanced, Just and Prosperous. Implementing the creative economy in all walks of life, the Demographic Bonus that Indonesia has can be transformed into creative people as the main actors. Indonesia has four medium-term stages, which are focused on realizing the creative economy, at the stage of the period (2005-2009), the launch of a plan for the development of Indonesia's creative economy. Period (2010-2014), aimed at strengthening institutions and increasing competitiveness by increasing mastery of science and technology. Period (2015-2019), increasing the competitiveness of the creative economy in a sustainable manner at the national and global levels. And for the period (2020-2024), to re-establish competitiveness, as well as equal distribution of the quality of life for the Indonesian people independently and efficiently.

**Keywords :** Development , Economy, Creative

### PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif adalah Mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan stock of knowledge dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Struktur perekonomian dunia mengalami transformasi dengan cepat seiring dengan pertumbuhan ekonomi, dari yang tadinya berbasis Sumber Daya Alam (SDA) sekarang menjadi berbasis SDM, dari era pertanian ke era industri dan informasi. Alvin Toffler (1980) dalam teorinya melakukan pembagian gelombang peradaban ekonomi kedalam tiga gelombang. Gelombang pertama

adalah gelombang ekonomi pertanian. Kedua, gelombang ekonomi industri. Ketiga adalah gelombang ekonomi informasi. Kemudian diprediksikan gelombang keempat yang merupakan gelombang ekonomi kreatif dengan berorientasi pada ide dan gagasan kreatif.

Menurut ahli ekonomi Paul Romer (1993), ide adalah barang ekonomi yang sangat penting, lebih penting dari objek yang ditekankan di kebanyakan model-model ekonomi. Di dunia dengan keterbatasan fisik ini, adanya penemuan ide-ide besar bersamaan dengan penemuan jutaan ide-ide kecil-lah yang membuat ekonomi tetap tumbuh. Ide adalah instruksi yang membuat kita mengkombinasikan sumber daya fisik yang penyusunannya terbatas menjadi lebih bernilai. Romer juga berpendapat bahwa suatu negara miskin karena masyarakatnya tidak mempunyai akses pada ide yang digunakan dalam perindustrian nasional untuk menghasilkan nilai ekonomi.

Howkins (2001) dalam bukunya *The Creative Economy* menemukan kehadiran gelombang ekonomi kreatif setelah menyadari pertama kali pada tahun 1996 ekspor karya hak cipta Amerika Serikat mempunyai nilai penjualan sebesar US\$ 60,18 miliar yang jauh melampaui ekspor sektor lainnya seperti otomotif, pertanian, dan pesawat. Menurut Howkins ekonomi baru telah muncul seputar industri kreatif yang dikendalikan oleh hukum kekayaan intelektual seperti paten, hak cipta, merek, royalti dan desain. Ekonomi kreatif merupakan pengembangan konsep berdasarkan aset kreatif yang berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Konsep Ekonomi Kreatif ini semakin mendapat perhatian utama di banyak negara karena ternyata dapat memberikan kontribusi nyata terhadap perekonomian. Di Indonesia, gaung Ekonomi Kreatif mulai terdengar saat pemerintah mencari cara untuk meningkatkan daya saing produk nasional dalam menghadapi pasar global. Pemerintah melalui Departemen Perdagangan yang bekerja sama dengan Departemen Perindustrian dan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) serta didukung oleh KADIN kemudian membentuk tim Indonesia Design Power 2006 2010 yang bertujuan untuk menempatkan produk Indonesia menjadi produk yang dapat diterima di pasar internasional namun tetap memiliki karakter nasional. Setelah menyadari akan besarnya kontribusi ekonomi kreatif terhadap negara maka pemerintah selanjutnya melakukan studi yang lebih intensif dan meluncurkan cetak biru pengembangan ekonomi kreatif.

