

**IMPLEMENTASI PROGRAM INKUBASI *YOUNG CREATIVEPRENEUR*  
sebagai STRATEGI PENGEMBANGAN PUSAT INDUSTRI KREATIF  
di KABUPATEN KARAWANG**

**Anthon S. Tondo<sup>1</sup>, Rano Abryanto<sup>2</sup>.**

<sup>1,2</sup> Universitas Swiss German

email ; [anthon.tondo@sgu.ac.id](mailto:anthon.tondo@sgu.ac.id), [rano.abryanto@sgu.ac.id](mailto:rano.abryanto@sgu.ac.id)

**Abstrak**

Kabupaten Karawang saat ini menghadapi masalah pengangguran yang pelik yang berdampak juga pada tingginya angka kriminalitas dan angka perselisihan kelompok masyarakat. Pemerintah Kabupaten Karawang dan Kodim 0604/Karawang berupaya menjalin kerjasama dengan Universitas Swiss German dan Bengkel Kreatif Helo Indonesia untuk mengembangkan sebuah pusat industri kreatif yang diharapkan dapat menjawab permasalahan pengangguran ini. Sebagai langkah awal untuk mempersiapkan sumber daya manusia atau insan kreatif yang akan berperan dalam industri kreatif ini, maka perlu dilakukan upaya-upaya peningkatan kapasitas dan kapabilitas serta penciptaan *young creativepreneur* melalui sebuah program inkubasi. Program *Inkubasi Young Creativepreneur* ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan, keterampilan, kesempatan produksi, pemasaran, serta penjualan kepada para peserta program sehingga diharapkan terciptanya wirausaha-wirausaha baru di industri kreatif. Metode yang digunakan untuk mengimplementasikan program Inkubasi Young Creativepreneur ini adalah metode *Participatory Action Research* (PAR). Metode ini terdiri dari serangkaian pelatihan, *workshop*, dan pendampingan bisnis (*business coaching*) yang disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik peserta program, serta pada akhir program diselenggarakan sebuah *expo* produk kreatif hasil karya usaha peserta. Program ini telah mengikutsertakan peserta sebanyak 75 (tujuh puluh lima) orang dengan latar belakang sosial yang berbeda-beda namun memiliki kesamaan status belum atau tidak memiliki pekerjaan tetap saat perekrutan dan berlangsungnya program. Dan *outcome* program ini adalah terciptanya 12 (duabelas) usaha peserta atau wirausaha baru di industri kreatif di Kabupaten Karawang.

**Kata Kunci :** Kewirausahaan, ekonomi kreatif, inkubasi, UMKM, Karawang.

**PENDAHULUAN**

Pemerintah Kabupaten Karawang memiliki cita-cita besar untuk membuat program yang mampu memberdayakan masyarakat secara luas, mengurangi pengangguran, dan meningkatkan level kesejahteraan masyarakat di Karawang. Pengangguran merupakan masalah terbesar di Kabupaten Karawang. Tingginya angka pengangguran berdampak juga pada tingginya angka kriminalitas dan juga angka perselisihan kelompok masyarakat. Cita-cita yang sama dengan Bengkel Kreatif Helo Indonesia (BKHI), yang telah berjuang di bawah bendera NU lebih dari 30 tahun

untuk mensejahterakan umat melalui industri kreatif. Kesamaan cita-cita membuat BKHI dan Pemerintahan Kabupaten Karawang bersepakat untuk berkolaborasi mengembangkan Pusat Industri Kreatif di Karawang.

Program tersebut juga menarik perhatian Dandim 0604/Karawang dan *Swiss German University* (SGU) untuk ikut berkolaborasi mewujudkan program pengembangan industri kreatif di Karawang karena dengan adanya program tersebut, maka tingkat pengangguran di Kabupaten Karawang akan turun drastis, yang kemudian akan berdampak juga pada keamanan lingkungan.

Kesepakatan bersama ini menghasilkan kemitraan program Kedaireka antara SGU dengan para mitranya yakni Pemkab Karawang, BKHI, dan Kodim 0604/Karawang.

