

**Knowledge Transfer Industri Kreatif
Kerajinan Tangan Dari Kantong Kresek
Pada Komunitas Pengusaha Tangguh & Mandiri (KOSTARI)**

**Meci Nilam Sari¹, Nadia Angraini², Azmen Kahar³,
Rika Septrizarty⁴, Dabitha Wise Maliha⁵**

^{1,2,3,4,5} *Administrasi Bisnis, STIA Adabiah Padang, Indonesia*

Corresponding Author

Nama Penulis: Meci Nilam Sari

E-mail: mecinilam38@gmail.com

Abstrak

Industri kreatif pada zaman modern revolusi 4.0 banyaknya UMKM yang produktif dalam meningkatkan usahanya, dengan adanya UMKM yang produktif ini membuat semua unsur pihak untuk saling bersaing baik dari segi produk, kualitas, dan kreatifitas dari masing-masing usaha. Salah satunya adalah KOSTARI dimana komunitas tangguh dan mandiri ini memberikan wadah untuk semua UMKM yang tergabung disana dengan melakukan pelatihan membuat tanaman hias dengan memanfaatkan limbah kantong plastik. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah dengan melakukan sosialisasi, persiapan pelatihan, edukasi industri kreatif, serta kegiatan pelatihan yang diawali terlebih dahulu dengan pemberian materi mengenai pentingnya peranan industri kreatif dalam peningkatan mutu UMKM di kota padang. Hasil dari penelitian ini adalah dimana limbah kantong plastik tidak lagi menjadi barang yang terbuang tapi bisa menjadi sebuah produk yang bernilai jual tinggi dan mampu bersaing nantinya dengan industri kreatif lainnya. Saran untuk para peneliti dan KOSTARI dalam PKM selanjutnya agar dapat mengembangkan PKM ini dengan bentuk olahan limbah kresek lainnya dan pemasaran digital dengan cara beriklan melalui platform digital lainnya.

Kata kunci: Industri kreatif, UMKM, Limbah Plastik

Abstract

In the creative industry, in the modern era of revolution 4.0, there were many MSMEs that were productive in increasing their business. The existence of these productive MSMEs made all elements of the parties compete with each other both in terms of product, quality and creativity of each business. One of them is KOSTARI where this tough and independent community provides a platform for all MSMEs who are members of it by conducting training on making ornamental plants by utilizing plastic bag waste. The method used in this community service activity is to socialize, prepare for training, educate the creative industry, as well as training activities which begin with the provision of material regarding the importance of the role of the creative industry in improving the quality of MSMEs in the city of Padang. The result of this research is that plastic bag waste is no longer a wasted item but can become a product that has high selling value and is able to compete later with other creative industries. Suggestions for researchers and KOSTARI in the next PKM are to be able to develop this PKM with other forms of processed plastic waste and digital marketing by way of advertising through other digital platforms.

Keywords: Creative industry, MSMEs, Plastic Waste

PENDAHULUAN

Industri kreatif 5.0 pada zaman sekarang ini telah membuat semua aktivitas kehidupan di semua sektor menjadi lebih baik dan dipermudah karena proses dari digitalisasi yang ada termasuk pada usaha mikro kecil dan menengah atau yang biasa disebut dengan UMKM, maju atau tidaknya sebuah wilayah atau daerah bisa dilihat dari keadaan majunya sebuah UMKM dalam perekonomian daerah tersebut. Pada industri kreatif tidak semua pihak dapat menerapkan bahkan mengaplikasikan pengetahuan yang mereka dapat. Di sisi lain, kecanggihan teknologi digital juga berpengaruh pada faktor usia, proses produksi, dan berdampak kepada pengurangan pegawai pada sebuah perusahaan yang berakibat juga meningkatnya angka pengangguran. Oleh karena itu dengan adanya UMKM yang kreatif mampu dalam menyerap tenaga manusia yang akan berdampak kepada peningkatan profit pada UMKM tersebut.

