

Pelatihan Ekonomi Kreatif untuk Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan bagi Pelaku UMKM di Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat

I Gede Adiputra*¹, Celine Kimnova², Robert³

^{1,2,3}Program Studi S1 Manajemen, Universitas Tarumanagara Jakarta, Indonesia

*e-mail: gedea@fe.untar.ac.id¹

Abstrak

Semakin menipisnya sumber daya alam dapat dimitigasi melalui kehadiran sumber daya manusia yang berkualitas. Dalam bidang pembangunan ekonomi, kewirausahaan agak terabaikan, padahal peranannya sangat penting. Kecamatan Lembang di Kabupaten Bandung Barat menggunakan strategi pengembangan ekonomi kreatif untuk meningkatkan jiwa kewirausahaan. Hal ini melibatkan pelaksanaan sesi pelatihan, ceramah, dan diskusi yang berfokus pada pengembangan pemikiran kreatif. Metode yang digunakan mengutamakan pertanyaan dan bimbingan yang berorientasi pada peserta. Tujuan Pelatihan Ekonomi Kreatif UMKM di Kabupaten Lembang adalah untuk menumbuhkan pola pikir kewirausahaan, dengan mempertimbangkan semakin berkembangnya tantangan global dan persaingan yang menuntut UMKM cerdas dan terampil. Penerima pengabdian kepada masyarakat yang dituju adalah para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat. Kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah, tutorial, diskusi, pendampingan berkelanjutan dan evaluasi. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan kegiatan ini berhasil, meskipun terdapat beberapa kendala dalam pelaksanaannya. Semua peserta memberikan umpan balik positif melalui pengisian formulir Google. Terlibat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat akan meningkatkan pemahaman dan keahlian para pelaku UMKM dalam menjalankan operasional usahanya, sehingga memudahkan mereka untuk terus tumbuh dan berkembang.

Kata kunci: Industri Kreatif, Kewirausahaan, Pengembangan

Abstract

The increasing depletion of natural resources can be mitigated through the presence of quality human resources. In the field of economic development, entrepreneurship is somewhat neglected, even though its role is very important. Lembang District in West Bandung Regency uses creative economic development strategies to increase the entrepreneurial spirit. This involves conducting training sessions, lectures and discussions focused on developing creative thinking. The method used prioritizes participant-oriented questions and guidance. The aim of the MSME Creative Economy Training in Lembang Regency is to foster an entrepreneurial mindset, taking into account the growing global challenges and competition that demand smart and skilled MSMEs. The intended recipients of community service are micro, small and medium enterprises (MSMEs) in Lembang District, West Bandung Regency. This activity is carried out using lecture, tutorial, discussion, ongoing mentoring and evaluation methods. The results of this community service activity show that overall this activity was successful, although there were several obstacles in its implementation. All participants provided positive feedback by completing a Google form. Being involved in community service activities will increase the understanding and skills of MSME players in carrying out their business operations, making it easier for them to continue to grow and develop.

Key words: Creative Industry, Development, Entrepreneurship

1. PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Upaya pemerintah Indonesia untuk menopang pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menghasilkan dua inisiatif utama, yaitu program kewirausahaan dan program kemitraan (Hasanah, 2015). Program kewirausahaan akan menjadi landasan pengembangan sumber daya manusia. Hal ini penting dan esensial karena sumber daya manusia berperan penting dalam mendorong pertumbuhan sebagai subjek atau aktor. Untuk mengatasi semakin menipisnya sumber daya alam, penting untuk memprioritaskan keberadaan sumber

daya manusia yang terampil dan mampu. Kewirausahaan agak diabaikan dalam bidang pertumbuhan ekonomi.

Kewirausahaan merupakan sifat yang melekat pada diri manusia dan mempunyai arti penting dalam penyelenggaraan perusahaan. Wirausahawan yang mempunyai pola pikir kewirausahaan mempunyai ciri-ciri dinamis, inovatif, dan mudah beradaptasi terhadap kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi (Dyanasari et al., 2018). Dengan menumbuhkan budaya kewirausahaan yang kuat, manajemen dapat terus meningkatkan efektivitasnya. Sejak tahun 2011, Pemerintah Indonesia telah mencanangkan Gerakan Kewirausahaan Nasional yang mendorong perluasan upaya pengembangan kewirausahaan di beberapa sektor, termasuk upaya pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta.

