

PROSES KREATIF DALAM UPAYA PEMBERDAYAAN UMKM MELALUI RANGKAIAN ACARA CLINIC DESIGN - STD BALI DESIGN WEEK

I Gede Yudha Pratama

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Desain & Bisnis Bali

e-mail: yudha.pratama@std-bali.aca.id

ABSTRACT

Creativity in human life can always provide a dynamic change. Every human being is born with creative potential. However, sometimes there are individuals who are creative and some who are not creative, this is more due to individuals who develop their creativity and there are none at all. In contrast to physical abilities and ratios, creativity cannot be fostered alone. Creativity will only work if it is present with other abilities. Community service activities in a series of Clinic Desing - STD Bali Design Week events, aimed at empowering micro, small and medium enterprises (UMKM). The method used in this activity is the creative process method through consultation in the field of design especially in packaging design. The results obtained in consultations in the field of design can state that, if everything is so easy that it can be digested by the physical abilities and ratios that are already owned, then creativity will not be involved and will not be fostered. In addition, the granting of an honor and appreciation in the effort to find solutions to problems can create the creativity of the UMKM to develop.

Keywords: Creative Process, Creativity, UMKM, Clinic Design

ABSTRAK

Kreativitas dalam kehidupan manusia selalu dapat memberikan suatu perubahan yang dinamis. Setiap manusia dilahirkan dengan memiliki potensi kreatif. Namun, terkadang ada individu yang kreatif dan ada yang tidak kreatif, hal ini lebih disebabkan oleh adanya individu yang mengembangkan kreativitasnya dan ada yang tidak sama sekali. Berbeda dengan kemampuan fisik dan rasio, kreativitas tak bisa dibina sendirian. Kreativitas hanya akan bekerja bila hadir bersama kemampuan-kemampuan lainnya. Kegiatan pengabdian masyarakat dalam rangkaian acara *Clinic Desing – STD Bali Design Week*, bertujuan untuk melakukan pemberdayaan pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode proses kreatif melalui konsultasi dalam bidang desain khususnya pada desain kemasan. Hasil yang didapat dalam kegiatan konsultasi dalam bidang desain ini dapat menyatakan bahwa, bila segala sesuatu begitu mudah sehingga dapat dicerna oleh kemampuan fisik dan rasio yang telah dimiliki, maka kreativitas tidak akan ikut terlibat dan tidak akan ikut terbina. Selain itu, pemberian suatu kehormatan maupun apresiasi dalam upaya penemuan pemecahan masalah maupun membuat kreativitas dari para pelaku UMKM untuk berkembang.

Kata Kunci: Proses Kreatif, Kreativitas, UMKM, Clinic Design

PENDAHULUAN

Puncak proses kreatif terjadi tanpa sepenuhnya disadari, hal ini umumnya terjadi di ambang sadar dan tidak sadar. Dalam keseluruhan proses kreatif dengan berbagai tahapannya, kemampuan berpikir dengan visual, bersama dengan kemampuan berpikir dengan kata, merupakan dua bersaudara yang penting untuk membawa suatu ide sampai pada suatu karya nyata melalui penerapan kreativitas.

Kreativitas menjadi suatu hal yang penting untuk dipahami, diterapkan, maupun diimplementasikan bagi para pelaku UMKM dalam berbagai kesempatan yang ada. Namun tingkat kreativitas anak bagi para pelaku UMKM seringkali redup karena sedikitnya kesempatan atau lingkungan yang kurang mendukung dan terbatasnya kegiatan yang dapat dilakukan. Oleh karena itu, penting adanya kegiatan dalam menemukan manfaat dan upaya mendorong berkembangnya potensi kreativitas bagi para pelaku UMKM.

Untuk mencapai maksud di atas, maka pihak STD Bali sebagai Sekolah Tinggi Desain yang berbasis teknologi dan desain mengadakan kegiatan "*Clinik Design – STD Bali Design Week*", dimana dalam acara ini dilakukan upaya dalam memberikan konsultasi dalam bidang desain logo & branding serta desain kemasan kepada para pelaku UMKM, dengan tujuan untuk memunculkan dan meningkatkan kreativitas mereka melalui cara berdiskusi bersama dengan para pakar maupun konsultan dalam bidang logo & branding serta desain kemasan.

IDENTIFIKASI DAN PERUMUSAN MASALAH

Dalam hal ini, tidak ada bimbingan belajar khusus untuk kreativitas. Kreativitas hanya akan bekerja bila bersama dengan kemampuan kita yang lainnya, khususnya rasio dan fisik. Kreativitas tidak akan ikut serta berpartisipasi apabila suatu persoalan sedemikian mudah sehingga bisa langsung dipecahkan cukup dengan kemampuan rasio dan fisik saja. Kreativitas hanya akan berperan serta (sehingga akan terbina) apabila ada cukup kesulitan, sehingga rasio dan fisik perlu meminta bantuan kreatif. Oleh karena itu, para pelaku UMKM harus di berikan apresiasi dalam menemukan suatu pemecahan masalah, agar kreativitas dan kepercayaan diri mereka dapat berkembang.

