

Penta helix “Rembug Nyekrup” aspek pemberdayaan ekonomi kreatif dan UMKM di Jawa Timur

Jeni Susyanti^{1*}, Pardiman²

¹Universitas Islam Malang, Malang, Indonesia, email: jenisusyanti@unisma.ac.id

²Universitas Islam Malang, Malang, Indonesia, email: pardiman@unisma.ac.id

*Koresponden penulis

Info Artikel

Riwayat Artikel

Diajukan: 2023-01-13

Diterima: 2023-04-25

Diterbitkan: -

Keywords:

MSME; creative economy; penta helix “rembug nyekrup”

Kata Kunci:

UMKM; ekonomi kreatif; penta helix “rembug nyekrup”



Lisensi: cc-by-sa

Copyright © 2023 Jeni Susyanti, Pardiman

Cara mensitasi artikel:

Susyanti, J., & Pardiman. (2023). Penta helix “Rembug Nyekrup” aspek pemberdayaan ekonomi kreatif dan UMKM di Jawa Timur. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 6(2), 298–308. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v6i2.19567>

ABSTRACT

East Java's economy is mostly run by MSMEs which play a role in driving the local community's economy, besides having the potential to become a creative economy destination. The purpose of this service is to study, empower, and apply knowledge to the creative economy and MSMEs for business continuity during the COVID-19 pandemic. A qualitative approach, including preparation of activity designs, determining the field, arranging permits, assessing and assessing the condition of MSMEs, followed by empowerment creative economy and MSMEs through conducting field reviews, interviews for the creative economy and MSMEs at service locations, and Technical Guidance. The results of dedication through online marketing assistance, digitalization-networking and strengthening business management can help the sustainability of MSME businesses in the East Java region. The Penta Helix approach model is the hope of equal distribution of community welfare, the Provincial Government of East Java with the slogan “rembug Nyekrup”, Academics of the Islamic University of Malang, Business, Community or community, Media, unite to build togetherness in empowering MSMEs to enhance East Java's development.

ABSTRAK

Perekonomian Jawa Timur banyak dijalankan UMKM yang berperan dalam menggerakkan ekonomi masyarakat lokal, disamping memiliki potensi sebagai destinasi ekonomi kreatif. Tujuan pengabdian ini adalah mengkaji, memberdayakan, dan mengaplikasikan ilmu pengetahuan kepada ekonomi kreatif dan UMKM untuk keberlanjutan usaha pada masa pandemi COVID-19. Pendekatan kualitatif, meliputi persiapan perancangan kegiatan, penentuan lapang, pegurusan perijinan, penjajagan dan melakukan penilaian kondisi UMKM, dilanjutkan dengan pemberdayaan ekonomi kreatif dan UMKM melalui dilakukannya tinjauan lapang, wawancara ekonomi kreatif dan UMKM di lokasi pengabdian, dan Bimbingan Teknis. Hasil pengabdian melalui pendampingan pemasaran online, digitalisasi- networking dan penguatan manajemen usaha dapat membantu keberlanjutan usaha UMKM di wilayah Jawa Timur. Model pendekatan Penta Helix, menjadi harapan pemerataan kesejahteraan masyarakat, Pemerintah Provinsi Jawa Timur dengan slogan “rembug Nyekrup”, Akademisi Universitas Islam Malang, Bisnis, Masyarakat atau komunitas, Media, bersatu membangun kebersamaan dalam pemberdayaan UMKM untuk meningkatkan pembangunan Jawa Timur.