Tujuan dari pelatihan dan pengembangan kegiatan kewirausahaan adalah untuk menambah jumlah wirausaha di Indonesia sehingga dapat menumbuhkan perekonomian Indonesia yang kuat di masa depan. Kegiatan wirausaha ini bertujuan untuk melahirkan calon-calon wirausaha baru. Terlibat dalam aktivitas ini dapat mendorong perkembangan sifat psikologis seperti keterampilan mengambil keputusan dan kepercayaan diri. Dengan pendekatan ini diharapkan cita-cita menjadi wirausaha semakin meningkat.

Selain itu, pengembangan sifat kewirausahaan di berbagai tingkat masyarakat dan pendidikan diperkirakan akan menghasilkan individu luar biasa yang memiliki kualitas kewirausahaan yang khas, seperti kreativitas, inovasi, rasa percaya diri, kecenderungan mengambil risiko, dan fokus tanpa henti untuk mencapai hasil yang diinginkan (Achmad et al., 2016).

Dalam beberapa tahun terakhir, jumlah wirausaha di Indonesia, khususnya di kalangan generasi muda, telah menunjukkan peningkatan yang signifikan berkat kegiatan dan program kewirausahaan yang sedang berlangsung. Sejumlah besar generasi muda terinspirasi dan terdorong untuk menjadi wirausaha melalui penciptaan produk atau bisnis yang inovatif dan orisinal. Upaya kewirausahaan terkait erat dengan ekspresi kreativitas. Kreativitas merupakan proses kognitif yang dilakukan oleh individu yang mengarah pada penciptaan ide atau produk baru, atau kombinasi keduanya, yang kemudian disimpan dalam ingatannya (Rachmawati, 2005; dikutip dalam Destiani, 2016).

Kewirausahaan ditandai dengan pola pikir, perilaku, dan kemampuan untuk mengidentifikasi dan mengejar peluang menguntungkan yang membawa manfaat baik bagi diri sendiri maupun orang lain (Hasanah, 2015). Kewirausahaan menghasilkan dan menyediakan barang dan jasa yang sangat berguna dan praktis yang secara efektif memenuhi keinginan dan keinginan masyarakat.

Kreativitas dan inovasi merupakan elemen vital dalam ranah kewirausahaan. Kewirausahaan telah menjadi topik yang menonjol dalam pendidikan siswa di berbagai tingkatan, seperti pendidikan dasar, menengah, dan tinggi, dalam beberapa tahun terakhir. Industri kreatif menjadi penggerak utama kegiatan perekonomian di era ekonomi kreatif. Industri kreatif memiliki kemampuan untuk merangsang pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan mengembangkan berbagai prospek komersial di berbagai negara (Hubeis, 2009). Prospek yang melimpah dan perluasan bisnis kreatif harus dimanfaatkan secara efektif. Khususnya bagi generasi muda yang mempunyai peran penting dalam memajukan perekonomian bangsa. Namun demikian, masih banyak generasi muda yang belum menyadari tanggung jawab penting yang harus mereka emban dalam menentukan masa depan bangsa. Mempromosikan pengembangan individu yang tangguh dan inventif melalui pendidikan kewirausahaan dan mendorong kemajuan sektor imajinatif adalah hal yang sangat penting. Ide ini berpotensi untuk diterapkan baik di wilayah pedesaan maupun perkotaan. Potensi pemanfaatan sumber daya alam lokal sebagai bahan industri kreatif lebih tinggi di perdesaan dibandingkan di perkotaan. Sebaliknya, di perkotaan, sampah dapat dimanfaatkan sebagai sumber ekonomi bagi upaya kreatif, khususnya bagi generasi muda di berbagai lokasi.

Kurangnya pemahaman tentang kewirausahaan dalam industri kreatif dan kurangnya dukungan dari lembaga-lembaga yang memiliki keahlian merupakan aspek-aspek berpengaruh yang berkontribusi terhadap kurangnya kecenderungan generasi muda untuk mendirikan usaha kreatif guna menghadapi daya saing global (Ika Sari Dewi et al., 2019). Untuk meningkatkan

perekonomian lokal, penting untuk memberikan sosialisasi, pelatihan, dan dukungan kepada individu, sehingga memungkinkan mereka untuk mendirikan usaha yang inovatif.