Pada revolusi industri 4.0, terjadi penggabungan teknologi otomatis dan cyber sehingga dalam aktifitas bisnis terjadi otomatisasi serta pertukaran data (automation and data exchange). Seperti diketahui bahwa pada revolusi industri 4.0 ini banyak perusahaan yang telah menerapkan konsep digitalisasi/otomatisasi dalam setiap proses operasionalnya. Perkembangan teknologi digital telah memberikan pengaruh signifikan pada sektor ekonomi kreatif di Indonesia. Pemanfaatan teknologi digital sudah dapat dirasakan dampaknya di berbagai sub sektor seperti desain, musik, seni rupa dan sub sektor lainnya (Putra, C.N, 2018). Ekonomi kreatif (ekraf) adalah konsep ekonomi baru yang menghasilkan produknya melalui optimalisasi ide kreatif, bakat individu, keterampilan, dan inovasi. Ekraf mulai berkembang menjadi tulang punggung perekonomian di Indonesia seiring dengan turunnya kontribusi sektor migas terhadap perekonomian Indonesia. Ekraf mampu menjadi sumber pertumbuhan dan kekuatan baru bagi perekonomian nasional yang berkelanjutan karena ide, daya kreasi dan inovasi merupakan sumber daya terbarukan dan tidak terbatas yang tidak pernah berhenti untuk selalu memberikan nilai tambah terhadap produk yang dihasilkan. Motor penggerak dari ekonomi kreatif adalah industri kreatif. Secara ekonomi, peran industri kreatif dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu kontribusi terhadap pendapatan nasional dan penyerapan tenaga kerja menurut (Rofaida, dkk 2019).

Industri kreatif adalah industri yang mengandalkan talenta, ketrampilan, dan kreativitas yang merupakan elemen dasar setiap individu. Unsur utama industri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui melalui penawaran kreasi intelektual. Industri kreatif dalam pengembangannya di lapangan membentuk industri-industri kreatif sesuai dengan sektornya. Salah satu alasan dari pengembangan UMKM berbasis industri kreatif ekonomi kreatif adalah adanya dampak positif yang akan berpengaruh pada kehidupan sosial, iklim bisnis, peningkatan ekonomi, dan juga berdampak pada citra suatu kawasan tersebut, dalam konteks pengembangan ekonomi kreatif pada kota-kota di Indonesia menurut Hesty, dkk (2020), industri kreatif lebih berpotensi untuk berkembang pada kota-kota besar atau kota-kota yang telah "dikenal" seperti Kota Padang tempat orang-orang yang terkenal akan pengusaha dan jiwa dagangnya. Hal ini terkait juga dengan ketersediaan sumber daya manusia yang handal dan juga tersedianya jaringan pemasaran yang lebih baik

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah dengan melakukan sosialisasi, persiapan pelatihan, edukasi industri kreatif, serta kegiatan pelatihan yang diawali terlebih dahulu dengan pemberian materi mengenai pentingnya peranan industri kreatif dalam peningkatan mutu UMKM di kota padang, kemudian pelaksanaan pelatihan dengan pemanfaatan kantong kresek yang di daur ulang menjadi aneka kerajinan seperti bunga dan daun. Setelah itu melakukan pelatihan pemasaran melalui situs online, dimana UMKM dikenalkan dan diarahkan untuk bergabung dengan situs online atau media sosial yang ada. Kegiatan dipandu oleh narasumber (tenaga Ahli) yang memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam bidang bisnis dengan olahan kantong kresek dan pemasaran

digital. fasilitator pelatihan juga dibantu dengan seperangkat alat seperti double tape, kresek, kawat, strik, hp, dan alat lainnya yang mendukung pelatihan ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2008 Pengertian Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah suatu usaha yang dijalankan oleh orang perorangan maupun sekelompok orang dalam skala kecil. Undang-undang tersebut juga menekankan bahwa usahamikro merupakan salah satu bentuk usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usahaperorangan yang sesuai dengan kriteria usaha mikro. Selanjutnya dijelaskan pula mengenai usaha kecil, yaitu suatu bentuk usaha produktif yang berdiri sendiri (mandiri), yang dilakukan oleh orang per orang atau sekelompok orang atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik secara langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil.

