

DARI IDE KE AKSI: MANAJEMEN ORGANISASI UNTUK PELAKU EKONOMI KREATIF

Rosalinda Septiani Sitompul¹, Delviana Romauli Wanti Sihombing¹, Joan Berlin Damanik¹, Niarita Bukit¹, Johanes Wilfrid Pangihutan Purba¹, Jeriston Habayahan¹, Yesika Angelina Tamba¹

¹Manajemen, Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli

²Manajemen, Universitas Simalungun

*email:**rosalindassitompul@gmail.com

Abstract: Community service by the Management Study Program of the Faculty of Economics, Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli, in Matiti 2 Village, Dolok Sanggul, which aims to strengthen community-based creative economy through the guidance of the Baion Craftsmen Group 'Setia'. The main issue is the need to strengthen the capacity of artisan groups to face the challenges of a creative economy based on local wisdom, such as access to capital, digitalization, marketing, and product legality. The methods used include continuous training, managerial mentoring, the contextual application of POAC management, as well as strengthening networks and transforming organizational paradigms towards a collaborative and adaptive model. The innovation process is carried out from local inspiration to digital marketing, while continuous evaluation and intellectual property protection serve as key pillars. The results of the activities show increased independence and competitiveness of artisan groups, the emergence of flagship products, and the formation of SME embryos that are oriented toward inclusive growth and cultural preservation. In conclusion, a community-based creative economy approach is effective in driving village economic growth as long as it is supported by adaptive management, technology integration, multi-stakeholder synergy, and continuous innovation cycles.

Keywords : baion; creative economy; UMKM

Abstrak: Pengabdian kepada masyarakat Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli di Desa Matiti 2 Dolok Sanggul yang bertujuan memperkuat ekonomi kreatif berbasis komunitas melalui pembinaan Kelompok Pengrajin Baion “Setia”. Permasalahan utama adalah perlunya penguatan kapasitas kelompok pengrajin untuk menghadapi tantangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal, seperti akses modal, digitalisasi, pemasaran, dan legalitas produk. Metode yang digunakan meliputi pelatihan berkelanjutan, pendampingan manajerial, penerapan manajemen POAC secara kontekstual, serta penguatan jejaring dan transformasi paradigma organisasi menuju model yang kolaboratif dan adaptif. Proses inovasi dilakukan dari inspirasi lokal hingga digitalisasi pemasaran, sementara evaluasi berkelanjutan dan perlindungan hak kekayaan intelektual menjadi pilar utama. Hasil kegiatan menunjukkan meningkatnya kemandirian dan daya saing kelompok pengrajin, lahirnya produk unggulan, serta terbentuknya embrio UMKM yang berorientasi pertumbuhan inklusif dan pelestarian budaya. Kesimpulannya, pendekatan ekonomi kreatif berbasis komunitas efektif mendorong pertumbuhan ekonomi desa asalkan didukung manajemen adaptif, integrasi teknologi, sinergi multi-pihak, dan siklus inovasi berkelanjutan.

Kata Kunci : baion; ekonomi kreatif; UMKM

PENDAHULUAN

Latar belakang pengabdian masyarakat ini berangkat dari dinamika pertumbuhan ekonomi kreatif yang kini menjadi motor baru pembangunan ekonomi global dan nasional. Dalam satu dekade terakhir, ekonomi kreatif muncul sebagai paradigma yang menekankan pentingnya kreativitas, inovasi, pengetahuan, dan keberanian mengambil risiko sebagai modal utama penciptaan nilai tambah ekonomi. Tidak lagi bergantung pada sumber daya alam, ekonomi kreatif justru menjadikan ide, gagasan, teknologi, seni, serta budaya sebagai fondasi utama untuk menghasilkan produk dan jasa bernilai tinggi.