Keputusan bisnis kreatif berbasis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) ini sangat cocok diterapkan di wilayah pedesaan yang mayoritas bercirikan lahan pertanian (Hubeis, 2009). Sayangnya, entitas-entitas korporat ekonomi ini belum mengalami pertumbuhan yang berarti akibat berbagai kelemahan dalam manajemen dan strategi pemasaran mereka. Kehadiran pelaku usaha UMKM merupakan aset ekonomi berharga yang berkontribusi terhadap pemberdayaan masyarakat lokal. Dalam beberapa tahun terakhir, jumlah wirausaha di Indonesia, khususnya di kalangan generasi muda, telah menunjukkan peningkatan yang signifikan, hal ini disebabkan oleh gerakan dan program kewirausahaan yang sedang berlangsung. Sejumlah besar generasi muda terinspirasi dan terdorong untuk menjadi wirausaha melalui penciptaan produk atau bisnis yang inovatif dan orisinal.

Temuan lapangan menunjukkan bahwa luasnya kegiatan usaha yang dilakukan UMKM kurang memiliki pola pikir kewirausahaan yang kreatif, inovatif, dan mandiri. Untuk memfasilitasi pertumbuhan pelaku UMKM, sangat penting untuk meningkatkan kompetensi mereka di berbagai bidang seperti identifikasi produk, pemasaran, dan pengelolaan modal, dengan tujuan menghasilkan output bernilai lebih tinggi.

1.2. Permasalahan Mitra

Kurangnya pengetahuan masyarakat dalam manajemen kewirausahaan dan pengembangan ekonomi kreatif, tim pengabdian kepada masyarakat memerlukan kegiatan pendampingan bagi mitra untuk memberdayakan masyarakat dalam mengelola usahanya secara efektif. Permasalahan yang diangkat dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah :

- a. Bagaimana menumbuhkan jiwa wirausaha yang kreatif, inovatif dan mandiri yang dapat mendukung keberhasilan usaha pelaku UMKM
- b. Bagaimana posisi usaha pelaku UMKM saat ini dibandingkan dengan pesaing yang ada
- c. Bagaimana sistem produksi yang dapat memperlancar kegiatan operasional usaha pelaku UMKM
- d. Bagaimana pemasaran yang efektif untuk memasarkan hasil produk pelaku UMKM
- e. Bagaimana mengelola tenaga kerja yang ada dalam melaksanakan kegiatan operasional pelaku UMKM.

1.3. Solusi Permasalahan

Berdasarkan permasalahan yang disampaikan pelaku UMKM peserta pelatihan dapat diberikan solusi sebagai berikut:

- a. Kreativitas adalah aspek mendasar dari semua organisasi bisnis, karena kreativitas bertanggung jawab untuk menghasilkan ide-ide baru yang mengarah pada pengembangan produk, layanan, bisnis, dan model inovatif. Tujuan utama kreativitas adalah untuk menghasilkan berbagai bentuk nilai tambah, yang pada gilirannya berkontribusi pada pertumbuhan, produktivitas, efektivitas, efisiensi, dan inovasi organisasi bisnis.
- b. Dengan menumbuhkan kreativitas akan merangsang berkembangnya inovasi terbaru. Inovasi adalah penerapan sistematis pemikiran kreatif untuk memecahkan masalah dan meningkatkan kehidupan sehari-hari. Teori inovasi merupakan kerangka teoritis yang mengeksplorasi transformasi sesuatu yang dianggap mustahil menjadi suatu kemungkinan. Inovasi adalah transformasi sesuatu yang sebelumnya dianggap mustahil menjadi kenyataan yang mungkin terjadi, didorong oleh kesadaran pengusaha akan perlunya perubahan dalam konteks yang sudah ada.
- c. Pengusaha mandiri menunjukkan semangat kewirausahaan melalui dedikasinya terhadap kemandirian, pencapaian tujuan yang diinginkan, tidak bergantung pada orang lain, dorongan untuk menjadi lebih produktif, dan keinginan untuk memaksimalkan potensi diri.
- d. Memahami posisi kompetitif UMKM dibandingkan pesaing mereka saat ini sangatlah penting karena akan memberikan masukan bagi pengembangan strategi bisnis yang efektif. Analisis SWOT merupakan pendekatan metodologis untuk mengidentifikasi permasalahan tersebut

dan menentukan taktik yang akan diterapkan oleh peserta UMKM. Analisis ini didasarkan pada premis bahwa strategi yang sukses akan mengoptimalkan kekuatan dan peluang sekaligus meminimalkan kelemahan dan bahaya.

