

**PENGEMBANGAN USAHA KECIL MENENGAH EKONOMI KREATIF
MELALUI UNIQLO NEIGHBORHOOD COLLABORATION**

Septiana Dwiputrianti¹, Devita Anggun Pradika², Abdul Rahman³, Caesar Octoviandi Purba⁴

Program Sarjana Terapan Administrasi Bisnis Sektor Publik^{1,2,3,4}
Politeknik STIA LAN Bandung

E-mail: septiana.dwiputrianti@poltek.stialanbandung.ac.id¹

ABSTRACT

Small and Medium Enterprises (SMEs) in the creative economy sector have great potential to drive local economic growth and enrich urban culture. However, there are still very few partnership programs carried out by international brands with SMEs. This article aims to evaluate the cooperation of multinational companies, through the UNIQLO neighborhood collaboration program can inspire creative economy SMEs to develop their business capacity. The PESTEL approach (Political, Economic, Socio-Cultural, Technology, Environmental, Law) is applied to identify external factors that influence the success of collaboration programs. The results of the analysis show that (1) the regulatory framework and government policies play a significant role; (2) the ability of purchasing power and access to finance to be supportive from an economic aspect; (3) the acceptance of creative economy SME products is a key factor in socio-cultural success; (4) technology support in operationalization and marketing plays a positive role; (5) a positive image of environmentally friendly SME products is an added value; (6) Intellectual property rights support the legalization aspect. Although the UNIQLO neighborhood program is still relatively new, it has had a positive impact on creative economy SMEs. The challenge is to develop a sustainable strategy for the optimization of this cooperation program through strengthening the capacity of SMEs, collaboration with educational institutions and industry associations, and effective marketing efforts.

Keywords: *Neighborhood Collaboration, SME, creative, economy, Uniqlo*

ABSTRAK

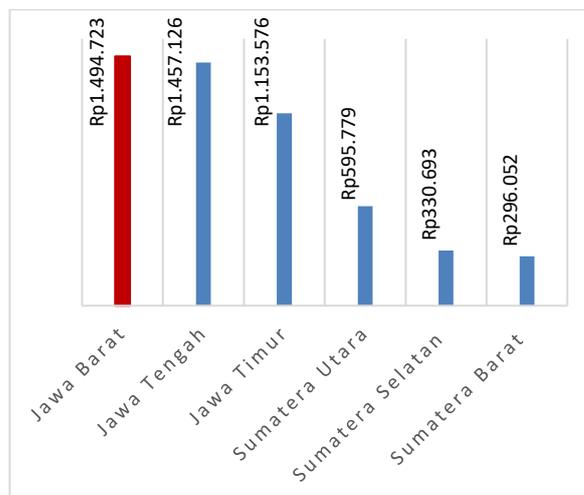
Usaha Kecil, dan Menengah (UKM) di sektor ekonomi kreatif memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan memperkaya budaya perkotaan. Namun, masih sangat sedikit program kemitraan yang dilakukan oleh brand internasional dengan UKM. Artikel ini, bertujuan untuk mengevaluasi Kerjasama perusahaan multinasional, melalui program UNIQLO neighborhood collaboration dapat memberikan inspirasi kepada UKM ekonomi kreatif untuk pengembangan kapasitas bisnisnya. Pendekatan PESTEL (Politik, Ekonomi, Sosial Budaya, Teknologi, Lingkungan, Hukum) diterapkan untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi keberhasilan program kolaborasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa (1) kerangka regulasi dan kebijakan pemerintah berperan signifikan; (2) kemampuan daya beli dan akses keuangan menjadi mendukung dari aspek ekonomi; (3) penerimaan produk UKM ekonomi kreatif menjadi factor kunci keberhasilan dari sisi sosial budaya; (4) dukungan teknologi dalam operasionalisasi dan pemasaran sangat berperan positif; (5) citra positif produk UKM yang ramah lingkungan menjadi nilai tambah; (6) Hak kekayaan intelektual mendukung aspek legalisasinya. Walaupun program UNIQLO neighborhood masih relative baru, telah memberikan dampak positif bagi UKM ekonomi kreatif. Adapun tantangannya adalah menyusun strategi berkelanjutan untuk optimalisasi program Kerjasama ini melalui penguatan kapasitas UKM, kolaborasi dengan institusi pendidikan dan asosiasi industri, serta upaya pemasaran yang efektif.