Konsep ekonomi kreatif yang diperkenalkan John Howkins (2001) semakin relevan dengan kondisi di Indonesia. Menurut Departemen Perdagangan RI (2008), ekonomi kreatif menciptakan nilai tambah produk dan jasa berbasis intelektualitas sumber daya manusia yang terbarukan, menuju industri ramah lingkungan. Pemerintah berkomitmen memetakan kontribusi dan pengembangan industri kreatif untuk visi Indonesia 2025.. Sektor ini melibatkan pelaku individu maupun kelompok yang mampu menghadirkan solusi, produk, ataupun metode baru yang adaptif terhadap perubahan zaman. Kerangka teori ekonomi kreatif bersifat multidisipliner dan menempatkan manusia sebagai aktor utama dalam penciptaan pertumbuhan ekonomi, nilai sosial, dan keberlanjutan.

Di tingkat lokal, seperti di Desa Matiti 2 Dolok Sanggul, potensi ekonomi kreatif tampak nyata melalui pengolahan bahan lokal seperti baion menjadi produk kerajinan bernilai ekonomi: tas, dompet, dan beragam produk fashion. Kehadiran ekonomi kreatif terbukti mampu

meningkatkan pendapatan masyarakat, membuka lapangan kerja baru, memperkuat UMKM, memperkaya budaya lokal, serta menjadi solusi inovatif atas isu lingkungan. Meski peluang sangat besar, pelaku ekonomi kreatif dihadapkan pada tantangan akses modal, perizinan, teknologi, dan pemasaran. Peran organisasi yang adaptif, kepemimpinan visioner, kolaborasi lintas sektor, serta program pendampingan dan pelatihan menjadi kunci keberhasilan pemberdayaan masyarakat dan pengembangan ekonomi kreatif yang berkelanjutan di daerah.

Tujuan Pengabdian Masyarakat yaitu: a) Membekali pelaku ekonomi kreatif dengan pengetahuan dan keterampilan dalam mengubah ide-ide kreatif menjadi aksi nyata melalui penerapan manajemen organisasi yang efektif dan adaptif, b) Meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam merancang, mengelola, dan mengembangkan organisasi ekonomi kreatif berbasis potensi lokal agar mampu bersaing di era digital dan ekonomi berbasis pengetahuan, c) Membimbing pelaku ekonomi kreatif dalam membangun ekosistem kolaborasi, jaringan usaha, serta strategi inovasi yang berkelanjutan melalui pelatihan, pendampingan, dan fasilitasi jejaring, d) Mendorong transformasi manajerial pelaku ekonomi kreatif dari model konvensional menuju pola manajemen kreatif yang responsif terhadap tantangan dan peluang global, e) Memberikan solusi atas permasalahan nyata yang dihadapi (akses modal, pemasaran, digitalisasi, dan legalitas), sehingga ide-ide kreatif yang dimiliki pelaku dapat diimplementasikan menjadi aksi dan dampak ekonomi yang nyata bagi masyarakat.

Ekonomi kreatif merupakan paradigma baru yang menempatkan

keaktivitas, inovasi, dan pengetahuan sebagai motor utama pertumbuhan ekonomi dan sosial. Berbeda dengan ekonomi tradisional yang bergantung pada sumber daya alam, ekonomi kreatif mengedepankan ide, gagasan, seni, teknologi, dan budaya dalam menciptakan nilai tambah. Konsep ini, diperkenalkan oleh John Howkins (2001), menegaskan pentingnya keberanian mengambil risiko serta perpaduan multidisipliner seperti ekonomi, manajemen, komunikasi, teknologi, sosiologi, dan antropologi sebagai landasan pengembangan sektor ini. Ekonomi kreatif berada di persimpangan antara kontribusi pada produksi nasional, inovasi untuk daya saing, nilai sosial berupa penyebaran pengetahuan, dan keberlanjutan lewat penggantian sumber daya alam dengan gagasan.