- e. Sistem produksi adalah jaringan kompleks dari bagian-bagian yang saling terkait yang berkolaborasi untuk memenuhi tujuan yang diharapkan dari suatu bisnis atau perusahaan. Sistem produksi dirancang untuk menjamin kelancaran proses produksi hingga mencapai tujuan akhir.
- f. Pelaku UMKM harus menerapkan sistem produksi komprehensif yang mencakup aktivitas desain, pengadaan bahan, manufaktur, penyimpanan, layanan, dan pengiriman agar organisasi mereka dapat berjalan secara efektif.
- g. Dalam mempromosikan produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM, penting bagi UMKM untuk merancang secara cermat strategi pemasaran yang menjadi peta jalan untuk memastikan operasional produknya efektif dan efisien. Hal ini melibatkan identifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen, pemilihan target pasar, pemahaman persaingan pemasaran, dan pemilihan strategi pemasaran yang tepat.
- h. Alokasi sumber daya manusia yang efisien sangat penting bagi UMKM untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Penting untuk menyadari bahwa manajemen sumber daya manusia yang efisien sangat penting bagi keberhasilan pertumbuhan suatu perusahaan.

Perencanaan atau manajemen sumber daya manusia yang efektif melibatkan penilaian yang akurat terhadap kapasitas sumber daya manusia yang ada dan meramalkan kebutuhan sumber daya manusia di masa depan bagi perusahaan.

2. METODE

2.1. Bentuk/Jenis Metode Pelaksanaan

Proses pengenalan pengabdian kepada masyarakat kepada mitra khususnya pelaku UMKM di Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat diawali dengan melakukan peninjauan secara menyeluruh terhadap lokasi. Penilaian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana dan potensi kegiatan usaha, serta tantangan dan peluang pertumbuhan yang dihadapi oleh usaha mitra. Dalam menjalin hubungan dengan mitra UMKM, fokus utama pengembangan bisnis ke depan adalah pada pemasaran dan variasi produk. Oleh karena itu, fokus utamanya adalah memastikan dukungan terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif dan menerapkan metode pemasaran yang selaras dengan keunikan barang yang diproduksi. Materi yang diperlukan untuk memberdayakan mitra dalam menumbuhkan dan memperluas aktivitas perusahaannya adalah pelatihan Pemasaran Digital dan menumbuhkan pola pikir otonom. Proses pelatihan bagi mitra UMKM dilakukan dengan metode ceramah.

2.2. Langkah-Langkah/Tahapan Pelaksanaan

Kegiatan ini dilaksanakan tanggal 2-3 Juni 2024 melalui penggunaan teknik ceramah, tutorial, diskusi, pendampingan berkelanjutan, dan evaluasi. Berikut penjelasan lebih rinci mengenai pendekatan metodologi yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini:

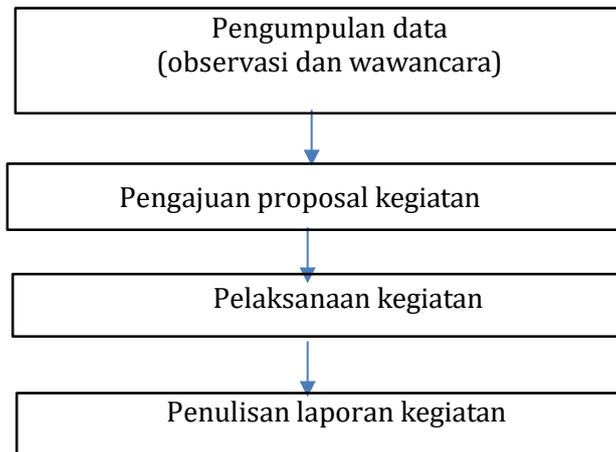
- a. Ceramah: Peserta mendapatkan informasi mengenai perekonomian global dan kontribusi masyarakat terhadap perkembangan perekonomian Indonesia di masa depan. Peserta diberikan insentif untuk mengembangkan pemahaman tentang pentingnya kewirausahaan bagi perekonomian Indonesia, khususnya di Kabupaten Lembang. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan semangat kewirausahaan peserta dan menginspirasi mereka untuk membentuk dan mengembangkan perusahaan yang inovatif.
- b. Tutorial: Peserta pelatihan mendapatkan materi pembelajaran perencanaan perusahaan inovatif yang memanfaatkan sumber daya alam dan limbah lokal. Isinya mencakup berbagai aspek, antara lain menganalisis potensi prospek bisnis, menentukan penawaran produk, mengelola keuangan, dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif.
- c. Diskusi: Peserta pelatihan berdiskusi mengenai tantangan yang dihadapi dalam