Creative Industry berdasarkan referensi asing adalah sebagai berikut: Creatives Industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill & talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property. This includes: advertising, architecture, the art and antiques market, crafts, design, designer fashion, film and video, interactive leisure software, music, the performing arts, publishing, software and computer services, television & radio. Definisi lain yang menyangkut industri kreatif adalah creativity, skill, dan talent, yaitu:

- *Creativity (or creativeness) is a mental process involving the generation of new ideas or concepts, or new associations between existing ideas or concepts.*
- *A Skill is the ability or talent to perform a task well or better than average.*
- *Talent is a personal gift/skill.*

Perkembangan UMKM tidak lepas kaitannya dengan sebuah komunitas untuk menunjang pertumbuhan sebuah bisnis dengan mendapatkan profit yang diinginkan setiap tahunnya. komunitas pada masa sekarang perlu menyiapkan strategi pengelolaan dan pengembangan sumber daya manusia yang berbasis pada tuntutan perubahan berkelanjutan, kompetisi, dan kompetensi. Kehidupan organisasi modern era “googelisasi” tidak lagi sekedar beradaptasi dengan lingkungannya, tetapi dituntut untuk belajar secara berkesinambungan untuk membangun keunggulan dan daya saing, melalui transformasi dan pemberdayaan manusia bersumber daya dengan membangun industri kreatif pada komunitasnya. UMKM mulai beranjak menjalani kegiatan usahanya yang awalnya bermula dari *offline shop/ door to door*, sekarang beranjak menjadi *online shop*. Setiap pemilik usaha harus melakukan *online shop* karena dampak dari pandemi menurut (Meci, dkk 2021).

Selama bertahun-tahun industri kreatif menjadi salah satu sektor yang menjajika di UMKM Indonesia terutama kota Padang. Pentingnya industri kreatif bagi UMKM adalah agar nantinya setiap UMKM mampu untuk bersaing dan menjaga eksistensinya di sektor yang mereka inginkan. Pada Pelatihan pengabdian masyarakat ini dihadiri oleh semua anggota Komunitas pengusaha tangguh dan mandiri atau yang biasa disebut dengan KOSTARI. Peserta pada PKM ini berjumlah 40 orang yang didominasi oleh kaum ibu-ibu atau wanita dimana sebagian besar anggotanya berasal dari sektor *handscraft*. Pada PKM ini dipilih KOSTARI karena sangat tepat mengingat UMKM di daerah kurangi Padang adalah salah satu terbesar dari semua kecamatan yang ada di kota Padang. Materi yang diberikan pada PKM ini adalah bagaimana mengolah limbah plastik dan membedakan limbah plastik yang bagus untuk di produksi, baik dari segi jenis kresek, ketebalan, dan juga dari warna kresek itu sendiri sehingga nantinya akan tercipta tanaman hias yang mempunyai nilai jual, kreatif dan juga inovasi. Selain menyajikan materi dalam segi bahan baku, PKM ini juga memberikan ilmu untuk dalam bermedia sosial untuk dapat mempromosikan produknya bukan hanya *offline* tetapi juga melakukan pemanfaatan media sosial secara *online* dengan memposting hasil karya anggota KOSTARI baik di facebook, instagram, atau Tiktok. PKM yang dilakukan dengan menjaring komunitas yang bermanfaat dan aktif untuk membangun jiwa bisnis pada setiap anggota KOSTARI. Dari gambar dibawa ini terlihat anggota

KOSTARI begitu semangat dalam menimba ilmu pada pelatihan UMKM untuk pengabdian masyarakat ini, yaitu sebagai berikut:



Gambar 1
Anggota KOSTARI Padang

Handscraf merupakan salah satu sektor UMKM yang sangat diminati di Indonesia, mengingat Indonesia penuh dengan kreatifitas dan juga inovasi pada setiap produk yang ada termasuk kerajinan tangan yang dapat di olah dari berbagai bahan seperti kantong kresek. Limbah plastik yang sangat meresahkan di Indonesia dan Dunia, membuat pakar seni kreatif dan UMKM berbondong untuk mengolah kantong tersebut menjadi barang jadi yang memiliki nilai jual. Seperti contoh dibawah ini, sebuah kantong kresek yang biasanya menjadi limbah sampah sekarang di daur ulang dengan kerajinan membuat sudut ruah menajdi lebih cantik dan menawan dengan pesona kerajinan tanganya yang ada. Salah satu contohnya adalah sebagai berikut:



Gambar 2.
Hasil Limbah Kresek Menjadi Tanaman

Pada gambar diatas tidak tampak seperti olahan sampah dari kantong kresek, ternyata olahan kantong kresek ini menjadikan salah satu potensi untuk mengembangkan UMKM pada sektor *Handscraft* langkah-langkah dalam pembuatan tanaman hias ini adalah sebagai berikut:

- **Alat dan bahan: kresek**, kawat, lem lilin, alat tembak, alas strikaan, strika, vas bunga, batu atau pasir, *sterofoam*, Dll
- **Proses pembuatan:**
 1. Kantong kresek digunting sesuai dengan pola yang diinginkan
 2. Strika kantong kresek dengan menggunakan alas kain hingga menempel
 3. Susun pola daun atau bunga tadi hingga berbentuk sebuah tanaman
 4. Lem semua bagian dan disatukan menggunakan kawat yang ada
 5. Bunga dan daun yang sudah jadi di susun di vas bunga dan di tata menggunakan batu agar terlihat nyata dan rapi.