Tiarylla et al., (2023) Karakteristik utama ekonomi kreatif adalah penggunaan ide dan kreativitas sebagai modal yang dinamis dan terus berkembang, seringkali bersumber dari pengalaman, budaya lokal, dan imajinasi. Inovasi serta penerapan teknologi menjadi kunci dalam menciptakan produk atau metode baru untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas. Kolaborasi dan jaringan antar pelaku juga menjadi unsur vital bagi tumbuhnya industri kreatif. Pilar utamanya meliputi kreativitas, keinovasian, teknologi, dan budaya. Kombinasi ini menjadikan ekonomi kreatif sebagai kekuatan utama pembangunan berkelanjutan yang telah diadopsi banyak negara maju.

Di Indonesia, potensi ekonomi kreatif sangat besar, didorong oleh kekayaan budaya, pesatnya pemanfaatan teknologi informasi, dan kebijakan

pendukung dari pemerintah. Di daerah Desa Matiti 2 Dolok Sanggul, bahan lokal seperti baion diolah menjadi produk kerajinan bernilai ekonomi, seperti tas dan aksesoris fashion, yang mampu meningkatkan pendapatan, membuka lapangan kerja, memunculkan UMKM baru, serta memperkaya budaya lokal. Dampak positif lainnya adalah munculnya solusi inovatif atas masalah lingkungan, seperti pemanfaatan limbah menjadi produk kreatif. Berbagai riset menegaskan pertumbuhan sektor ini dalam kontribusinya terhadap PDB nasional, penyerapan tenaga kerja, dan ekspor produk lokal.

Keberhasilan ekonomi kreatif bergantung pada transformasi organisasi dari pola manajemen konvensional ke manajemen kreatif yang didukung kepemimpinan visioner, organisasi adaptif, sistem kerja kolaboratif, dan keputusan berbasis inovasi. Peluang masih sangat terbuka lebar, tetapi tantangan seperti keterbatasan modal, akses teknologi, hingga pemasaran harus diatasi melalui pendampingan, pelatihan, serta kebijakan pemerintah yang kondusif. Pada akhirnya, ekonomi kreatif mendorong masyarakat menjadi aktor utama dalam pembangunan ekonomi, bukan sekadar objek. Transformasi ini memerlukan proses pelatihan, pembentukan jejaring komunitas, hingga kolaborasi lintas sektor yang menunjang keberlanjutan ekonomi daerah. . Penelitian Giriyanto (2025) menegaskan bahwa produk kreatif yang berkembang secara kolaboratif cenderung lebih inovatif dan berdaya saing tinggi.

Manajemen organisasi menjadi kunci utama suksesnya ekonomi kreatif yang kini menjadi penggerak baru dalam

lanskap ekonomi global dan nasional. Berbeda dari sektor konvensional, ekonomi kreatif menuntut pola organisasi yang fleksibel, adaptif, dan partisipatif. Kesuksesan individu maupun komunitas kreatif sangat dipengaruhi oleh bagaimana organisasi dibangun serta mampu bertransformasi mengikuti perubahan zaman. Manajemen organisasi yang efektif menjadi landasan munculnya inovasi, kolaborasi, dan keberlanjutan usaha.

Paradigma manajemen organisasi ekonomi kreatif bergeser dari sistem birokrasi dan hierarki kaku ke model yang lebih datar (*flat structure*), desentralisasi kewenangan, serta pengambilan keputusan cepat dan efisien. Manajer di organisasi kreatif bukan sekadar pimpinan, melainkan fasilitator, motivator perubahan, dan sumber inspirasi bagi tim. Organisasi kreatif menekankan pembagian peran berdasarkan keahlian dan fungsi unik, serta memprioritaskan kerja kolaboratif di proyek-proyek inovatif.