Kata Kunci: *Neighborhood Collaboration, UKM, kreatif, ekonomi, UNIQLO*

A. Pendahuluan

Saat ini, sektor Usaha Kecil, dan Menengah (UKM) mengalami perkembangan pesat, terutama dalam sektor ekonomi kreatif di Indonesia. Menurut Rosita (2020), aktivitas pada sektor UKM selama pandemi covid-19 memunculkan kesempatan atau peluang yang sangat positif, yaitu pelaku yang melakukan transaksi perdagangan dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi elektronik sudah mencapai peningkatan sebesar US\$ 130 miliar. Pengembangan UKM yang sudah berbasis digital sangat memudahkan para pelaku UKM dalam mengaksesnya sehingga memicu banyak pergerakan ekonomi di berbagai pelosok daerah. Jika UKM ini terus dikembangkan serta ditingkatkan potensinya oleh pelaku usaha maka daya serap ekonomi baik di kota maupun di desa akan tersebar secara merata dan memiliki daya serap yang cukup tinggi UKM menjadi bagian penting dalam perekonomian negara ini, memberikan manfaat signifikan dalam pendistribusian pendapatan masyarakat. Selain itu, UKM juga berperan penting dalam menyerap tenaga kerja, sehingga membantu mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia. Khususnya di Asia, Afrika dan Amerika Latin, UKM memiliki peran dalam menyediakan kesempatan kerja dan sumber pendapatan bagi kelompok yang kurang beruntung, sehingga dapat berkontribusi dalam mengurangi kemiskinan dan pengangguran (Fauziah, 2020). Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2022 jumlah UKM di Pulau Jawa mendominasi dari pulau-pulau lainnya, dan tercatat bahwa Jawa Barat menjadi juara umum UKM dengan jumlah yang paling tinggi. Tabel 1 menginformasikan jumlah UKM di Pulau Jawa dan Sumatera tahun 2022

Tabel 1. Jumlah Usaha Kecil Menengah (UKM) di Pulau Jawa dan Sumatera Tahun 2022



Sumber: diolah data dari www.kememparekraf.go.id

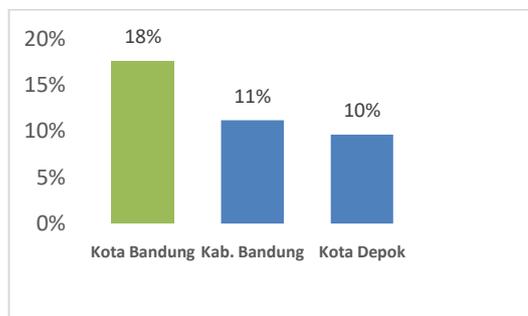
Namun, dampak dari krisis perekonomian nasional yang diakibatkan oleh pandemi pada tahun 2020 hingga 2022 berdampak pada kegiatan usaha besar yang menghadapi tantangan yang berat. Di tengah situasi tersebut, UKM dan koperasi relative lebih mampu bertahan dengan kreativitas dan inovasi yang dihasilkan dari kemampuan masyarakat dalam melihat potensi dan peluang sumber daya alam di wilayahnya. UKM (Usaha Kecil, dan Menengah) telah menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia dalam beberapa dekade terakhir. Sektor ekonomi kreatif, yang meliputi industri kreatif seperti seni, desain, musik, film, permainan, dan teknologi informasi, juga telah menjadi kontributor penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Hendrawan (2019) menjelaskan bahwa ekonomi kreatif adalah ekonomi yang berkembang secara kreatif dan berkelanjutan. Orang yang dapat memberikan ide, wawasan, bakat atau talenta dan kreativitas seseorang dikenal dengan ekonomi kreatif. Di era globalisasi, nilai ekonomi suatu produk atau jasa tidak lagi ditentukan oleh bahan atau sistem produksi seperti di era industri. Di sisi lain, nilai ekonomi ditentukan oleh kreativitas dan inovasi yang dihasilkan oleh kemajuan teknologi. Industri tidak lagi mampu bersaing di pasar global semata-mata atas dasar harga atau kualitas produk, tetapi harus bersaing atas dasar inovasi, kreativitas dan imajinasi. Tabel 2 menjelaskan tren kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB nasional yang meningkat dari tahun 2018 ke 2019, namun pertumbuhan PDB di tahun 2020 mengalami penurunan yang dipengaruhi oleh situasi pandemic covid-19.

Tabel 2 Kontribusi Ekonomi Kreatif Terhadap PDB Nasional tThun 2018-2020



Sumber: diolah dari www.kemendparekraf.go.id (akses 3 Januari 2023)

Tabel 3. Tiga Kota/Kabupaten Ekonomi Kreatif Terbesar di Jawa Barat Tahun 2020



Sumber diolah dari www.kemendparekraf.go.id (akses 13 Januari 2023)

Untuk dapat bersaing dengan produk-produk asing yang semakin efisien dan berkualitas, serta membanjiri pangsa pasar nasional, pengembangan kapasitas wirausaha yang berorientasi global harus lebih dikembangkan kepada para perajin ekonomi kreatif, sehingga berdampak nyata bagi kebangkitan ekonomi Indonesia. (Anom P & Rieka Yulita W, 2023).

Pemerintah sangat memperhatikan pengembangan UKM karena hampir sebagian besar penduduk di Indonesia berpenghasilan dari sektor ini. Oleh karena itu, pemerintah daerah dengan keterlibatan masyarakat dan pemanfaatan sumber daya yang ada harus mengkaji potensi sumber daya yang diperlukan untuk merancang dan mengembangkan perekonomian daerah, serta program-program yang mendukung pertumbuhan UKM menjadi sangat penting (Rahmayani & Aslinda, 2021). Salah satu program yang menarik perhatian adalah *Uniqlo Neighborhood Collaboration*, sebuah inisiatif yang didukung oleh Pemerintah Provinsi Jawa Barat, khususnya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat.