Proses dalam inkubator adalah inkubasi bisnis sebagai mekanisme untuk membantu dukungan memulai bisnis untuk bertahan dan tumbuh dalam lingkungan bisnis bersaing. Inkubasi yang sukses dapat membantu mengembangkan startup dan UKM yang lebih kuat sehingga menciptakan lebih banyak lapangan kerja dan meningkatkan pertumbuhan

UMKM (usaha mikro, kecil dan menengah) harus mampu menghadapi tantangan global, karena hal ini menuntut peningkatan daya saing UMKM. Beberapa cara yang dapat dilakukan adalah dengan mengembangkan produk unggulan; Transformasi digital usaha UMKM, inovasi produk dan layanan, pengembangan sumber daya manusia, dan perluasan wilayah pemasaran. Hal ini harus dilakukan untuk meningkatkan nilai jual dari UMKM itu sendiri, terutama agar mampu bersaing dengan produk luar negeri yang semakin banyak membanjiri pusat-pusat industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM merupakan salah satu sektor ekonomi yang mempunyai kemampuan menyerap tenaga kerja terbesar di dunia. Indonesia. (Sudaryanto & Wijayanti, 2013). Ada bukti tak terbantahkan bahwa UMKM mampu bertahan di masa krisis dan tetap stabil. (Sarfiyah et al., 2019)

Program inkubasi di dalam proses ini memegang peranan yang sangat penting dan berdampak. Menurut (Bismala, L., 2016) dampak inkubasi bisnis terhadap UMKM dapat dirasakan sangat signifikan, dan berikut adalah beberapa dampak positif yang biasanya terjadi: 1) Pengembangan Keterampilan dan Pengetahuan: Program inkubasi bisnis biasanya mencakup pelatihan dan pendampingan yang dapat membantu pemilik UMKM memahami aspek-aspek penting dalam menjalankan bisnis, seperti manajemen keuangan, pemasaran, pengembangan produk, dan manajemen operasional. Ini membantu mereka mengembangkan keterampilan dan pengetahuan

yang diperlukan untuk mengelola bisnis dengan lebih baik. 2) Akses ke Jaringan dan Sumber Daya: Salah satu manfaat utama dari inkubasi bisnis adalah akses UMKM ke jaringan bisnis yang lebih luas. Mereka dapat berinteraksi dengan mentor, investor, mitra bisnis potensial, dan pemilik bisnis lainnya. Selain itu, inkubator bisnis seringkali menyediakan akses ke sumber daya seperti ruang kerja bersama, teknologi, dan perangkat lunak yang dapat membantu UMKM dalam pengembangan bisnis mereka. 3) Pendanaan dan Investasi: Melalui program inkubasi bisnis, UMKM memiliki peluang yang lebih baik untuk menarik pendanaan eksternal atau investasi dari para investor. Inkubator bisnis seringkali memiliki hubungan dengan lembaga keuangan, investor malaikat, atau ventura modal yang dapat menghubungkan UMKM dengan sumber dana tambahan yang diperlukan untuk pertumbuhan dan ekspansi. 4) Peningkatan Keberlanjutan: Dengan dukungan dan bimbingan yang tepat, UMKM memiliki peluang yang lebih besar untuk bertahan dan tumbuh dalam jangka panjang. Mereka dapat menghindari kesalahan umum yang sering terjadi pada bisnis yang baru berdiri dan memiliki akses ke strategi yang lebih baik untuk mengelola risiko. 5) Pemantauan dan Evaluasi: Dalam program inkubasi, UMKM seringkali harus melaporkan kemajuan mereka secara berkala kepada penyelenggara inkubasi. Ini membantu mereka menjaga fokus dan meningkatkan akuntabilitas dalam mencapai tujuan bisnis mereka.