Berikut adalah proses pembuatan pada pelatihan olahan kantong kresek yang dilakukan oleh komunitas pengusaha tangguh dan mandiri atau yang biasa disebut dengan KOSTARI, pada pelatihan ini semua aktif dan antusias dalam pengolahan kantong kresek agar dapat dijual kembali seperti hari besar lebaran, hari spesial atau hari guru, dan moment lainnya, berikut adalah gambar yang dapat menjelaskan secara detail proses pembuatan tanaman hias dari kantong kresek:



Gambar 3
Proses Pembuatan Tanaman Hias Dari Kantong Kresek

Antusias KOSTARI memberikan warna tersendiri pada pengembangan mutu SDM pembisnis dalam pengolahan limbah kresek menjadi tanaman hias yang memiliki nilai jual. Oleh karena itu dengan pelatihan ini dapat membangun industri kreatif dan mandiri serta dimana pelaku UMKM yang kebanyakan adalah wanita, maka ibu – ibu dan wanita. Wanita pengusaha membuka bisnis dan konsen membangun bisnisnya agar dapat mempunyai asset dimasa tua nanti. Selain itu dengan membuka usaha maka wanita pengusaha juga dapat mengurangi pengangguran dengan menciptakan lapangan usaha yang produktif bagi mereka yang membutuhkan pekerjaan menurut (Sari.N.M 2017). Wanita pegusaha ini juga dapat membantu perkonomian keluarga dengan cara mengandalkan kreatifitas yang mereka dapat pada saat pelatihan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini juga harus dilakukan dengan sistem berkelanjutan agar nantinya bisa terlihat proses nya secara detail dan lebih terpantau ilmu yang telah diberikan oleh fasilitator. Diharapkan kedepanya masyarakat bisa bekerja sama menjual hasil produk dari KOSTARI dan anggota KOSTARI juga dapat membagikan ilmunya kepada tenaga kerja yang membantu mereka untuk pemasaran baik secara *offline* maupun *online*.

UMKM mulai beranjak menjalani kegiatan usahanya yang awalnya bermula dari offline shop/ door to door, sekarang beranjak menjadi *online shop*. Setiap pemilik usaha harus melakukan online shop karena dampak dari pandemik. zaman dari hari ke hari selalupun termasuk dari segi promosi usahanya menurut (Sari, dkk 2022). Pada dasarnya bermain dalam dunia digital sama halnya dengan bermain usaha dalam dunia *offline*. Dimana Pelaku bisnis harus mempunyai etika didalam berbisnis agar nantinya dapat menjaga alur dan juga pesaingan terhadap kompetitor. Etika bisnis mempunyai banyak kegunaan antara lain adalah menciptakan sikap yang jujur, adil, transparansi, dan sikap saling mengharga dalam proses menjalankan bisnis menurut pendapat (farlina,dkk 2021).

KESIMPULAN DAN SARAN

Komunitas Pengusaha Tangguh Dan Mandiri atau yang biasa di singkat dengan KOSTARI adalah sebuah komunitas yang membina dan mendukung UMKM untuk maju dan berkembang, pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk mendukung kreatifitas dan inovasi setiap UMKM di KOSTARI. Pelatihan ini di hadiri oleh 40 orang anggota KOSTARI, bentuk pelatihanya adalah pemanfaatan limbah kantong kresek yang di jadikan sebuah tanaman hias yang dapat dirangkai seperti bunga, daun, batang, dll. PKM ini dilakukan untuk dapat diperjual belikan hasil karya anggota KOSTARI nantinya dan sebagai bentuk peningkatan *profit* bagi anggota KOSTARI itu sendiri. Saran dari penulis untuk KOSTARI adalah untuk dibuat pelatihan pada *digital marketing* dalam beriklan sebagai bahan promosi pada *platform digital* lainnya. Dan dari hasil PKM olahan limbah plastik ini, dan untuk para