Uniqlo Neighborhood Collaboration hadir dengan tujuan untuk memperkuat hubungan dengan masyarakat lokal dan mendukung pertumbuhan UKM di Jawa Barat, khususnya Kota Bandung dalam sektor ekonomi kreatif. Hal ini dikarenakan Kota Bandung merupakan kota dengan pertumbuhan ekonomi kreatif paling tinggi di Jawa Barat, terbukti dari data Kemenparekraf tahun 2020

Program ini memberikan kesempatan bagi pelaku UKM lokal untuk memperkenalkan dan memasarkan produk mereka melalui toko-toko Uniqlo. Dalam era new normal setelah pandemi yang berlangsung lebih dari dua tahun, pengembangan UKM menjadi kunci dalam mengantisipasi perubahan perekonomian. Hal ini mendorong UKM untuk menghadapi tantangan global dan meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. menurut Idayu (2021) mengemukakan bahwa kemitraan merupakan dimana strategi suatu bisnis itu dilakukan oleh kedua pihak atau lebih dengan kurun waktu tertentu dalam merai profit, serta melakukan sesuai dengan prinsip saling membutuhkan. Adapun daerah persebaran UKM yang boleh mengikuti program *Uniqlo Neighborhood Collaboration* di Kota Bandung sebagai berikut



Gambar 1 Peta persebaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah pad program Uniqlo Neighborhood Collaboration di Kota Bandung

Sumber: diolah dari www.detik.com (akses 5 Januari 2023)

Untuk memahami dampak nyata dari Program *Uniqlo Neighborhood Collaboration* terhadap pengembangan UKM ekonomi kreatif di Kota Bandung, diperlukan analisis yang komprehensif. Analisis menggunakan metode PESTEL (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan, dan Hukum) akan digunakan untuk menganalisis faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan UKM ekonomi kreatif di Kota Bandung melalui program *Uniqlo Neighborhood Collaboration*.

Kajian ini akan memberikan pemahaman yang mendalam tentang kondisi eksternal yang mempengaruhi UKM ekonomi kreatif *rhoo* *Collaboration* dalam mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada. Selain itu, diharapkan juga dapat membantu pengambil kebijakan, pelaku UKM, dan pihak terkait untuk terus meningkatkan pengembangan UKM ekonomi kreatif secara berkelanjutan. Kajian terkait kerjasama pemerintah provinsi Jawa Barat dengan Uniqlo dalam program *Uniqlo Neighborhood Collaboration* sebagai pendorong pertumbuhan bisnis UKM. Lokal di Jawa Barat belum pernah dilakukan.

B. Metode Penelitian

Penelitian kualitatif diterapkan agar menekankan makna daripada generalisasi. Lingkungan alam menjadi fokus utama, dan metode yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan penggunaan dokumen. (Fadli, 2021) Penelitian kualitatif terlihat pada berbagai fenomena sosial. Hasilnya bukan berupa angka sebagai kuantitatif, melainkan kumpulan kalimat, kata-kata yang diperiksa kebenarannya. Akurasi dan ketelitian yang tepat sangat diperlukan karena kualitatif memerlukan observasi lapangan. Metode ini dipilih karena peneliti menganggap masalah yang diselidiki cukup kompleks dan dinamis sehingga informasi yang diperoleh harus dikumpulkan melalui metode yang alami.

Fokus penelitian dari penelitian ini adalah pengembangan UKM Ekonomi Kreatif melalui Program *Uniqlo Neighborhood Collaboration*. Uniqlo bekerjasama dengan UKM untuk menciptakan produk-produk yang inovatif dan menarik. UKM dapat memberikan desain unik yang merefleksikan budaya lokal atau gaya kreatif mereka, sementara Uniqlo menyediakan platform produksi yang lebih besar dan kemampuan promosi. Kemitraan ini juga melibatkan pemasaran bersama, di mana produk-produk UKM dipromosikan melalui saluran distribusi dan promosi Uniqlo. Ini membantu

UKM mendapatkan eksposur yang lebih luas dan mencapai pelanggan yang mungkin tidak mereka capai sebelumnya.

Idayu (2021) mengemukakan bahwa kemitraan merupakan dimana strategi suatu bisnis itu dilakukan oleh kedua pihak atau lebih dengan kurun waktu tertentu dalam meraih profit, serta melakukan sesuai dengan prinsip saling membutuhkan. Dengan menggunakan metode PESTEL, Menurut (Rosani (2021) mengemukakan bahwa analisis PESTEL merupakan suatu analisis yang bersifat external untuk perusahaan yang memfokuskan pada ruang lingkup politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan dan hukum. Operasi bisnis ini bergantung pada lingkungan perusahaan secara eksternal, yang nantinya mampu berguna dalam menganalisis berbagai macam aspek, serta mampu memahami proses strategi suatu perusahaan. Bandung adalah ibu kota Jawa Barat yang dapat dijadikan contoh situasi sosial kota-kota lain di Jawa Barat dengan strata sosial berbeda yang masih menganggap budaya sebagai basis kehidupan sehari-hari. Dalam kamus besar bahasa Indonesia, kemitraan adalah kata yang berasal dari kata “mitra” yang berarti teman, mitra kerja, kolega, kolega, sedangkan kemitraan adalah hubungan atau kerja sama sebagai mitra. Hidayat (2021)

Sumber data dalam penelitian ini adalah kata-kata dan perbuatan, serta informasi tambahan berupa dokumen, foto, dan studi literatur terkait. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik UKM yang terlibat dalam Program *Uniqlo Neighborhood Collaboration*, perwakilan dari *Uniqlo Neighborhood Collaboration*, dan pihak terkait lainnya seperti pemerintah daerah yang dalam konteks ini adalah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat. Data sekunder diperoleh melalui studi literatur, dokumen program, dan publikasi terkait.