PENDAHULUAN

Perekonomian Jawa Timur banyak dijalankan UMKM, sektor UMKM berperan penting pada perekonomian Jawa Timur dengan kontribusi mencapai 57,25% pada produk domestik regional bruto (PDRB) Jawa Timur (Soetjipto, 2020). UMKM memiliki peran dalam menggerakkan ekonomi masyarakat lokal, diantaranya potensi pengembangan sub sektor ekonomi kreatif. Pandemi COVID-19 mewabah di seluruh dunia termasuk di Indonesia juga memporakporandakan kondisi perekonomian saat ini. PEN sebagai program pemulihan ekonomi secara nasional telah dilakukan pemerintah sebagai kebijakan untuk UMKM diantaranya melalui hibah untuk modal kerja, subsidi bunga dan penundaan pembayaran bagi UMKM, pelatihan untuk UMKM secara daring, pemasaran usaha melalui pembuatan platform digital (Susyanti & Anwar, 2020). *Study from home* dan *Work from home*, PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat), PPKM skala mikro, PPKM level 1 sampai dengan 4 pada Kabupaten dan Kota di Indonesia telah diberlakukan, akan tetapi belum mampu memutus rantai COVID-19. Masyarakat sangat berhati-hati dan waspada dengan membatasi perjalanan dan konsumsi, sehingga hal ini berpengaruh pada transaksi di pasaran, termasuk pada usaha ekonomi kreatif dan UMKM terkena imbas secara langsung, yaitu penurunan pendapatan, penutupan usaha, sampai dengan pemutusan hubungan kerja yang meningkatkan pengangguran.

Pelaku ekonomi kreatif merupakan pelaku yang bergerak sebagai pelaku kreasi dan pengelola kekayaan intelektual. Mayoritas Pelaku bisnis ekonomi kreatif adalah UMKM (Sopanah et al., 2018; Susyanti, 2014). Sektor ekonomi kreatif yang meliputi, kuliner, fashion, pasar barang seni, kerajinan, desain, video, film dan fotografi, permainan interaktif, Musik, seni pertunjukan, penerbitan, periklanan, arsitektur, dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, televisi dan radio, riset dan pengembangan, dan kuliner, memiliki potensi yang tinggi pada berbagai kota (Shofa & Nugroho, 2009). Dalam penyerapan tenaga kerja ekonomi kreatif menempati posisi ke 4 dari 10 sektor ekonomi, selain didukung komposisi anak muda sebagai pelaku ekonomi kreatif (Pahlevi, 2018; Susyanti, 2017).

Dalam upaya keberlanjutan untuk usaha di masa pandemi dan tumbuh menjadi lebih maju di masa normal baru tentu bukan suatu yang mudah, ekonomi kreatif dan UMKM menghadapi beberapa masalah, pertama kesulitan pemasaran pada produk ekonomi kreatif dan UMKM. Kedua, turunnya permintaan pada produk hasil produksi ekonomi kreatif dan UMKM membuat pendapatan menurun sehingga arus kas pelaku usaha menjadi ikut tertekan. Ketiga manajemen usaha pada pengelolaan keuangan yang kurang tepat. Kurang baiknya manajemen usaha pada UMKM menyebabkan munculnya kendala pada pelaku UMKM yang meliputi modal kerja terbatas, Sumber Daya Manusia (SDM) kurang terampil, kurangnya inovasi produk dan teknologi serta pemasaran masih secara tradisional. Walaupun yang sangat banyak dikeluhkan UMKM di lapangan adalah masalah modal sebagai alasan klise banyak UMKM yang tidak dapat berkembang (Anggraeni, 2015).

Berdasarkan permasalahan yang terjadi, diperlukan solusi pemecahan masalah pada mitra pengabdian pada masyarakat dalam hal ini pada ekonomi kreatif dan UMKM dengan tujuan pengabdian ini adalah mengkaji, memberdayakan, dan mengaplikasikan ilmu pengetahuan kepada ekonomi Kreatif dan UMKM untuk keberlanjutan usaha pada masa pandemi COVID-19. Strategi pembangunan yang dapat diimplementasikan dan dikembangkan dalam kegiatan pembangunan adalah pemberdayaan masyarakat. UMKM akan otomatis mengalami pertumbuhan apabila masyarakat diberikan hak untuk mengelola sumberdaya mereka, sekaligus menggunakannya untuk kesejahteraan dan pembangunan masyarakat (Hafiluddin et al., 2014). Menurut Saksono (2012) dengan menggunakan beberapa studi, terdapat persoalan nyata yang menghambat perkembangan ekonomi kreatif diantaranya terkait dengan pembimbingan pelaku bisnis ekonomi kreatif melalui perguruan tinggi. Kegiatan pembimbingan, dalam hal ini bimbingan teknis dilakukan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan para pelaku bisnis ekonomi kreatif sebagai penguatan manajemen usaha agar ekonomi kreatif dan UMKM dapat bertahan dan adaptif terhadap perubahan kebutuhan pelanggan dimasa pandemi COVID-19.