mengembangkan rencana bisnis, dengan tujuan agar mereka dapat membuat rencana bisnis yang efektif.

- d. Evaluasi: Pendekatan ini digunakan untuk menilai efektivitas program layanan yang dilaksanakan. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi peningkatan dan inisiatif tambahan yang harus diterapkan dalam program layanan mendatang.

2.3. Langkah-langkah Pelaksanaan Kegiatan

Tata cara pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Skema langkah-langkah kegiatan PKM

2.4. Partisipasi Mitra Dalam Kegiatan PKM

Pelaku UMKM yang terlibat dalam kemitraan pengabdian masyarakat antara lain pelaku usaha kuliner, kerajinan, dan tanaman hias, serta tokoh masyarakat, pengelola objek wisata, dan Karang Taruna di Kabupaten Lembang. Badan usaha tersebut antara lain pedagang cinderamata, penyedia catering, pedagang jajanan pasar, dan lain-lain. Keterlibatan mitra dalam program Pengabdian Kepada Masyarakat meliputi:

- a. Mitra adalah perusahaan yang menawarkan lokasi acara sosial dan berlokasi di Kabupaten Lembang.
- b. Mitra berperan sebagai peserta sosialisasi dan aktif terlibat dalam diskusi dan kegiatan tanya jawab.
- c. Mitra terlibat penuh dalam seluruh bagian program Pengabdian Masyarakat, termasuk mengidentifikasi masalah, mengorganisir program, menjadwalkan kegiatan, melaksanakan program, dan mengevaluasi kegiatan.

Tujuan utama dari Pengabdian Masyarakat ini adalah untuk mengedukasi dan memberikan pencerahan kepada masyarakat tentang Pengembangan UMKM. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk membekali masyarakat dengan pengetahuan dan pemahaman tentang peningkatan keterampilan dalam mengelola UMKM di Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat khususnya dalam hal Produktivitas dan Pendapatan. Koperasi Agro Purna Mitra Mandiri memfasilitasi kegiatan ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Yang Dicapai.

Hasil dari Pelatihan Ekonomi Kreatif untuk Menumbuhkan Pola Pikir Kewirausahaan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat menunjukkan bahwa individu dapat meningkatkan dan menerapkan kemampuan kreatif dan inovatifnya dalam usaha berusaha dengan memaksimalkan keterampilan dan mengubah

tantangan menjadi peluang melalui dedikasi yang kuat dari seorang wirausaha. Asal muasal kreativitas dan penemuan seorang wirausaha sering kali dimulai dengan serangkaian tindakan yang melibatkan replikasi dan reproduksi suatu perusahaan yang sudah mapan atau yang saat ini populer, yang kemudian berusaha mengubahnya menjadi suatu entitas yang baru dan khas. Pengusaha ideal ditandai dengan kreativitas dan inovasi, serta rasa kemandirian yang kuat.

Organisasi bisnis sangat menghargai kemampuan kreatif manusia sebagai suatu aset yang berharga. Kreativitas adalah pendorong mendasar kesuksesan organisasi komersial. Ini adalah elemen kunci yang mendorong pengembangan sumber daya manusia secara optimal dan meningkatkan daya saing organisasi. Kreativitas adalah aspek mendasar dari semua organisasi bisnis. Hal ini terlihat dari lahirnya ide-ide yang mengarah pada pengembangan produk, layanan, bisnis, atau model baru. Ide-ide ini merupakan hasil tindakan individu, kelompok, atau organisasi. Tujuan utama kreativitas adalah untuk menghasilkan berbagai bentuk nilai tambah, yang pada gilirannya berkontribusi pada pertumbuhan, produktivitas, efektivitas, efisiensi, dan inovasi organisasi bisnis. Kreativitas ini akan berfungsi sebagai metrik untuk mengevaluasi kinerja organisasi, di samping efisiensi, efektivitas, dan kebahagiaan kerja. Ini adalah kemampuan bawaan yang dapat dikembangkan pada usia berapa pun tanpa batasan. Kreativitas adalah kombinasi pemikiran inventif dan pengetahuan khusus yang berupaya menghasilkan ide-ide baru, khas, beragam, dan praktis. Tindakan kreatif mendorong munculnya ide-ide mutakhir. Inovasi adalah penerapan sistematis pemikiran kreatif untuk memecahkan masalah dan meningkatkan proses atau produk yang ada dalam kehidupan sehari-hari.