Populasi dalam penelitian ini adalah UKM di yang terlibat dalam Program *Uniqlo Neighborhood Collaboration*. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu. Sampel penelitian terdiri dari 4 UKM yang telah berpartisipasi dalam Program *Uniqlo Neighborhood Collaboration*.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah

- a. Observasi, Observasi adalah pengamatan secara sadar dan sistematis terhadap fenomena sosial yang mengandung gejala-gejala psikologis untuk kemudian direkam. Dalam observasi ini peneliti menemukan bagaimana hasil penelitian ini

merupakan pengamatan langsung melihat peran usaha kecil dan menengah (UKM) Melihat secara langsung *showcase* program *Uniqlo Neighborhood Collaboration*, observasi pada UKM, lingkungan, serta teknologi yang digunakan dalam mendukung program *Uniqlo neighborhood collaboration* ini

- b. Wawancara, Wawancara dilakukan untuk mendapatkan pandangan UKM Ekonomi Kreatif dan masyarakat tentang dampak program tersebut. Dokumentasi digunakan sebagai alat pelengkap dan pengumpul data melalui berbagai bahan seperti foto, rekaman, dan dokumen terkait.
- c. Dokumentasi, Dokumentasi digunakan sebagai alat pelengkap dan pengumpul data melalui berbagai bahan seperti foto, rekaman, dan dokumen terkait. Dalam penelitian ini juga peneliti mengambil beberapa foto-foto dan video terkait kegiatan yang dilakukan oleh peneliti ketika proses pengumpulan data berlangsung.

Data yang terkumpul kemudian akan dianalisis melalui proses reduksi data, representasi data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan untuk mengungkapkan data kunci yang relevan dengan fokus penelitian. Representasi data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, atau diagram untuk memfasilitasi pemahaman tentang hasil analisis. Penarikan kesimpulan didasarkan pada rumusan masalah yang telah ditentukan sebelumnya, dan hasil analisis akan menjadi jawaban dari permasalahan penelitian yang diteliti. Dari teknik pengumpulan data diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Program Uniqlo Neighborhood Collaboration

Hasil observasi menunjukkan bahwa Program Uniqlo Neighborhood Collaboration merupakan program yang dibuat oleh UNIQLO Indonesia bernama PT Fast Retailing Indonesia yang menyediakan tempat dan pembangunan fasilitas yang digunakan untuk memamerkan produk-produk UKM terpilih kepada pelanggan, sehingga dengan program ini diharapkan pelanggan dapat menemukan dan pelajari lebih lanjut tentang bisnis UKM pilihan ini yang sebelumnya tidak mereka ketahui. Informasi dan beberapa produk dari UKM ini akan dipajang di ruang khusus (*showcase*) di toko UNIQLO. Kegiatan ini dinamakan “UKM Neighborhood Collaboration”. Usaha kecil dan menengah dan sejumlah produk terpilih yang dipamerkan setahun sekali akan dipertimbangkan untuk memberikan lebih banyak

kesempatan bagi anggota UKM lainnya. Untuk jangka waktunya 1 (satu) tahun kemudian setelah itu akan dilakukan proses pemilihan kurasi pada UKM lain.

Adapun Tujuan dari program Uniqlo Neighborhood collaboration ini adalah:

- a. Membangun kerjasama dengan UKM produk lokal yang berkegiatan di sekitar toko UNIQLO berada,
- b. Membangun kolaborasi dengan produk lokal sehingga meningkatkan pelaksanaan program kemitraan:
- c. Memberikan kesempatan kepada produk lokal untuk lebih dikenal kepada para pelanggan UNIQLO.

Melalui *showcase* di dalam toko-toko Uniqlo yang ada di Kota produk-produk dari UKM lokal dipajang dan ditampilkan kepada pelanggan, yang dapat meningkatkan penjualan dan khususnya exposure bagi UKM tersebut.



Gambar 2 Showcase program Uniqlo Neighborhood Collaboration di Kota Bandung

Sumber: hasil observasi peneliti

Adapun daftar UKM yang terlibat dalam program Uniqlo Neighborhood Collaboration tahun 2023 di Kota Bandung, sebagai berikut:

Tabel 4 Usaha Kecil Menengah Dalam Program Uniqlo Neighborhood Collaboration 2022-2023

No	Lokasi Program di Kota Bandung	UKM
1	Uniqlo Heritage	<ul style="list-style-type: none"> a. Kumala Artistry b. Nayaga Studio c. Kar Jewellery d. Sampurasun e. Gammara f. Bobobags