METODE

Mitra pengabdian masyarakat ini adalah ekonomi kreatif dan UMKM Jawa Timur, dengan Pengambilan data pengabdian melalui Dinas Koperasi dan UMKM Kota dan Kabupaten; Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur. Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat ini meliputi persiapan menyusun rancangan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi. Tahap persiapan menyusun rancangan meliputi memilih Kabupaten dan Kota lokasi pengabdian, mengurus perijinan dan diskusi. Perizinan dilakukan melalui Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur, Dinas Koperasi dan UMKM pada lokasi pengabdian. Diskusi dilakukan dengan Kepala Dinas Koperasi dan UMKM, Kabag Bagian UMKM dan PLUT untuk melakukan peninjauan, menilai keadaan, memilih dan menggunakan UMKM sebagai informan. Berdasarkan penetapan lokasi berdasarkan geografis dipilih lokasi Kota Malang, Kabupaten Malang, Kota Batu, Kota Kediri, dan Kabupaten Blitar sebagai lokasi pengabdian.



Gambar 1. Gambaran tahapan kegiatan pengabdian masyarakat

Tahap Pelaksanaan dilanjutkan dengan pemberdayaan ekonomi Kreatif dan UMKM melalui dilakukannya tinjauan lapang dan wawancara pada lokasi pengabdian, pendampingan usaha, Bimbingan Teknis (Bimtek). Pada Bimtek UMKM diberikan kuesioner sebelum dan sesudah pelaksanaan program agar dapat diketahui tingkat keberhasilan program. Tujuan evaluasi adalah untuk menyempurnakan pelaksanaan Bimtek. Apabila terdapat kendala selama program akan dapat diperbaiki dalam tahap evaluasi. Seluruh kegiatan dimulai dari perancangan sampai dengan pelaksanaan diselesaikan dalam jangka waktu 3 bulan, adapun tahapan kegiatan pengabdian dilakukan sebagaimana gambar 1.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap perancangan dilakukan analisis situasi terhadap ekonomi kreatif dan UMKM, kegiatan ini dilakukan dengan tujuan mengetahui gambaran problematik usaha ekonomi kreatif dan UMKM. Tinjauan lapang dan wawancara dilakukan dengan Dinas Koperasi dan UMKM pada lokasi pengabdian, kegiatan ini memiliki tujuan untuk menentukan langkah dalam mendapatkan solusi yang paling baik bagi mitra, solusi yang diberikan ini tidak hanya asal dan tanpa dasar yang kuat, akan tetapi berdasarkan pada pendapat, hasil kajian, dan referensi yang berkaitan dengan tema PKM (Haryanti et al., 2020).



Gambar 2. Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur

Berbagai langkah dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Pemprov Jawa Timur untuk meningkatkan kualitas dan memperkuat Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (KUKM). Peningkatan KUKM dengan basis syariah dan digitalisasi melalui kualitas kelembagaan, UKM didorong untuk berkoperasi agar meninggikan daya saingnya; kualitas SDM ditingkatkan melalui pelatihan manajerial, vokasional, dan peningkatan kompetensi baik dilakukan secara luring dan daring melalui *platform e-learning* “Si Jawara”. Peningkatan kualitas produk KUKM dilakukan melalui sinergi Business Development Center (BDC) berbasis android/Klinik KUKM, Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT), *East Java Super Corridor* (EJSC), memfasilitasi merk dan standarisasi; Akses permodalan pada KUKM melalui perbankan (adanya

dana bergulir, Kredit Usaha Rakyat) dan non bank (Lembaga Pengelola Dana Bergulir Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah/LPDB KUKM dan *Corporate Social Responsibility/CSR*); Perluasan akses pemasaran secara *offline* melalui *Cooperative Trading House*, Galeri Batik dan Cinderamata, dan pemasaran *online* dengan bekerjasama dengan *platform marketplace*.