peneliti dalam PKM selanjutnya agar dapat mengembangkan PKM ini dengan bentuk olahan limbah kresek lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih saya ucapkan kepada Komunitas Pengusaha Tangguh dan mandiri (KOSTARI) yang telah memberikan waktu dalam proses pelatiba, Terima kasih juga kepada unsur pimpinan dan keluar besar STIA Adabiah padang yang selalu mendukung proses penelitian hingga berjalan dengan lancar sampai sekarang ini. Dan spesial terima kasih saya ucapkan kepada rekan yang telah membantu proses pengabdian ini.

Daftar Pustaka

- Ananda, A. D., & Susilowati, D. (2017). PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BERBASIS INDUSTRI KREATIF DI KOTA MALANG. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 1(1), 120–142. <https://doi.org/10.22219/jie.v1i1.6072>
- Azmen Kahar, Rika Septrizarty, Asrul Mulyadin, Meci Nilam Sari, & Dabitha Wise Maliha. (2022). MENINGKATKAN GAIRAH USAHA KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DENGAN PERANTARA EKSTERNAL DAN MENGEMBANGKAN POTENSI INTERNAL. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 4427–4434. Retrieved from <https://www.bajangjournal.com/index.php/J-ABDI/article/view/2992>
- DeNatale, Douglas and Gregory H.Wassal, 2007, *The Creative Economy: The New Definition "A Research Framework for New England and Beyond, Including an Economic Analysis of New England's Cultural Industries and Workforce"*, NewEngland Foundation for the Arts.
- Farlina, W. ., Nilam Sari, M. ., & Nadia. (2021). Dampak Covid- 19 Terhadap Profit Pengusaha Wanita di Kuranji Kota Padang. *Jurnal Pustaka Aktiva (Pusat Akses Kajian Akuntansi, Manajemen, Investasi, Dan Valuta)*, 1(1), 48–52. Diambil dari <http://jurnal.pustakagalerimandiri.co.id/index.php/pustakaaktiva/article/view/220>
- Hesty Heryani, Agung Cahyo Legowo, & Indra Prapto Nugroho. (2020). STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF UNTUK INOVASI. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 30(3), 290-298. <https://doi.org/10.24961/j.tek.ind.pert.2020.30.3.290>
- Maulina, E., & Sari, M. N. (2017). Kebijakan Dan Strategi Bisnis Wanita Pengusaha: Studi Pada Usaha Kecantikan Salon Nadisse. *Jurnal AdBispreneur*, 2(1), 69-78.
- Maulina, E., & Sari, M. N. 2017. Policies and Business Strategies of Women Entrepreneurs: Study on Beauty Business Nadisse Salon. *AdBispreneur*, 2(1), 67- 78 <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v2i1>
- Meci Nilam Sari, Rika Septrizarty, Wila Farlina, Azmen Kahar, & Agus Nurofik. (2022). ANALISIS STRATEGI BISNIS UMKM MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SHOP. *Journal of Economics and Management Scienties*, 5(1), 001-009. Retrieved from <https://ojs.hr-institut.id/index.php/JEMS/article/view/155>
- Putra, C.N. 2018. *Bekraf Outlook Ekonomi Kreatif (Opus) 2019*. Diambil dari: <https://bekraf.go.id/berita/page/10/bekrf-outlook-ekonomi-kreatif-opus-2019>
- Rofaida, R., Suryana, Asti Nur Aryanti, & Yoga Perdana. (2020). Strategi Inovasi pada Industri Kreatif Digital: Upaya Memperoleh Keunggulan Bersaing pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(3), 402-414. <https://doi.org/10.33059/jmk.v8i3.1909>
- Sari, N. M. (2022). Application of Digital Marketing in the Covid-19 Era at the Indonesian Muslim Entrepreneurs Association (IPEMI PC KURANJI) Padang City. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1). DOI: <https://doi.org/10.53697/emak.v3i1>
- Sari, M. N., Rizal, M., & Purnomo, M. (2017). Business Performance of Women Entrepreneurs in Iwapi City Bandung. *International Journal of Management and Applied Science (IJMAS)*. Vol. 4, No. 11, (20-25) <https://www.ijmas.org/4-11/IJMAS-41106-2017-1.pdf>