2	Uniqlo PVJ (Paris Van Java)	<ul style="list-style-type: none"> a. Ma.ja Watch b. Elina Keramik c. Tanda Rasa d. Yearn e. Puka
3.	Uniqlo Paskal 23	<ul style="list-style-type: none"> a. Mr. Koelit b. Nina Kreasi c. Kembang Kamonesan d. Stevitri e. Hirka f. Qukyta Shoes g. D’Russa h. T&T Pernique
4.	Uniqlo TSM (Trans Studio Mall)	<ul style="list-style-type: none"> a. Hong Hand Wood b. Newhun Cycle c. Tab Space d. Alun Biru e. Hasan Batik f. Studio Dapur g. Galeri Banon h. Cabaco Handcrafted

Sumber: hasil penelitian dan observasi, 2023

2. Pembahasan analisis Faktor Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan, dan Hukum dalam Pengembangan UKM Ekonomi Kreatif di Kota Bandung Melalui Program Uniqlo Neighborhood Collaboration

Penggunaan analisis PESTEL dalam menganalisis pengembangan UKM ekonomi kreatif di Kota Bandung melalui Program Uniqlo Neighborhood Collaboration memiliki beberapa alasan yang kuat. Berikut adalah penjelasan mengapa analisis PESTEL relevan dalam konteks ini:

- a. Mengidentifikasi faktor eksternal:
 Analisis PESTEL membantu mengidentifikasi faktor-faktor politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum yang mempengaruhi pengembangan UKM ekonomi kreatif di Kota Bandung. Dengan memahami faktor-faktor ini, dapat diidentifikasi tantangan dan peluang yang relevan dengan program tersebut serta dapat memberikan wawasan penting untuk pengambilan keputusan yang tepat.
- b. Merumuskan strategi:
 Dengan mempertimbangkan faktor-faktor PESTEL, dapat merumuskan strategi yang sesuai untuk pengembangan UKM ekonomi kreatif.

Misalnya, pemahaman tentang kebijakan pemerintah dapat membantu dalam memperoleh dukungan dan insentif yang relevan. Pemahaman tentang tren sosial dan teknologi dapat membantu dalam merancang strategi pemasaran dan distribusi yang efektif.

- c. Mengantisipasi perubahan dan risiko: Analisis PESTEL membantu dalam mengidentifikasi perubahan yang mungkin terjadi di lingkungan eksternal dan mengantisipasi risiko yang terkait. Misalnya, perubahan kebijakan pemerintah atau perkembangan teknologi baru dapat berdampak pada UKM ekonomi kreatif. Dengan memahami faktor-faktor ini, dapat dilakukan perencanaan yang lebih baik untuk mengatasi perubahan dan risiko tersebut.

Dengan menggunakan analisis PESTEL, stakeholder terkait dapat mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi pengembangan UKM ekonomi kreatif di Kota Bandung melalui Program Uniqlo Neighborhood Collaboration. Hal ini membantu dalam merancang strategi yang tepat, mengatasi risiko, dan memanfaatkan peluang yang ada, sehingga meningkatkan kesuksesan program tersebut.

Faktor politik memiliki dampak signifikan terhadap pengembangan UKM ekonomi kreatif di Kota Bandung melalui Program *Uniqlo Neighborhood Collaboration*. Faktor politik mencakup kebijakan pemerintah yang dapat mempengaruhi keberlangsungan dan perkembangan UKM.

- a. Kebijakan politik
 Kebijakan politik yang diterapkan oleh pemerintah daerah dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap perkembangan UKM di bidang ekonomi kreatif. Pemerintah Kota Bandung mungkin memiliki kebijakan untuk mendukung pengembangan sektor ekonomi kreatif, seperti insentif pajak, program pelatihan, atau dukungan keuangan. Keberlanjutan dan konsistensi kebijakan ini akan mempengaruhi kemampuan UKM dalam berbisnis. Kebijakan yang mendukung kolaborasi ini adalah
 - Perda Provinsi Jawa Barat No. 15 tahun 2017 Tentang pengembangan Ekonomi Kreatif pada pasal 1 ayat 8 menyebutkan bahwa pengembangan Ekonomi Kreatif merupakan upaya yang dilakukan pemerintah daerah, dunia usaha, perguruan tinggi dan masyarakat dalam bentuk penciptaan iklim

usaha, pembinaan, serta pengembangan usaha kreatif dan industry kreatif.

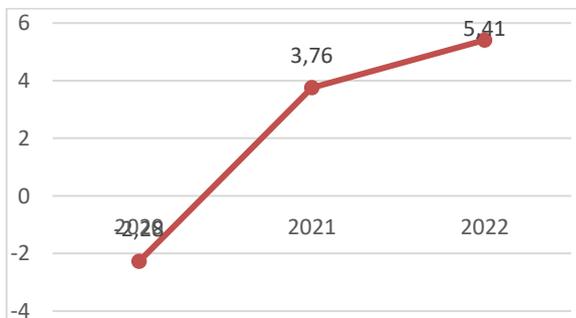
- PP No 24 tahun 2022
 Terkait kemudahan bagi pelaku usaha ekonomi kreatif. Peraturan ini bertujuan supaya para pelaku ekonomi kreatif bisa mendapatkan fasilitas pembiayaan, pendidikan dan pelatihan pada pengembangan usahanya.

b. Dukungan pemerintah
 Program *Uniqlo Neighborhood Collaboration* juga telah mendapatkan dukungan dan persetujuan dari pemerintah daerah Provinsi Jawa Barat melalui MOU yang ditandatangani dengan *PT Fast Retailing Indonesia*. MOU ini diawali di kota Solo, Jawa Tengah, dan kemudian berekspansi ke kota dan provinsi-provinsi lainnya, termasuk Kota Bandung.