Gambar 3. Koordinasi bersama Dinas Koperasi & UMKM Kab. Malang

Pendampingan dan pembinaan UMKM di Kabupaten Malang dilakukan oleh PLUT Kabupaten Malang dengan bidang usaha terbanyak kuliner, kriya dan fashion, yang merupakan bagian dari subsektor ekonomi kreatif. Legalitas UMKM diarahkan pada pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB), pengurusan Ijin Usaha Mikro Kecil (IUMK) dan ijin Produk Industri Rumah Tangga (PIRT) pada kuliner, pengarahannya untuk mendaftarkan keikutsertaan pada program JATIM BEJO dengan menggunakan NPWP dan NPWPD. Pembinaan UMKM diarahkan pada bidang sumber daya manusia (SDM), legalitas, pemasaran, modal dan pembiayaan. UMKM naik kelas dikelompokkan untuk usaha diatas 2 tahun, diarahkan pada pemasaran digital, pendaftaran ijin usaha dan produksi secara kontinyu. UMKM export dikelompokkan pada UMKM yang memiliki produk siap export, lebih mengarah export bersama komunitas.

Upaya yang telah dicanangkan Dinas KUKM Pemprov Jawa Timur secara keseluruhan telah dijalankan pada Dinas di Kota dan Kabupaten Jawa Timur, akan tetapi dengan jumlah UMKM yang tumbuh secara cepat, belum semua UMKM mendapatkan kesetaraan kesempatan, hal ini dikarenakan terbatasnya pelaku pendamping pada Dinas KUKM Pemprov Jawa Timur, demikian juga pada Dinas di Kota dan Kabupaten Jawa Timur. Sehingga perlu integrasi antara setiap bidang (*helix*) dalam mengawal program Provinsi Jawa Timur, dengan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra melalui penguatan manajemen usaha, pemasaran *online* dan *digitalisasi-networking*.

Ekonomi kreatif dan UMKM yang kurang menjalankan manajemen usaha secara baik yang menjadikan tim abdimas tergerak untuk melakukan pengabdian. Menurut Bismala (2016) pengembangan UKM dapat berhasil diantaranya ditentukan oleh faktor sumber daya manusia (SDM), modal usaha,

pengelolaan usaha, pemasaran produk, bahan baku, mesin dan peralatan, informasi dan akses global.

Hal-hal yang perlu disiapkan sebagai kelengkapan kegiatan sosialisasi di antaranya adalah (a) Persiapan pelaksanaan sosialisasi secara daring menggunakan media zoom, media digital menjadi alternatif pilihan dapat sekaligus menampung pelaku ekonomi bisnis ekonomi kreatif dan merupakan media yang populer dimasa pandemi COVID-19; (b) Persiapan pelaksanaan bimbingan teknis dan pendampingan secara luring, melalui koordinasi dengan Dinas KUMKM Kabupaten Malang. Peserta Bimbingan Teknis ditetapkan oleh Dinas, yaitu pelaku usaha dengan membawa produk usaha mereka. Pelaksanaan bimbingan teknis secara langsung melalui pengerjaan kertas kerja Manajemen Pengelolaan Usaha oleh peserta dengan didampingi oleh Pengabdian selaku instruktur; (c) Persiapan materi presentasi berupa *power point* baik berupa diskriptif, ilustrasi gambar, foto, video laku pandai, dan materi pendukung lainnya yang mudah dipahami oleh pelaku bisnis ekonomi kreatif.

Adapun Peserta kegiatan ini adalah Pelaku Bisnis Ekonomi Kreatif Kabupaten Malang, mayoritas adalah subsektor kuliner, fashion dan kriya. Pelaksanaan kegiatan persiapan kelengkapan kegiatan sosialisasi ini dilakukan secara tim dengan anggota tim mahasiswa Universitas Islam Malang.