Karakteristik penting organisasi sektor kreatif di antaranya berbasis ide dan inovasi, struktur dinamis yang mudah beradaptasi, kolaborasi lintas bidang dan jejaring luas, orientasi pembelajaran berkelanjutan, dan sistem insentif yang memotivasi anggota untuk berkreasi. Organisasi kreatif dapat berbentuk kelompok usaha bersama, startup, koperasi, hingga badan usaha keluarga, seperti yang ditemukan pada komunitas pengrajin tas baion di Desa Matiti 2 Dolok Sanggul. Mereka mengembangkan produk inovatif lewat kolaborasi, berbagi keahlian, dan masukan bersama.

Prinsip-prinsip manajemen organisasi yang mengacu pada teori

klasik POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) tetap digunakan, namun diadaptasi secara kontekstual pada sektor kreatif. Basri (2022) membawa pendekatan business model canvas sebagai alat perencanaan bisnis yang inovatif dan fleksibel, lebih cocok bagi dinamika ekonomi kreatif ketimbang business plan tradisional. Transformasi organisasi dari birokrasi kaku menuju struktur kreatif juga didukung oleh teori manajemen kontemporer yang mengedepankan pembelajaran berkelanjutan, kolaborasi lintas fungsi, dan integrasi teknologi.

Kolaborasi dan jejaring menjadi kekuatan lain organisasi kreatif, melibatkan anggota internal, pelaku UMKM lain, universitas, pemerintah, dan lembaga pendanaan. Ekosistem yang terbentuk memperkuat kapasitas inovasi kolektif, memperluas akses sumber daya, informasi, keterampilan, dan pasar. Organisasi yang memberdayakan anggotanya, menurut Amar (2021), akan mengoptimalkan potensi individu setiap anggota untuk berinovasi, berbagi pengetahuan, dan bersama-sama meningkatkan mutu hasil usaha.

Tantangan manajemen organisasi kreatif meliputi keterbatasan modal, kemampuan manajerial, sumber daya manusia, administratif kelembagaan, hingga regulasi yang dinamis. Pemimpin kreatif harus mampu mengelola konflik, menyatukan visi, membangun budaya terbuka, dan menghargai setiap kontribusi. Demi keberlanjutan dan pertumbuhan, organisasi kreatif membutuhkan pemanfaatan sumber daya secara bijak, pelestarian budaya, dan akses inkubasi bisnis seperti pelatihan, mentor, dan permodalan. Dengan

manajemen organisasi yang adaptif dan kolaboratif, ekonomi kreatif mampu bertahan serta berkembang di tengah tantangan zaman.

METODE

Tempat pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan di Desa Matiti 2 Kecamatan Dolok Sanggul Kabupaten Humbang Hasundutan. Yang menjadi peserta pelatihan adalah Kelompok Pengrajin Baion “Setia” Desa Matiti II yang merupakan pengrajin pengolahan bahan lokal baion menjadi produk kerajinan bernilai ekonomi: tas, dompet, dan beragam produk fashion

Metode pelaksanaan yang dilakukan adalah:

Transformasi Paradigma Manajemen

Mengubah pola pikir organisasi dari birokratis dan hierarkis menjadi lebih fleksibel, adaptif, dan partisipatif. Ini dilakukan dengan menerapkan struktur organisasi datar, desentralisasi kewenangan, dan mempercepat proses komunikasi serta pengambilan keputusan.

Penerapan POAC secara Kontekstual:

a) Perencanaan (*Planning*): Menggunakan business model canvas yang fokus pada pemetaan peluang kreatif, tren pasar, kebutuhan konsumen, serta kemungkinan inovasi produk dan jasa, b) Pengorganisasian (*Organizing*): Menyusun struktur kerja berdasarkan keunikan keterampilan (misal: desain, produksi, pemasaran, distribusi) dan membentuk tim proyek yang dinamis, c) Pelaksanaan (*Actuating*): Manajer berperan sebagai fasilitator dan mentor, membangun komunikasi efektif, kepercayaan, serta memberikan

penghargaan bagi kreativitas anggota tim, d) Pengendalian (*Controlling*): Melakukan evaluasi partisipatif, menerima umpan balik pasar/pelanggan, lalu terus melakukan perbaikan dan inovasi.