## METODE

Implementasi program Inkubasi *Young Creativepreneur* ini menggunakan metode pelatihan dan pendampingan yang berupa Penelitian Tindakan Partisipatif (*Participatory Action Research/PAR*) yang dilakukan secara terus menerus. Pendekatan ini melibatkan partisipasi aktif dari individu atau kelompok yang menjadi subjek atau peserta dalam penelitian. Pendekatan ini juga menekankan kolaborasi antara peneliti dan peserta

dalam proses riset atau pengembangan, dengan tujuan untuk menghasilkan pemahaman yang lebih dalam, berbagi keahlian, dan mencapai perubahan sosial yang positif.

Beberapa prinsip utama dari PAR meliputi: 1) Partisipasi Aktif, 2) Kolaborasi, 3) Tindakan, dan 4) Refleksi dan Pembelajaran. Metode PAR sering melibatkan serangkaian langkah, seperti identifikasi masalah bersama, perencanaan kolaboratif, pengumpulan dan analisis data, serta tindakan atau intervensi berdasarkan temuan penelitian. Metode yang digunakan dalam PAR dapat bervariasi, termasuk wawancara kelompok, diskusi kelompok, observasi partisipatif, analisis partisipatif, dan lainnya. Keuntungan utama dari PAR adalah meningkatkan relevansi, keterlibatan, dan penerimaan terhadap hasil riset. Dengan melibatkan peserta secara aktif dalam proses penelitian, PAR memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam tentang masalah yang relevan dan menciptakan pemecahan masalah yang lebih berkelanjutan. (Ozanne & Saatcioglu, 2008).

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa sebagai langkah awal dari program Pengembangan Pusat Industri Kreatif ini adalah program Inkubasi *Young Creativepreneur*. Pada program Inkubasi *Young Creativepreneur* terdapat komponen: 1a) *Workshops* atau pembekalan pelatihan, 1b) aktivitas produksi, dan 1c) pameran atau *expo*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Inkubasi *Young Creativepreneur* diawali dengan tahapan pra-inkubasi yakni perekrutan dan penyeleksian peserta yang dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Karawang melalui beberapa Organisasi Perangkat Daerahnya, antara lain Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, Dinas Perindustrian dan Perdagangan, dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Karawang sebagai *leading sector*-nya serta Kodim 0604/Karawang. Hasil perekrutan di tahap ini tidaklah mudah dan banyak tantangannya. Salah satu tantangannya adalah masih banyaknya persepsi masyarakat yang melihat bahwa berkarir atau berwirausaha di bidang ekonomi kreatif ini masih

belum menjanjikan. Disamping itu motivasi mendapatkan hasil yang instan juga menjadi tantangan tersendiri.

Untuk menyalasi kendala perekrutan peserta, tim pelaksana mengganti model perekrutan dengan melibatkan komunitas-komunitas sosial lokal, diantaranya adalah forum ekonomi kreatif dan yayasan-yayasan yang membina beberapa kelompok masyarakat yang termarginalkan. Dari model perekrutan ini ini diperoleh hasil sebanyak 75 orang peserta dari berbagai wilayah di Kabupaten Karawang. Para peserta yang terbagi ke dalam 12 usaha peserta ini memiliki latar belakang yang beragam, mulai dari lulusan SMA/SMK/PT, para ibu rumah tangga atau orang tua tunggal, sahabat tuli (tuna rungu) hingga warga binaan lapas wanita yang semuanya belum atau tidak memiliki pekerjaan tetap atau masih menganggur.