Bimbingan Teknis dilakukan di Kabupaten Malang dengan sasaran pelaku Ekonomi kreatif dan UMKM anggota Koperasi. Bimtek bersama Dinas KUMKM Kabupaten Malang ini bertujuan untuk pemberdayaan UMKM Strategi Pengembangan Bisnis. Kegiatan Bimbingan Teknis dan Workshop dilakukan oleh pengabdian. Bimtek dilakukan selama 2 hari dengan materi pemanfaatan android/ digital marketing untuk pengembangan usaha. Dokumentasi kegiatan Bimtek pada gambar 4.



Gambar 4. Bimtek strategi pengembangan bisnis UMKM Kab. Malang

Pada Bimtek ini peserta diberikan informasi pentingnya menggunakan sosial media untuk menunjang pemasaran produk. UMKM juga diajak untuk melakukan praktik secara langsung menggunakan android/*smartphone* masing-masing peserta.

Bimbingan Teknis selanjutnya yang dilakukan di Kabupaten Malang dengan sasaran pelaku Ekonomi kreatif dan UMKM anggota Koperasi. Bimtek bersama Dinas KUMKM Kabupaten Malang ini bertujuan untuk pemberdayaan UMKM Manajemen usaha dan daya saing produk. Bimtek dilakukan selama 2 hari dengan materi pengelolaan keuangan, pendapatan dan resiko usaha. Dokumentasi kegiatan Bimtek dapat dilihat pada gambar 5.

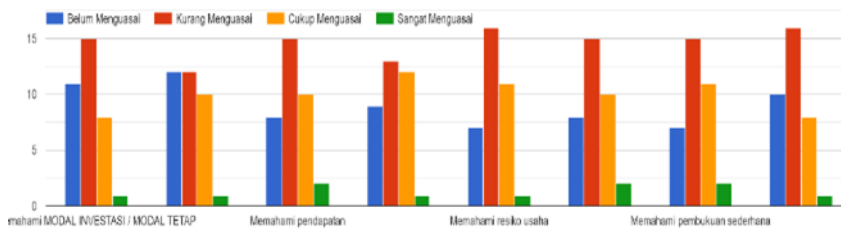


Gambar 5. Bimtek manajemen usaha dan daya saing produk UMKM Kab. Malang

Melalui Bimtek pengelolaan keuangan, pendapatan dan resiko usaha, peserta bimtek diajak untuk memahami manajemen usaha, baik pada bagian pendapatan, biaya dan resiko usaha. Melalui bimtek ini juga dikenalkan pencatatan dan pembukuan sederhana dengan menggunakan *software* yang tidak berbayar yang disiapkan Kementerian Koperasi dan UKM yaitu Lamikro.

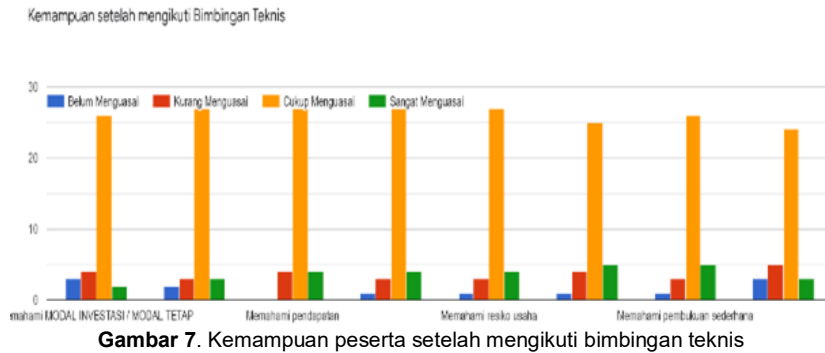
Pada tahapan evaluasi, peserta bimtek diberikan kuesioner awal pelaksanaan Bimtek, untuk mengetahui bagaimana pengetahuan dan pemahaman terhadap materi bimtek.

Kemampuan sebelum mengikuti Bimbingan Teknis



Gambar 6. Kemampuan peserta sebelum mengikuti bimbingan teknis

Setelah pelaksanaan Bimtek, peserta juga diberi kuesioner untuk mengetahui keberhasilan Bimtek. Hasil kegiatan bimtek data meningkatkan.