## METODE

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah masyarakat di Kelurahan Sidomukti Kecamatan Kisaran Barat Kabupaten Asahan yang telah memiliki usaha Ekonomi Kreatif. Kegiatan Pengabdian Kepada masyarakat ini dilakukan dengan kegiatan ceramah dan metode pelaksanaan yang dilakukan adalah:

### a. Observasi dan Wawancara

Metode ini dilakukan dengan masyarakat dan para pelaku Ekonomi Kreatif di Kelurahan Sidomukti Dalam untuk melihat sejauh mana pemahaman dan pengetahuan mereka terhadap berbagai peluang usaha di masa krisis dan aktifitas pemasaran yang dapat dilakukan oleh UMKM di masa krisis dan terutama mempersiapkan pemasaran produk secara digital.

### b. Ceramah dan Diskusi

Metode ini dipilih agar penulis juga selaku pembicara dapat dengan mudah menyajikan konsep penting agar dapat dipahami dan dengan mudah para peserta dapat menguasainya. Metode ceramah melalui penyampaian presentasi dengan menampilkan gambar dan display yang menarik serta relatif padat, cepat, dan mudah dapat menarik perhatian peserta sehingga aktif melakukan diskusi. Materi-materi ceramah

### c. Demonstrasi dan Praktek

Metode ini menunjukkan proses pemasaran yang dapat dilakukan oleh para UMKM untuk menunjang pemasaran produk, dimana terdapat berbagai pembatasan ruang gerak seperti dengan penggunaan teknologi digital sebagai media pemasaran yang mudah dan tidak berbayar, melalui telepon pintar yang digunakan. Dengan ini peserta juga diajak aktif melakukan secara langsung program dari konsep yang diajarkan tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil kegiatan dapat terlihat bahwa, pelaksanaan pelatihan digital bagi pelaku Ekonomi Kreatif di Kelurahan Sidomukti Kecamatan Kisaran Barat Kabupaten Asahan dapat dilaksanakan dengan baik dan lancar sesuai dengan rencana yang telah ditentukan. Seluruh peserta menyatakan bahwa kegiatan pelatihan sangat bermanfaat karena dapat meningkatkan wawasan kewirausahaan yang profesional, mandiri dan tangguh. Pada akhirnya kegiatan ini sangat diharapkan dapat menambah pengetahuan dan keterampilan dalam melaksanakan Wirausaha di bidang Ekonomi Kreatif sehingga bisa melahirkan wirausahawan yang handal dan professional di Kelurahan Sidomukti pada khususnya. Setelah melakukan kegiatan pengabdian masyarakat mengenai edukasi tentang pelatihan bisnis Ekonomi Kreatif, maka masyarakat Kelurahan Sidomukti berupaya memasarkan produk Ekonomi Kreatif secara intensif terutama upaya pemasaran secara online melalui digital marketing yang sudah dikenal masyarakat secara luas.

Ekonomi kreatif di Kelurahan Sidomukti Kecamatan Kisaran Barat Kabupaten Asahan diharapkan tidak hanya mengenai penciptaan nilai tambah secara ekonomi, tetapi juga penciptaan nilai tambah secara sosial, budaya, dan lingkungan. Industri kreatif yang merupakan subsistem dari ekonomi kreatif menjadi penggerak dalam menciptakan nilai-nilai tersebut. Selama ini ekonomi kreatif terus berkembang seiring perkembangan teknologi informasi yang melahirkan industri kreatif tidak hanya menghasilkan produk-produk dari seni budaya, tetapi juga mulai menghasilkan produk-produk yang penting dalam kehidupan sehari-hari.

## SIMPULAN

Sosialisasi ini dilakukan untuk memberikan pemahaman bagi masyarakat dan pelaku Ekonomi Kreatif terkait dengan bisnis. Pelaku Ekonomi Kreatif juga diberikan motivasi untuk lebih mengedepankan inovasi dan orientasi global mengingat kedua faktor tersebut sangat menentukan keberhasilan dalam bersaing di pasar global. Keunggulan bersaing bagi pelaku bisnis khususnya Ekonomi Kreatif sangat ditentukan oleh kemampuannya dalam mengantisipasi globalisasi. Dalam sosialisasi ini penulis juga memaparkan pentingnya peran Ekonomi Kreatif dalam dunia digital marketing bagi perkembangan bisnis. Dengan konsep digital marketing, bentuk promosi yang diimplementasikan tidak lagi berupa program satu arah yang dilakukan perusahaan untuk konsumen, namun sudah menjadi interaksi dua arah.