TUJUAN DAN MANFAAT KEGIATAN

Tujuan dari acara "*Clinik Design – STD Bali Design Week*", dengan mengadakan kegiatan konsultasi dalam bidang logo & branding serta desain kemasan kepada para pelaku UMKM ini adalah untuk memunculkan dan meningkatkan kreativitas para pelaku UMKM melalui cara berdiskusi bersama dengan para pakar maupun konsultan dalam bidang logo & branding serta desain kemasan. Selain itu, diharapkan juga untuk dapat memberikan solusi dari permasalahan yang dialami masing-masing para pelaku UMKM dalam upaya mereka mengembangkan berbagai usaha yang dimilikinya.

KETERKAITAN

Kegiatan konsultasi melalui acara "*Clinik Design – STD Bali Design Week*" yang dilakukan oleh Sekolah Tinggi Desain Bali sangat erat kaitannya dengan program pemerintah dalam membentuk fundamental perekonomian Indonesia saat ini, mendorong pemerintah untuk terus memberdayakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Dikarenakan, sektor ini mampu menyerap tenaga kerja yang cukup besar dan memberi peluang bagi UMKM untuk berkembang dan bersaing dengan Perusahaan yang lebih cenderung menggunakan modal besar (*capital intensive*). Dalam hal ini, Eksistensi UMKM memang tidak dapat diragukan lagi karena terbukti mampu bertahan dan menjadi roda penggerak ekonomi, terutama pasca krisis ekonomi. Dengan upaya mendorong kreativitas dan berbagai inovasi di bidang ekonomi kreatif yang memiliki nilai tambah dan daya saing di dunia internasional. Dengan memanfaatkan media digital dibutuhkan pula pekerja kreatif yang dapat bertindak bebas guna menciptakan hal baru yang dikembangkan dengan kreativitas dan daya konsentrasi kepekaan terhadap sesama manusia, konten dan fenomena dari perubahan suatu objek.

METODE DAN MATERI KEGIATAN

Dalam kegiatan “*Clinik Design – STD Bali Design Week*”, digunakan beberapa metode, antara lain:

1. Metode seminar, yaitu digunakan untuk memaparkan beberapa materi yang dibawakan oleh pembicara dari perwakilan google gapura digital terkait dengan topik digital marketing.
2. Metode Tanya Jawab, yaitu digunakan untuk merespon sejauh mana tingkat pemahaman para pelaku UMKM sebagai peserta terhadap materi yang telah disampaikan oleh pembicara dan juga penyampaian berbagai pengalaman yang dialami oleh para pelaku UMKM maupun pembicara.
3. Metode konsultasi & diskusi, yaitu para pelaku UMKM dapat berdiskusi secara tatap muka secara langsung dengan para pakar dalam bidang logo & branding serta desain kemasan terkait permasalahan dan penemuan solusi dalam pengembangan usaha mereka masing-masing.

PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan oleh Sekolah Desain Tinggi Bali dimaksudkan untuk membantu dalam pemecahan solusi dengan memunculkan berbagai solusi yang tepat dan juga guna untuk mengembangkan kreativitas dari para pelaku UMKM, sebagai bentuk contoh kegiatan yang dapat dilakukan di lembaga pendidikan atau komunitas UMKM khususnya di kota Denpasar. Kegiatan ini dilakukan melalui proses kreatif dalam konsultasi yang berisikan diskusi dengan berbagai solusi dari pemecahan masalah yang dimiliki masing-masing para pelaku UMKM. Tahapan kegiatan yang dijalankan meliputi persiapan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi, pembuatan laporan, dan penyerahan laporan akhir. Konsultasi ini dilakukan dengan target utama adalah para pelaku. Oleh karena itu, untuk memenuhi tujuan di atas maka dilakukan hal-hal sebagai berikut:

1. Melakukan koordinasi teknis di lapangan yang didukung oleh tim panitia untuk mempersiapkan kegiatan yang akan dilaksanakan.
2. Seminar dan konsultasi dalam kegiatan ini diselenggarakan di Aula New Media College, yang diikuti oleh para pelaku UMKM dan para mahasiswa STD Bali & New Media College.
3. Penyampaian materi seminar dalam bidang *copywriting* dipaparkan oleh Co-founder Akubank, Editor Money & I Magazine, yang merupakan Fasilitator Gapura Digital. Kemudian Materi dalam bidang *digital marketing* dipaparkan oleh Owner BOC, Digital Marketin Expretise, yang menjabat juga sebagai Dewan Pengawas Asosiasi Digital Marketing Indonesia Chapter Bali. Seminar ini pun didampingi oleh moderator dari salah satu dosen STD Bali.