Berdasarkan hasil kegiatan bimtek dapat dievaluasi pemahaman peserta terkait modal investasi sebelum bimtek peserta cukup menguasai sebesar 22,9% dan setelah bimtek terjadi peningkatan menjadi sebesar 74,3%. Pemahaman peserta terhadap modal kerja sebelum bimtek peserta cukup menguasai yaitu sebesar 28,6% setelah bimtek meningkat menjadi sebesar 77,1%. Pemahaman peserta terhadap pendapatan sebelum bimtek peserta cukup menguasai sebesar 28,6% setelah bimtek meningkat menjadi sebesar 74,3%. Pemahaman peserta pada cara penetapan harga sebelum bimtek peserta cukup menguasai 31,4% setelah bimtek 77,1%. Terjadi peningkatan pemahaman resiko usaha sebelum bimtek peserta cukup menguasai hanya sebesar 22,9% akan tetapi setelah bimtek meningkat sebesar 77,1%. Sehingga hasil pengabdian melalui bimtek dapat membantu keberlanjutan usaha UMKM Jawa Timur, terutama UMKM Kabupaten Malang.

Ibu Khofifah Indar Parawansa selaku Gubernur di Provinsi Jawa Timur telah mencetuskan slogan program “rembug Nyekrup” merupakan upaya mensinergikan antara Dinas KUKM Pemprov Jawa Timur dengan seluruh pihak terkait, yaitu OPD Pemprv Jatim, Dinas Kabupaten dan Kota di Jawa Timur, TNI/ POLRI, Badan Pusat Statistik (BPS), Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Kesehatan Tenaga Kerja (BPJSTKS), Kamar Dagang dan Industri (Kadin), Media, BUMN, Perguruan Tinggi, Rumah Kurasi, Bank Indonesia, Perbankan, DJP Pajak, melalui pembicaraan, musyawarah mencari solusi bersama, bertemu melakukan kegiatan sambung pikiran, kegiatan sambung doa dan kegiatan sambung program. Rembug atau Musyawarah bertujuan supaya suatu permasalahan dapat dipecahkan bersama, ada jalan keluarnya, mengambil jalan yang adil, dan tidak merugikan pihak lain. “nyekrup” memiliki kata dasar sekrap, sebagai pengikat untuk menahan dua objek bersama, atau lebih konkritnya menjadi sinergi dan kolaborasi untuk menyatukan pendapat atau sesuatu.

Penta helix adalah kerangka kerja konseptual yang melibatkan akademisi, pemerintah, industri, non-pemerintah institusi, sipil masyarakat, atau sosial pengusaha atau media bahwa dipercaya sanggup untuk menambah ekonomi untuk mengejar inovasi dan kewiraswastaan melalui kolaborasi dan sinergi (Halibas et al., 2017). Terkait dengan perkembangan industri kreatif di Indonesia (Awaluddin et al., 2016; Suidiana et al., 2020) menyatakan bahwa

penta helix memainkan peran penting dalam memastikan industri kreativitas dan penciptaan nilai, *penta Helix* dikembangkan terdiri dari: akademisi, bisnis, Pemerintah, Komunitas dan Media (ABGCM).

Model pendekatan *Penta Helix* “rembug Nyekrup” dapat menjadi kekuatan bersama Pemerintah mempunyai *political power*, sebagai fasilitator, regulator dan penganggaran (Susyanti et al., 2021; Susyanti, 2021). Sebagai akademisi peranan Perguruan Tinggi dilakukan melalui *knowledge power* dengan menghadirkan ilmu yang membantu hidup menjadi lebih bermanfaat, lebih cepat, dan lebih murah. Pebisnis berperan dalam kerjasama permodalan, program pengembangan ekonomi masyarakat dengan memberikan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Peran Ekonomi kreatif dan UMKM dalam komunitas di masyarakat menjadi *social power*. Media massa dan media sosial merupakan sarana komunikasi program-program pembangunan dan membackup proses pengembangan dan pemberdayaan.