Gambar 2. Peserta pelatihan



Gambar 3. Peserta pelatihan



Gambar 4. Registrasi peserta

Berdasarkan tinjauan di atas, kreativitas dapat didefinisikan sebagai kombinasi pemikiran imajinatif dan keahlian, dengan tujuan menghasilkan ide-ide baru, berbeda, dan praktis. Tindakan kreatif mendorong munculnya inovasi terbaru. Inovasi adalah penerapan sistematis pemikiran kreatif untuk memecahkan masalah dan meningkatkan kehidupan sehari-hari. Teori inovasi berpendapat bahwa mengubah sesuatu yang dianggap mustahil menjadi kenyataan adalah hal yang mungkin dilakukan. Inti dari inovasi terletak pada transformasi apa yang sebelumnya dianggap mustahil menjadi kenyataan, seperti yang dirasakan oleh wirausahawan yang menyadari perlunya merevolusi norma-norma yang sudah ada. Penemuan-penemuan ilmiah, seperti penemuan telepon, menghasilkan terobosan-terobosan yang signifikan. Penemuan-penemuan ini didorong oleh ketidakpuasan terhadap teknologi yang ada, sehingga berujung pada terciptanya penemuan-penemuan baru dan unik. Inovasi-inovasi tersebut diharapkan dapat membawa perubahan besar bahkan radikal dalam kehidupan manusia. Inovasi biasanya muncul sebagai hasil dari ide-ide baru dan pengakuan terhadap peluang-peluang yang ada. Inovasi melampaui sekedar penciptaan dalam domain tertentu dan dalam kehidupan sehari-hari. Inovasi tidak hanya mencakup penciptaan ide atau produk baru, tetapi juga kemajuan dan peningkatan ide atau produk yang sudah ada.

Mengenai wirausaha mandiri, semangat kewirausahaan didefinisikan oleh dedikasi individu terhadap otonomi, mengejar tujuan yang diinginkan, menghindari ketergantungan pada orang lain, dorongan untuk meningkatkan produktivitas, dan memaksimalkan potensi manusia. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui seminar mempunyai pengaruh yang signifikan dan memberikan banyak manfaat. Mereka memungkinkan pemilik UMKM untuk memperoleh disiplin ilmu, memungkinkan untuk mempelajari dan mengajar kewirausahaan. Konsekuensinya, setiap individu diberi kesempatan untuk berkembang sebagai wirausaha. Untuk mencapai kesuksesan sebagai wirausaha, memiliki keterampilan saja tidaklah cukup; seseorang juga harus memiliki pemahaman komprehensif tentang semua aspek usaha bisnis yang dipilih. Seorang wirausaha memiliki banyak tanggung jawab, seperti pengambilan keputusan, kepemimpinan teknis, kepemimpinan organisasi dan komersial, dan menyediakan keuangan.

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan melakukan sosialisasi kepada pelaku UMKM di Kecamatan Lembang tentang konsep ekonomi kreatif melalui pemanfaatan limbah/sampah domestik:

3.2. Ceramah

Sesi perkenalan terdiri dari ceramah yang berfokus pada pengenalan kepada peserta mengenai perekonomian global dan menekankan pentingnya generasi muda dalam membentuk perekonomian masa depan Indonesia. Peserta diberikan insentif untuk mengembangkan pemahaman tentang pentingnya kewirausahaan, sehingga meningkatkan dorongan kewirausahaan dan menumbuhkan keinginan untuk meluncurkan dan mengembangkan perusahaan yang inovatif. Presenter menyampaikan konten menggunakan PowerPoint (PPT) yang ditampilkan di layar komputer (materi terkoneksi).