Dewasa ini, Ekonomi Kreatif di Kelurahan Sidomukti Kecamatan Kisaran Barat tidak hanya menghasilkan produk-produk dari seni budaya, tetapi juga mulai menghasilkan produk-produk yang penting dalam kehidupan sehari-hari. Ekonomi Kreatif ini telah menunjukkan pertumbuhan yang lebih besar dari rata-rata pertumbuhan ekonomi global, termasuk juga kontribusinya dalam penciptaan lapangan pekerjaan, nilai tambah, dan jumlah usaha. Selain itu, ekspor produk Ekonomi Kreatif terus menunjukkan peningkatan.

Peluang Ekonomi Kreatif di Kelurahan Sidomukti Kecamatan Kisaran Barat yang cukup besar khususnya pada sektor UMKM. Untuk itu, sangat diharapkan adanya pendampingan dan pembinaan terhadap pelaku Ekonomi Kreatif oleh beberapa stakeholder yang ada. Tentunya, keberadaan pelaku Ekonomi Kreatif di Kelurahan Sidomukti Kecamatan Kisaran Barat sangat penting dalam rangka menunjang pendapatan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama dalam persaingan usaha Ekonomi Kreatif saat ini yang sangat kompetitif. Para pelaku Ekonomi Kreatif yang ada di Kelurahan Sidomukti Kecamatan Kisaran Barat sudah harus mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah Kabupaten Asahan, sebab mereka juga memiliki kontribusi dan turut andil dalam mengembangkan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Asahan.

## SARAN

Dalam rangka mengembangkan Ekonomi Kreatif maka, diharapkan para pelaku Ekonomi Kreatif di Kelurahan Sidomukti Kecamatan Kisaran Barat dapat menguasai teknik pemasaran secara digital sehingga dapat membuka terobosan baru dan pemerintah Kabupaten Asahan khususnya Dinas Koperasi, Perindustrian, Perdagangan dan Penanaman Modal dapat membuat regulasi yang diperlukan untuk memberikan peluang berkembangnya Ekonomi Kreatif di Kelurahan Sidomukti Kecamatan Kisaran Barat Kabupaten Asahan meliputi perbaikan sarana dan prasarana, akses perbankan, pembinaan SDM, Pengembangan Jaringan Usaha, Pemasaran dan Kemitraan Usaha serta perbaikan iklim ekonomi yang lebih baik untuk mendukung eksistensi masyarakat menghadapi persaingan ekonomi di tengah pasar global.

**UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Rektor Universitas Asahan, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Asahan serta Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Asahan yang telah memberikan dukungan secara moril sehingga penulis dapat menghasilkan jurnal pengabdian ini. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Pengelola Community Development Journal yang memberi review dan masukan atas terbitnya jurnal.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Anggraini, Nenny, 2002 Industri Kreatif. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Ikhsan, Sadik. 2011. Jurnal Analisis SWOT untuk Merumuskan Strategi Pengembangan Komoditas Karet di Kabupaten Pulang Pisau, Kalimantan Tengah. Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian: Universitas Lambung Mangkurat.
- Kurniawan, Lukiasuti Fitri; dan Muliawan, Hamdani. 2008. Manajemen Strategik dalam Organisasi. Yogyakarta: MedPress.
- Marimin. 2004. Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk. Grasindo: Jakarta.
- Pangestu, ME. 2008. "Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif Indonesia 2025". Departemen Perdagangan Republik Indonesia.
- Pusparini, H. 2011. "Strategi Pengembangan Industri Kreatif Di Sumatra Barat". Pasca Sarjana Universitas Andalas Padang.
- Rangkuti, Freddy. 2008. Analisa SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Salusu, J. 2000. Pengambilan Keputusan Stratejik. Jakarta: Gramedia.