Model pendekatan *Penta Helix* menjadi harapan pemerataan kesejahteraan masyarakat, Pemerintah Provinsi Jawa Timur dengan slogan “rembug Nyekrup”; Akademisi Universitas Islam Malang; Pebisnis; UMKM dalam Masyarakat atau komunitas; Media, bersatu membangun kebersamaan dalam *empowering* UMKM untuk meningkatkan pembangunan Jawa Timur. Rembug dalam sinergitas antara ke lima *helix*, yang kemudian nyekrup dan berintegrasi dari lima *helix*, menjalankan hasil rembug sesuai dengan fungsi dari masing-masing *helix*, mendasarkan potensi pada masing-masing daerah, sehingga bisa maju bersama dengan memberdayakan UMKM dan ekonomi kreatif, memberikan kesejahteraan bagi masyarakat.

SIMPULAN

Pada era normal baru dengan masih terjadinya pandemi COVID-19 dan ekonomi kreatif dan UMKM yang mengalami kesulitan pemasaran pada produk, penurunan pendapatan, belum tepatnya manajemen usaha pada pengelolaan keuangan. Maka pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui berberapa tahap, yaitu perancangan, persiapan kelengkapan kegiatan, pelaksanaan kegiatan: tinjauan lapang, pendampingan, bimbingan teknis dan evaluasi.

Berdasarkan hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat melalui berbagai kegiatan yang telah dijalankan, disimpulkan bahwa 1) Pelaku bisnis ekonomi kreatif dan UMKM hamper 60% menyampaikan belum pernah mendapatkan materi-materi sebelumnya sangat antusias pada saat Bimtek berlangsung, dibuktikan dengan peserta yang bertanya secara aktif, dan juga menjawab pertanyaan narasumber pada saat Bimbingan Teknis berlangsung, 2) Penyampaian materi dan pengetahuan kepada peserta dapat meningkatkan pemahaman mengenai manajemen usaha. Hal ini dapat dibuktikan dengan persentase peserta yang paham terhadap pendapatan setelah bimtek meningkat secara keseluruhan menjadi diatas 74%, sehingga hasil pengabdian dapat membantu meningkatkan manajemen usaha ekonomi kreatif dan UMKM di wilayah Jawa Timur, khususnya UMKM Kabupaten Malang. 3) Model *Penta Helix* “rembug Nyekrup” menjadi harapan pemerataan

kesejahteraan Provinsi Jawa Timur. Helix pemerintah Provinsi Jawa Timur, Akademisi Universitas Islam Malang, Pebisnis, UMKM bagian Masyarakat atau komunitas, Media, bersatu membangun kebersamaan dalam pemberdayaan UMKM untuk meningkatkan pembangunan Jawa Timur.

Kegiatan PKM tentang manajemen usaha sangatlah penting untuk dilaksanakan terlebih bagi Ekonomi kreatif dan UMKM. Sehingga kegiatan PKM ini dapat terus ditingkatkan, dan juga diterapkan pada sasaran yaitu Ekonomi kreatif dan UMKM Jawa Timur, guna meningkatkan kesadaran dan pemahaman mengenai bagaimana mengelola usaha dengan bijak, sesuai dengan kebutuhan, dan mendukung keberlanjutan usaha. Selain terus menerus dilakukan sosialisasi *Penta Helix* “rembuk Nyekrup” pada seluruh masyarakat provinsi Jawa Timur, terutama pada Ekonomi kreatif dan UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Pemerintah Provinsi Jawa Timur atas hibah Penelitian tentang Pengembangan Ekonomi dan UMKM di Jawa Timur, Naskah Perjanjian Hibah Daerah (NPHD) NOMOR: 900/9482/012/2021 sehingga mensukseskan kegiatan program pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Anggraeni, B. D. (2015). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Pemilik Usaha. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 3(1), 109–121. <https://doi.org/10.7454/jvi.v3i1.23>
- Awaluddin, M., Sule, E., & Kaltum, U. (2016). The Influence Of Competitive Forces And Value Creation On Company Reputation And Competitive Strategy: A Case Of Digital Creative Industry In Indonesia With The Implication On Sustainable Business Performance. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, 4(2), 201–234.
- Bismala, L. (2016). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Enterpreuner Dan Entrepreneurship*, 5(1), 19–25. <https://doi.org/10.37715/jee.v5i1.383>
- Hafiluddin, M. R., Suryadi, & Saleh, C. (2014). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis “Community Based Economic Development” (Studi pada pelaku UMKM di Kecamatan Sukodono Kabupaten Sidoarjo). *Wacana Journal of Social and Humanity Studies*, 17(2), 68–77. <https://wacana.ub.ac.id/index.php/wacana/article/view/305>
- Halibas, A. S., Sibayan, R. O., Lyn, R., & Maata, R. L. R. (2017). The penta helix model of innovation in Oman: An hei perspective. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 12, 159–172. <https://doi.org/10.28945/3735>
- Haryanti, P., Hidayati, A., Rodliyah, I., Nisful Laili, C., & Saraswati, S. (2020). Sosialisasi Literasi Keuangan Syariah Pada Anak Usia Dini. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 3(2), 136–145. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v3i2.6584>