Penguatan Kolaborasi dan Jejaring

Aktif membangun kolaborasi lintas organisasi, seperti: 1) Bermitra dengan universitas dan lembaga pendidikan untuk pelatihan keterampilan dan manajerial, 2) Menyusun kemitraan dengan pemerintah daerah dan dinas terkait untuk promosi dan akses pasar, 3) Menggandeng komunitas kreatif dan pelaku UMKM guna bertukar ide, keahlian, dan peluang bisnis baru.

Pengelolaan Berkelanjutan: a) Memastikan sumber daya lokal dimanfaatkan secara bijak dan lestari, b) Melestarikan nilai-nilai budaya dalam setiap inovasi produk, c) Menyusun strategi bisnis berkelanjutan agar organisasi tetap relevan dan adaptif menghadapi perubahan pasar dan teknologi.

PEMBAHASAN

Inovasi dan kreativitas adalah denyut utama ekonomi kreatif, menjadi bahan bakar transformasi ide menjadi aksi dan produk yang bernilai ekonomi, sosial, dan budaya. Dalam ekonomi kreatif, proses kreatif tidak hanya berhenti pada pemikiran inovatif, tetapi harus diikuti dengan tindakan konkret yang menghasilkan produk atau jasa yang dapat dinikmati serta memberikan manfaat nyata bagi masyarakat dan

pasar.peluang ekonomi baru bagi masyarakat desa. Melalui pendekatan partisipatif dan pendampingan intensif, peserta mampu menghasilkan produk secara mandiri, yang diharapkan menjadi cikal bakal UMKM berbasis desa.

Manajemen organisasi yang dapat dilakukan dalam mendukung kegiatan ekonomi kreatif yang dilakukan Kelompok Pengrajin Baion “Setia” Desa Matiti II adalah:

Fondasi Proses Kreatif: Dari Inspirasi ke Tindakan

Inovasi dimulai dari inspirasi, yang dapat muncul dari kebutuhan lokal, tren, teknologi, atau tantangan lingkungan. Pelaku ekonomi kreatif harus peka dan mampu menterjemahkan peluang menjadi ide orisinal, seperti pemanfaatan limbah baion di Matiti 2 yang diolah menjadi produk bernilai. Tahapan awal melibatkan observasi dan riset konsumen, sebagai dasar proses inovasi produk.

Eksplorasi Ide dan Brainstorming

Setelah inspirasi ditemukan, dilakukan *brainstorming* dan diskusi tim. Proses ini bertujuan memperkaya gagasan, mengevaluasi kendala, dan membangun visi produk. Ide potensial diuji coba sederhana, seperti pembuatan prototipe tas baion secara manual dan simulasi penjualan. Budaya organisasi terbuka mendukung inovasi dan apresiasi terhadap setiap ide anggota.

Prototyping dan Uji Pasar

Tahap selanjutnya adalah pembuatan prototipe sebagai representasi

ide utama. Prototipe digunakan untuk menguji kualitas, desain, dan respons konsumen. Proses ini sering membutuhkan *trial and error* hingga produk yang dihasilkan benar-benar sesuai kebutuhan pasar. Praktik ini memperhatikan daya tarik desain, keunikan material, dan nilai cerita produk.

Penerapan Inovasi Teknologi dan Digitalisasi

Teknologi mempercepat proses, baik produksi maupun pemasaran. Digital branding, marketplace, dan media sosial meningkatkan jangkauan pasar. Teknologi modern seperti CAD dan aplikasi desain grafis memudahkan inovasi, pengelolaan stok, komunikasi, dan pengiriman produk. Digitalisasi memperbesar peluang diterima di pasar luas.