Dengan dukungan dari pemerintah dan kebijakan politik yang mendukung, Program *Uniqlo Neighborhood Collaboration* memiliki kesempatan yang baik untuk memberdayakan UKM ekonomi kreatif di Kota Bandung dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah secara keseluruhan.

Faktor ekonomi Faktor ekonomi juga berperan penting dalam perkembangan UKM ekonomi kreatif di Kota Bandung. Jika perekonomian daerah berkembang dengan baik, maka akan semakin banyak peluang pasar bagi UKM untuk memasarkan produk dan jasanya. Pertumbuhan ekonomi yang stabil akan secara positif mendorong UKM untuk berkembang dan memperluas usahanya. Hal ini dibuktikan dengan grafik pertumbuhan ekonomi Kota Bandung dari tahun 2020-2022.

Tabel 5. Pertumbuhan Ekonomi Kota Bandung 2020-2022



Sumber: Diolah dari www.bandungkota.bps.go.id

Peningkatan pertumbuhan ekonomi Kota Bandung pada periode 2020-2022 dapat memberikan dampak positif pada pengembangan UKM Ekonomi Kreatif melalui program *Uniqlo Neighborhood*

Collaboration. Pertumbuhan ekonomi yang baik menciptakan peluang pasar yang lebih besar, meningkatkan pendapatan UKM, menyediakan akses ke sumber daya dan pelatihan, serta merangsang inovasi dan kreativitas di sektor tersebut. Dampak dari program *Uniqlo Neighborhood Collaboration* yang didukung dengan pertumbuhan ekonomi Kota Bandung UKM Yearn mengaku sangat terbantu dengan adanya program ini salah satunya UKM yang berhasil menarik pembeli WNA asal jepang yang membeli produknya dalam jumlah yang cukup banyak.

Faktor sosial adalah faktor yang mempengaruhi perusahaan mengacu pada keyakinan, nilai, pendapat, sikap dan gaya hidup orang-orang di lingkungan eksternal perusahaan. Dan lingkungan bisnis eksternal dipengaruhi oleh kondisi budaya, lingkungan, demografi, agama, pendidikan dan etnis. Program *Uniqlo Neighborhood Collaboration* dapat mempromosikan budaya dan warisan lokal di kota Bandung. Bekerja sama dengan UKM, program ini dapat mendorong pengembangan dan pelestarian produk dan kerajinan tradisional, desain lokal, dan penghargaan terhadap kekayaan budaya daerah. Hal ini memperkuat identitas sosial masyarakat dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya warisan budaya sebagai sumber ekonomi. Program *Uniqlo Neighborhood Collaboration* secara langsung melibatkan masyarakat dalam pengembangan sektor ekonomi kreatif di Kota Bandung. Dalam kemitraan ini, UKM ekonomi kreatif dan komunitas lokal berpartisipasi aktif dalam kegiatan seperti pelatihan, pameran, dan promosi produk. Keterlibatan masyarakat menciptakan hubungan sosial dan kemitraan yang kuat antara pengusaha dan masyarakat. Pengembangan UKM ekonomi kreatif melalui program ini dapat memberikan dampak positif bagi kualitas hidup warga Bandung. Melalui pertumbuhan pendapatan dan penciptaan lapangan kerja, program ini dapat meningkatkan tingkat kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat. Peningkatan kualitas hidup ini dapat berdampak pada akses terhadap pendidikan, kesehatan, dan layanan publik lainnya.

Hal ini didukung dengan salah satu kriteria keberhasilan pengelolaan UKM yaitu produk harus memiliki identitas daerah yang unik. Review dari salah satu desain atau contoh produk UKM Dilihat di Gambar 3 sebagai salah satu desain atau motif produk UKM Hong Hand Wood yang memproduksi aksesoris dengan desain sebuah cerita dan mitologi budaya. Dari hal ini menggambarkan bahwa

kolaborasi interaksi sosial terhadap UKM dalam menciptakan nilai tambah.

Faktor Teknologi pada program *Uniqlo Neighborhood Collaboration* ini dalam pengembangan UKM ekonomi kreatif adalah dengan memfasilitasi kegiatan menggunakan teknologi digital yakni *scan barcode*. *Scan barcode* ini berfungsi untuk menghubungkan langsung antara penjual (UKM) dan pembeli (Pelanggan), dengan *scan barcode* ini pembeli akan langsung di arahkan kepada sosial media masing-masing UKM. Mengapa sosial media instagram, karena program *Uniqlo Neighborhood Collaboration* ingin melatih para UKM untuk *aware* terhadap akun Instagram mereka, seperti penataan feeds, kualitas foto/video dan lainnya.