- Pahlevi, A. S. (2018). Kolase Pemikiran Ekonomi Kreatif Indonesia. In CV. Oxy Consultant.
- Saksono, H. (2012). Ekonomi Kreatif: Talenta Baru Pemicu Daya Saing Daerah. *Jurnal Bina Praja*, 04(02), 93–104. <https://doi.org/10.21787/jbp.04.2012.93-104>
- Shofa, I., & Nugroho, D. (2009). Pertumbuhan dan Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Malang. *Jurnal Pangripta*, 1(1). <https://jurnalpangripta.malangkota.go.id/index.php/PANGRIPTA/article/view/12>
- Soetjipto, H. N. (2020). *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi COVID-19* (Uki (ed.)). K-Media.
- Sopannah, Bahri, S., & Ghozali, M. (2018). Prospek Pengembangan Malang Raya Sebagai Kota Kreatif Berbasis Kearifan Lokal. *Conference on Innovation and Application of Science and Technology (CIASTECH)*, 168–177. <https://publishing-widyagama.ac.id/ejournal-v2/index.php/ciastech/article/view/620>
- Sudiana, K., Sule, E. T., Soemaryani, I., & Yunizar, Y. (2020). The development and validation of the penta helix construct. *Business: Theory and Practice*, 21(1), 136–145. <https://doi.org/10.3846/btp.2020.11231>
- Susyanti, J. (2021). *Monograf Model Pendampingan Ekonomi Kreatif & Kepatuhan Pajak* (1st ed.). Amerta Media.
- Susyanti, Jeni. (2014). Problems Identification of Creative Economy Business Actors of Tourism Sector in Malang City in Effort To Meet Tax Obligations. *IJBMI: International Journal of Business and Management Invention*, 14(1), 13–19. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.27937.51048>
- Susyanti, Jeni. (2017). Analisa Bisnis Ekonomi Kreatif Sektor Pariwisata Untuk Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak (Studi Kasus pada Pelaku Ekonomi Kreatif kota Malang)". *EL MUHASABA: Jurnal Akuntansi (e-Journal)*, 8(2). <https://doi.org/10.18860/em.v8i2.4971>
- Susyanti, Jeni, & Anwar, S. A. (2020). Efek Sikap Wajib Pajak, Kesadaran Wajib Pajak, Pengetahuan Perpajakan Terhadap Kepatuhan Pajak di Masa COVID-19. *Jurnal Sebatik*, 24(2), 171–177. <https://doi.org/10.30588/jmp.v3i1.84>
- Susyanti, Jeni, Askandar, N. S., & Dahlan, A. (2021). The Integrative Sustainability Business Mentoring Model for Politicize Creative Economy Business Actors in Meeting Tax Compliance. *Politik Indonesia: Indonesian Political Science Review*, 6(2), 177–193. <https://doi.org/10.15294/ipsr.v6i2.29937>