Tahap selanjutnya adalah tahapan Inkubasi *Young Creativepreneur* dimana para peserta atau usaha peserta diberikan bekal pengetahuan dan keterampilan dasar mengenai ekonomi kreatif dan bisnis pada umumnya. Pada tahap pembekalan pelatihan, telah diselenggarakan sebanyak total 10 *workshop* yang terdiri dari tujuh *workshop* dari SGU dan tiga *workshop* dari mitra Bengkel Kreatif Helo Indonesia (BKHI). Adapun materi pembekalan (*workshop*) secara teori yang diberikan adalah manajemen keuangan, akuntansi perpajakan, hak kekayaan intelektual (HKI), pemasaran digital (*digital marketing & branding*), pemahaman mengenai industri kreatif & pembangunan mental kreatif, serta pembekalan keterampilan *hard-skill* produksi produk kreatif. Jadwal pelaksanaannya adalah sebagai berikut: 1) *Workshop* Manajemen Keuangan yang dilaksanakan pada tanggal 17 Oktober 2022. 2) *Workshop* Akuntansi sederhana dan Perpajakan yang dilaksanakan pada tanggal 18 Oktober 2022. 3) *Workshop* Perlindungan Kekayaan Intelektual yang dilaksanakan pada tanggal 19 Oktober 2022. 4) *Workshop* Pemasaran Digital atau *Digital Marketing* yang dilaksanakan pada tanggal 20 Oktober 2022. 5) *Workshop Business Pitching* yang dilaksanakan pada tanggal 21 Oktober 2022. 6) *Marketing & Branding* yang dilaksanakan pada tanggal 31 Oktober 2022. 7) *Workshop* Manajemen Bisnis dan Industri Kreatif yang dilaksanakan pada

tanggal 8 November 2022. 8) *Workshop* Pengenalan Kreasi dan Produksi Produk Kreatif yang dilaksanakan pada tanggal 9 – 15 November 2022 oleh Mitra (BKHI). 9) Pendampingan (*Coaching Marketing & Branding*) yang dilaksanakan pada tanggal 22 – 23 November 2022. 10) *Workshop* Manajemen Produksi di Industri Kreatif yang dilaksanakan pada tanggal 24 November 2022 oleh Mitra (BKHI). 11) *Workshop* Pembangunan Mental Kreatif dilaksanakan pada tanggal 25 November 2022 oleh Mitra (BKHI).



Gambar 1. Pelatihan (*Workshops*)



Gambar 2. Praktek Produksi

Selain itu penciptaan insan digital atau *content creator* juga dilakukan melalui serangkaian *workshop*. *Workshop* ini dinamai sebagai *Workshop Digital Content Creator* dimana *workshop* ini akan memberikan pengetahuan dan meningkatkan keterampilan kepada peserta tentang penggunaan serta pengaplikasian teknologi dan peralatan untuk memproduksi konten-konten secara digital, sehingga produk kreatif yang sudah dihasilkan oleh tim produksi akan dapat dipromosikan secara maksimal. Adapun materi *workshop* yang diberikan

secara teori adalah pemahaman dan penggunaan digital konten di masa sekarang ini dan secara praktik adalah penggunaan dan pengaplikasian alat teknologi seperti kamera, *handphone*, dan *laptop* untuk pembuatan konten-konten digital.

Selanjutnya, *Workshop Digital Content Creator* dilakukan selama lima hari yang terdiri dari tiga hari teori dan dua hari praktik, yakni: 1) *Workshop Digital Content Creation* yang dilaksanakan pada tanggal 28 – 30 November 2022. 2) Praktik *Digital Content Creation* yang dilaksanakan pada tanggal 1 – 2 Desember 2022. Adapun tujuan dari *workshop* ini untuk para *digital content creator* adalah untuk mendapatkan pengetahuan dan keterampilan sekaligus pengalaman langsung memproduksi konten digital secara profesional, serta bisa melihat *content creation* juga sebagai sebuah peluang bisnis. Dan sebagai bentuk kolaborasi para peserta, Tim *Content Creator* juga terlibat langsung bersama Tim Produksi untuk memasarkan produk mereka secara digital. Selain *workshop* ini diikuti oleh sepuluh orang peserta, sebagai luaran dari proses ini adalah, juga terciptanya dua usaha peserta yang memiliki fokus usaha di bidang *content creation*.



Gambar 3. *Workshop Digital Content Creator*

Target capaian luaran dari semua *workshop* ini adalah untuk memberikan pemahaman mengenai industri & produk kreatif, membangun *mindset* seorang Wirausaha Kreatif yang baru (*Young Creativepreneur*), serta memberikan keterampilan baik *soft-skill* maupun *hard-skill* yang dibutuhkan untuk memproduksi produk kreatif. Dalam program ini juga terdapat aktivitas Produksi Produk Kreatif

selama lebih kurang dua bulan, sebelumnya nanti para peserta (yang tergabung dalam suatu Usaha Peserta) akan mengikuti pameran Kedaireka Karawang Expo 2022.