Sosial media merupakan media pemasaran/promosi digital yang sangat berpengaruh terhadap peningkatan daya jual produk. Para UKM ini diharuskan dapat mengelola Instagram dengan baik. Program *Uniqlo Neighborhood Collaboration* dapat memfasilitasi pertukaran pengetahuan, pengalaman, dan sumber daya melalui platform digital. Kolaborasi ini dapat memberikan UKM akses ke jaringan yang lebih luas, memperluas peluang bisnis, dan membuka pintu bagi kemitraan strategis yang menguntungkan.

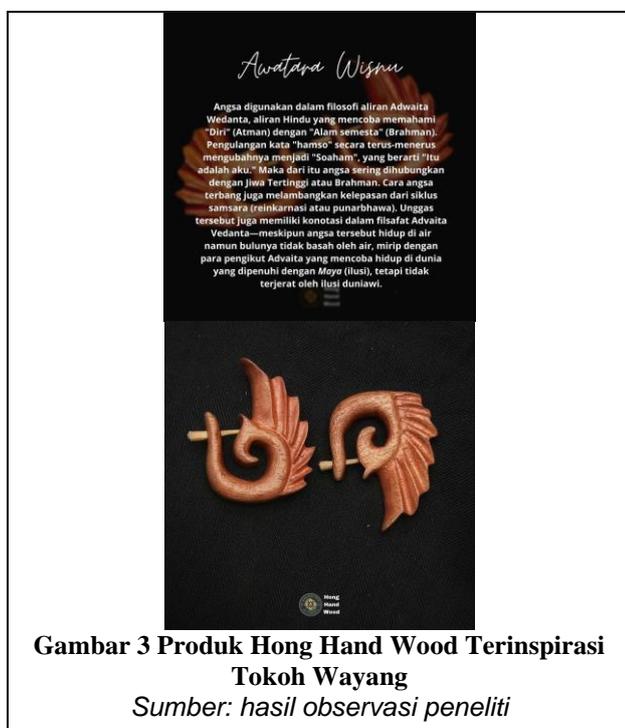


Gambar 4 Fasilitas Scan Barcode Setiap Produk Usaha Kecil Menengah di UNIQLO Showcase

Sumber: hasil observasi peneliti, 2023

Faktor Lingkungan, melalui program *Uniqlo Neighborhood Collaboration*, UKM ekonomi kreatif memiliki peluang untuk mengurangi dampak lingkungan dari operasi bisnis mereka. Ini dapat mencakup penggunaan bahan daur ulang, pengurangan emisi karbon, penghematan energi, dan pengelolaan limbah yang lebih baik. Mengurangi dampak lingkungan ini sangat penting untuk mendukung pembangunan berkelanjutan dan melestarikan lingkungan alam kota Bandung. *Uniqlo Neighborhood Collaboration* diharapkan dapat mempromosikan praktik bisnis ramah lingkungan di kalangan UKM ekonomi kreatif. Dalam kemitraan ini, kesadaran lingkungan dapat ditingkatkan dengan menekankan penggunaan bahan baku yang berkelanjutan, praktik manufaktur yang ramah lingkungan, dan pengelolaan limbah yang baik. Dengan demikian, program ini dapat lebih mendukung pengembangan UKM yang fokus pada aspek lingkungan. Kelestarian lingkungan merupakan kriteria penting dalam pemilihan produk di bawah program ini. Beberapa contoh produk yang ditampilkan pada *showcase* adalah produk yang menggunakan material ramah lingkungan seperti kayu, limbah plastik, material daur ulang, dan material alami. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa program *Uniqlo Neighborhood Collaboration* dapat memberikan kesempatan bagi UKM ekonomi kreatif untuk peduli lingkungan dan pendidikan. Melalui program ini, UKM dapat memperoleh pelatihan dan saran tentang praktik bisnis berkelanjutan dan pengelolaan lingkungan yang baik. Hal ini dapat mendorong perubahan perilaku dan praktik bisnis yang lebih ramah lingkungan di kalangan UKM. Adapun Contoh produk yang menggunakan bahan ramah lingkungan:

1. Ma.ja Watch



Gambar 3 Produk Hong Hand Wood Terinspirasi Tokoh Wayang

Sumber: hasil observasi peneliti

adalah UKM dengan produk jam tangan kayu dengan konsep ramah lingkungan. Dimana produk ini bisa menjadi solusi bagi orang yang sensitif terhadap bahan metal

2. Newhun Cycle

adalah UKM yang dibuat dari limbah plastik menjadi produk yang berguna dan bermanfaat. Produk-produk tersebut antara lain jam tangan, medali, penunjuk waktu kelas, meja dan kursi.

3. Nina Kreasi

adalah UKM yang bergerak di bidang aksesoris fesyen, dengan spesialisasi produksi tas dari bahan Goni dan Blacu yang ramah lingkungan.

4. Bunga Kamonesan

Merupakan brand UKM berbentuk handmade dengan bahan utama daun. Rumput dan bunga kering asli disebut bunga kering dan bahan alami seperti kulit jagung, pancing dan calatea disebut bunga buatan.

5. P&T Pernique

adalah produk UKM yang mewujudkan pola pada kain baik dengan eco-printing atau menggunakan bahan alami dan pewarna tumbuhan. Dimana hasil dari proses pembuatan kain tersebut digunakan untuk pembuatan produk berupa tas ransel, tas jinjing dan produk sejenis.