Gambar-1 Kegiatan Seminar dalam bidang *copywriting*



Gambar-2 Kegiatan Seminar dalam bidang *digital marketing*



Gambar-3 Moderator Kegiatan Seminar Energizing Small Media Enterprises Through Copywriting & Digital Marketing

4. Konsultasi dalam kegiatan "*clinic design – STD Bali design week*" ini digelar oleh para dosen dilingkungan Sekolah Tinggi Desain Bali yang merupakan akademisi, praktisi, pekerja kreatif dan pakar dalam bidang desain logo & branding serta desain kemasan.





Gambar-4 Kegiatan konsultasi desain logo & branding serta desain kemasan

HASIL KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan oleh tim penyelenggara dari Sekolah Tinggi Desain Bali yang dilakukan pada hari Jumat tanggal 06 Maret 2020 dan dimulai pukul 09.00-15.00 WITA, Kegiatan acara "*clinic design – STD Bali design week*" ini merupakan salah satu upaya dalam mengembangkan dan meningkatkan kreativitas para pelaku UMKM melalui cara berdiskusi bersama dengan para pakar maupun konsultan dalam bidang logo & branding serta desain kemasan. Selain itu, diharapkan juga untuk dapat memberikan solusi dari permasalahan yang dialami masing-masing para pelaku UMKM dalam upaya mereka mengembangkan berbagai usaha yang dimilikinya.

Melalui terselenggaranya kegiatan ini, diharapkan para pelaku UMKM mampu mengembangkan kreativitas yang dimiliki sebagai langkah awal suatu proses kreatif guna membangun sebuah inovasi serta perubahan-perubahan. Dimana Inovasi merupakan suatu hasil dari pendayagunaan kreativitas tertentu sehingga menjadi sebuah cara, proses, produk, atau sumber nilai baru, yang berbeda dari sebelumnya dan yang sudah ada.

Beberapa faktor pendukung kegiatan ini antara lain :

1. Para pelaku UMKM sebagai peserta dalam kegiatan ini memiliki kemauan yang besar untuk mendapatkan pengetahuan mengenai materi dan proses diskusi terkait dengan usaha yang dimiliki.
2. Kegiatan seminar dalam kegiatan ini dibuat menarik dan menyenangkan melalui materi persentasi, video, studi kasus dan teknik penyampaian yang santai dan kekinian.
3. Kegiatan konsultasi dalam kegiatan ini dilakuakn dengan diskusi dua arah yang santai, dimana pesertra dan konsultan dapat berdiskusi dengan santai dengan tidak terikat dalam gaya bahasa dan penyampaian yang formal. sehingga memberikan keleluasaan pagi para peserta dalam bertanya dan menyampaikan masalah dan idenya dalam pengembangan usaha mereka masing-masing.

Adapun kendala yang dihadapi pada saat kegiatan ini antara lain :

1. Beberapa peserta tidak mampu menyampaikan permasalahan yang dialami oleh usahanya & kurang pemahaman peserta mengenai proses konsultasi yang dimaksudkan, tidak sedikit dari peserta mengharapkan sebuah desain logo & branding serta desain kemasan yang sudah jadi dan siap dipakai maupun diterapkan pada usaha mereka masing-masing.

SARAN

Pemerintah diharapkan mampu turut mendukung dalam berbagai pelaksanaan kegiatan konsultasi maupun pelatihan terkait pengembangan kreativitas dalam upaya meningkatkan eksistensi UMKM di Indonesia. Dikarenakan, sektor ini mampu menyerap tenaga kerja yang cukup besar dan memberi peluang bagi UMKM untuk berkembang dan bersaing secara global dibidang ekonomi kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

Bohm, David.,2006. *'On Creativity'*, London and New York: Routledge.

Beth, Hendrik. *'Creative Proces's: Definition & Stages*

<https://study.com/academy/lesson/creative-process-definition-stages.html>

(diakses 15 Mei 2020).

Mely. 2012. *'Teori-teori Kreativitas'*. Artikel online.

<http://melyloelhabox.blogspot.com/2012/10/teoriteori-kreativitas.html>.

(diakses 20 Mei 2020).

Pratama, I. Gede Yudha. "CREATIVITY IN UTILIZING DIGITAL MEDIA AS AN EFFORT TO PRESERVE MESATUA BALI CULTURE." *Proceeding International Conference on Multimedia, Architecture, and Design*. Vol. 1. 2020.

(diakses 10 Dedember 2020)

Sudaryanto, Ragimun, and Rahma Rina Wijayanti. *'Strategi pemberdayaan UMKM menghadapi pasar bebas Asean'*. Artikel online

https://academia.edu.documents/54915212/Strategi_Pemberdayaan_UMKM.pdf

(diakses 20 Mei 2020).

Tabrani, Primadi, 2014. *'Proses Kreasi – Gambar Anak – Proses Belajar'*, Jakarta: Erlangga.