3.3. Tutorial

Tutorial ditawarkan untuk memberikan instruksi tentang perencanaan perusahaan yang kreatif, khususnya berfokus pada pemanfaatan sumber daya alam dan limbah lokal. Tutorialnya mencakup beberapa aspek, antara lain analisis potensi bisnis, penentuan produk, pengelolaan keuangan, dan pemasaran. Pelaksana PKM mendemonstrasikan pemanfaatan sampah untuk meningkatkan nilai barang yang diciptakannya.

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan ekonomi kreatif dan inisiatif pengelolaan sampah, daur ulang limbah untuk menghasilkan berbagai souvenir yang estetik dan menarik. Prestasi ini memberikan manfaat tersendiri bagi oknum-oknum yang terlibat di wilayah Kecamatan Lembang. Pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan keterampilan masyarakat setempat dalam pengelolaan sampah dan berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan mereka.

3.4. Diskusi

Setelah pemberian materi, langkah pertama adalah melakukan diskusi dengan peserta pelatihan melalui dua sesi terpisah. Sesi pertama terdiri dari tiga orang yang mengajukan pertanyaan, sedangkan sesi kedua juga melibatkan tiga orang penanya. Pada sesi tanya jawab, presenter atau tim pengabdian mengumpulkan seluruh pertanyaan yang diajukan pada setiap sesi dan selanjutnya memberikan penjelasan atau tanggapan atas pertanyaan tersebut. Dalam pelatihan ini, banyak sekali peserta yang aktif terlibat dalam proses tanya jawab. Beberapa peserta mengajukan pertanyaan, sementara yang lain menawarkan perspektif alternatif atau jawaban atas pertanyaan yang diajukan oleh rekan-rekan mereka.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, kami memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara keseluruhan, upaya ini berhasil, meskipun menghadapi beberapa tantangan implementasi. Seluruh peserta memberikan respon positif saat mengisi Google form.
2. Penyelenggaraan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang difokuskan pada Pelatihan Ekonomi Kreatif di Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keahlian para pelaku UMKM sehingga dapat memperluas operasional perusahaan secara efektif.
3. Terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang fokus pada pembinaan pola pikir kewirausahaan dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan para pelaku UMKM dalam menjalankan operasional usahanya. Antisipasi kehadiran acara seminar dan sesi pelatihan teknis yang berfokus pada pengembangan kreativitas, pengembangan inovasi, dan pengembangan kemandirian di kalangan calon wirausaha.
Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan manfaat tersendiri bagi mitra yang terlibat di wilayah Kecamatan Lembang. Pelatihan ini mampu meningkatkan keterampilan masyarakat setempat dalam pengelolaan sampah dan berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, N., Saputro, E., & Handayani, S. (2016). *Kewirausahaan Di Era Digital*. Jakarta: Direktorat Penelitian Pengabdian Masyarakat Dirjen Dikti.
- Destiani, D. P. (2016). Penerapan Marketing Publik Relations pada Industri Farmasi Sebagai Strategi Dalam Peningkatan Daya Saing Industri Farmasi Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Daya Saing Industri.
- Dyanasari, & Asnah. (2018). *Buku manajemen Usaha Kecil dan Kewirausahaan* .
- Hapsari, D., & A.N., H. (2017). Model Pembukuan Sederhana Bagi Usaha Mikro Di Kecamatan Kramatwatu Kabupaten Serang. *Jurnal Akuntansi*, 4(2), 36.
- Hasanah, M. (2015). *Pengaruh Pemberian Hadiah Dan Punishment Terhadap Motivasi Belajar Mata Pelajaran IPS Siswa Kelas V NU Pakis Malang*. Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Hasyim, D. (2013). Kualitas Manajemen Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) (Studi Kasus Pada Distribution Store (Distro) Di Kota Medan). *Jurnal Jupiis*, 5(2).
- Hubeis, M. (2009). *Prospek Usaha Kecil dalam Wadah Inkubator Bisnis*. Ghalia Indonesia.
- Ika Sari Dewi, S. S. , M. Si., & I.K. Sihombing, M. S. (2019). *Buku Kewirausahaan dan Manajemen Strategis UKM Pedesaan* (Bidang Ilmu Ekonomi).
- Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).