Tidak ketinggalan bahwa di akhir tahapan pembekalan (*workshops*) ini juga diberikan kesempatan dan dukungan Disparbud kepada beberapa usaha peserta yang mau mendaftarkan Nomor Induk Berusaha atau NIB perusahaan mereka melalui OSS (*Online Single Submission*). NIB ini sangatlah penting bagi para pelaku UMKM (Kusmanto & Warjio, 2019). Dan hasilnya adalah terdapat tujuh usaha yang mendapatkan NIBnya.



Gambar 4. Pelatihan dan Pendaftaran NIB

Tahap selanjutnya adalah tahapan produksi dimana para peserta diberikan kesempatan untuk memproduksi sejumlah *minimum viable product* (MVP). MVP merupakan serangkaian produk yang dikembangkan dengan fitur yang cukup untuk memuaskan konsumen di tahap awal dan menerima masukan atau umpan balik dari konsumen tersebut.



Gambar 5. Produksi MVP

Setelah melalui tahapan produksi MVP, para peserta diberikan kesempatan untuk memasarkan dan sekaligus menjual produk-produknya kepada para konsumen atau masyarakat luas melalui ajang pameran atau *expo* yang bertajuk Kedaireka Karawang Expo 2022 yang diselenggarakan selama tiga hari di Lapangan Karangpawitan. Pada ajang pameran ini dimanfaatkan oleh semua usaha peserta tidak hanya untuk memperkenalkan produk, merek, dan perusahaan mereka tetapi juga untuk mendapatkan order penjualan riil.



Gambar 6. Kedaireka Expo

## KESIMPULAN

Inovasi program Inkubasi *Young Creativepreneur* ini memberikan beberapa kesimpulan penting. Pertama, potensi ekonomi kreatif hingga saat ini masih dipandang sebelah mata oleh sebagian besar masyarakat, termasuk mereka yang sebenarnya masih dalam kategori menganggur. Motivasi yang kuat, ketekunan, dan kegigihan juga merupakan faktor penting disamping kreativitas dan inovasi itu sendiri. Kedua, implementasi metode PAR secara tepat, terutama partisipasi aktif dan kolaborasi peserta secara total di dalam kelompok sangatlah mempengaruhi keberhasilan usaha peserta. Dan ketiga, dengan pendampingan yang melekat mulai dari awal hingga pada tahapan peserta atau usaha peserta menghasilkan *minimum viable product* (MVP) sangatlah penting untuk meningkatkan probabilitas keberlanjutan usaha peserta.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Kemendikbud RI yang telah memfasilitasi program ini melalui skema hibah Kedaireka. Juga kepada Pemerintah Kabupaten Karawang, khususnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Karawang, Kodim 0604/Karawang, Bengkel Kreatif Helo Indonesia, Forum Komunitas Ekonomi Kreatif Karawang, serta para yayasan pembina masyarakat maupun individu penggiat sosial kemasyarakatan yang telah berkolaborasi dengan sangat baik, konstruktif, dan produktif dalam mengimplementasikan program Inkubasi *Young Creativepreneur* ini di Kabupaten Karawang.

## REFERENSI

- Bismala, L. (2016). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 5(1), 1926.
- Kusmanto, H. & Warjio. (2019). Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial*, 11(2): 320-327
- Ozanne, J.L, & Saatcioglu, B. (2008). Participatory Action Research. *Journal of Consumer Research*, 35 (3), 423-439.
- Riduwan, A. (2016). Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Oleh Perguruan Tinggi. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 3(2):95-107
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal Riset Ekonomi Pembangunan*, 137-146.
- Sudaryanto, Ragimun, & Wijayanti, R. R. (2013). Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas Asean. Jakarta: Pusat Kebijakan Ekonomi Makro. Badan Kebijakan Fiskal Kementerian Keuangan.