Hak Kekayaan Intelektual dan Perlindungan Inovasi

Penting bagi pelaku UMKM memahami HKI hak cipta, paten, dan merek dagang sebagai perlindungan ide sehingga inovasi tidak mudah ditiru. HKI memberikan keuntungan jangka panjang dan memperkuat daya saing UMKM.

Kolaborasi dan Sinergi dalam Proses Kreatif

Kolaborasi lintas sektor, misalnya dengan komunitas seni, universitas, dan pemerintah, memperkuat ide, desain, hingga pemasaran produk. Sinergi meningkatkan inovasi, daya saing, dan memperbesar peluang usaha,

sebagaimana produk Matiti 2 yang tumbuh lewat jejaring luas.

Evaluasi, Iterasi, dan Skala Produksi

Evaluasi hasil uji pasar dilakukan dengan analisis penjualan dan umpan balik konsumen. Iterasi atau perbaikan berulang menjamin relevansi produk dengan kebutuhan pasar. Produksi skala besar memperhatikan efisiensi, mutu, dan distribusi yang tepat didukung teknologi dan kolaborasi.

Implikasi Sosial dan Pengembangan Ekonomi Lokal

Proses kreatif bukan hanya bernilai ekonomi, tetapi juga memperkuat budaya, lingkungan, dan kesejahteraan masyarakat. Dukungan perguruan tinggi, pemerintah, dan lembaga keuangan memungkinkan pelatihan, akses modal, dan promosi, sehingga inovasi sosial dan ekonomi tumbuh di komunitas.





Gambar 1. Sosialisasi dan Pelatihan Ke Pada Para Peserta

SIMPULAN

Pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh Fakultas Ekonomi Unita dengan Kelompok Pengrajin Baion “Setia” di Desa Matiti 2 menegaskan bahwa ekonomi kreatif merupakan motor baru pembangunan ekonomi berbasis potensi lokal, kreativitas, dan inovasi. Transformasi paradigma manajemen dari sistem birokratis ke pola yang adaptif dan partisipatif, penerapan prinsip POAC secara kontekstual, serta penguatan kolaborasi lintas sektor telah memberikan peningkatan kapasitas dan produktivitas bagi pelaku usaha lokal. Produk anyaman baion sebagai bagian dari ekonomi kreatif tidak hanya menghasilkan nilai ekonomi dan membuka peluang kerja, tetapi juga berperan dalam pelestarian budaya lokal serta solusi masalah lingkungan. Ekosistem organisasi yang kolaboratif, berbasis jejaring, dan didukung pendekatan berkelanjutan mampu memperkuat daya saing UMKM di era digital.

Namun demikian, sejumlah tantangan tetap dihadapi, seperti keterbatasan akses modal, pemasaran, digitalisasi, dan legalitas usaha. Oleh karena itu, pembinaan berkelanjutan, pelatihan manajerial, dan dukungan kebijakan sangat penting agar transformasi kreativitas menjadi aksi dan dampak ekonomi benar-benar terwujud.

Dengan sinergi semua pihak dan komitmen keberlanjutan, ekonomi kreatif berbasis komunitas dapat menjadi solusi nyata bagi pertumbuhan ekonomi desa dan kesejahteraan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amar, S. (2021). Pengaruh Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Pembangunan Ekonomi Masyarakat di Kabupaten Bima. <https://repository.ummat.ac.id/2036/>
- Basri, A. I. (2022). Bahan Ajar Ekonomi Kreatif. Yogyakarta: Universitas PGRI Yogyakarta. Setiawan, (2020). <https://repository.upy.ac.id/1919/>
- Departemen Perdagangan RI (2008). Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif 2025.
- Giriyanto, S. (2025). Peran Ekonomi Kreatif Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. Jurnal STIE AAS. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/17202/7440/54167> Bima. <https://repository.ummat.ac.id/2036/>
- Howkins, J. (2001). The Creative Economy: How People Make Money from Idea