Faktor hukum dalam pengembangan UKM sangat penting untuk memastikan bahwa bisnis beroperasi secara legal, adil, dan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Dengan memahami dan mematuhi hukum yang relevan, UKM dapat menjaga keberlanjutan bisnis mereka dan menghindari risiko hukum yang dapat merugikan. Dalam sektor ekonomi kreatif, perlindungan hak kekayaan intelektual sangat penting. Faktor hukum ini mencakup undang-undang dan mekanisme perlindungan hak cipta, merek dagang, dan desain industri. Program Uniqlo Neighborhood Collaboration dapat memberikan pemahaman dan dukungan bagi UKM dalam melindungi hak kekayaan intelektual mereka, seperti merek, desain, atau karya kreatif lainnya, untuk memastikan bahwa produk mereka terlindungi dari pelanggaran atau pemalsuan.

a. Regulasi dan Perizinan

UKM di sektor ekonomi kreatif di Kota Bandung menghadapi tantangan dalam perizinan dan prosedur regulasi yang sering kali kompleks dan memakan waktu. Peningkatan efisiensi dan transparansi dalam proses perizinan diharapkan dapat mendorong pertumbuhan UKM. Hal ini terlihat dari kewajiban bagi para UKM yang ikut serta pada program sudah memiliki NIB (Nomor Induk Berusaha)

b. Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual

Keberadaan perlindungan hak kekayaan intelektual di Kota Bandung akan memberikan insentif bagi pelaku UKM untuk berinovasi dan menciptakan produk yang lebih berkualitas. Program ini memberikan pemahaman dan dukungan bagi UKM dalam melindungi HAKI (hak kekayaan intelektual) mereka, serta melibatkan kesepakatan bisnis yang dilindungi oleh kerangka hukum untuk memastikan kepentingan dan hak-hak kedua belah pihak terlindungi



Gambar 5. Usaha Kecil Menengah UNIQLO

**Neighborhood Collaboration Tercatat di Pangkalan
Data Kekayaan Intelektual (PDKI)f**

Sumber: www.pdki-indonesia.dgip.go.id

E. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa program *Uniqlo Neighborhood Collaboration* memiliki dukungan politik dari pemerintah daerah yang sangat berperan penting dalam menciptakan kebijakan yang mendukung pengembangan ekonomi kreatif dan kemitraan. Selain itu pertumbuhan ekonomi yang terus meningkat di Kota Bandung juga sangat membantu dalam proses pengembangan UKM Ekonomi Kreatif. Kepedulian program terhadap produk lokal yang mengacu pada warisan budaya juga sangat inspiratif dalam mendukung kebudayaan daerah setempat. Faktor teknologi pada penggunaan *scan barcode* sangat membantu dalam implementasi program ini. Kemudian kepedulian lingkungan pada faktor lingkungan dalam program ini penting untuk mendukung pembangunan berkelanjutan dan menjaga kelestarian lingkungan alam di Kota Bandung. Perlindungan secara hukum pada UKM ekonomi kreatif khususnya pada kepemilikan NIB dan HAKI (Hak Kekayaan Intelektual) juga proses pengembangan UKM.

Saran perbaikan yang dianggap perlu adalah:

1. Dukungan pemerintah:

Pemerintah Kota Bandung harus memberikan dukungan nyata berupa kebijakan dan insentif

yang mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif. Hal ini dapat berupa peningkatan akses keuangan dan program pelatihan berkelanjutan untuk UKM.

2. Kampanye kesadaran dan edukasi konsumen: Berkat kemitraan dengan Uniqlo, program ini akan didukung oleh kesadaran konsumen dan kampanye edukasi tentang pentingnya mendukung produk lokal dan UKM. Hal ini dapat dilakukan melalui berbagai kegiatan komunikasi dan promosi.
3. Pelatihan teknologi: Untuk membantu pelaku UKM meningkatkan daya saingnya, program ini harus memberikan pelatihan di bidang teknologi, termasuk pemasaran online, manajemen inventaris, dan analitik data.
4. Peduli lingkungan: Program ini harus mendorong UKM untuk mengadopsi praktik bisnis yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Pendekatan ini akan membantu meningkatkan kesadaran akan masalah lingkungan dan memperkenalkan produk yang lebih ramah lingkungan.
5. Dukungan hukum: Bekerja sama dengan pihak hukum, program ini akan memberikan bantuan hukum kepada UKM untuk melindungi hak kekayaan intelektual mereka dan menyelesaikan masalah hukum lainnya yang dapat menghambat pertumbuhan mereka.

Diharapkan program *Uniqlo Neighborhood Collaboration* dapat terus berkontribusi positif dalam pengembangan UKM ekonomi kreatif di Kota Bandung dan menjadi contoh bagi upaya serupa di daerah lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Anom Pancawati, A. P., & Rieka Yulita Widaswara. (2023). Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Potensi Pariwisata. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 3(1), 166–178.
<https://doi.org/10.55606/Jebaku.V3i1.1398>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54.
- Hendrawan, A., Kuswanto, F., & Sucahyawati, H. (2019). Dimensi Kreativitas Dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM), 2(1), 25-36, Purwokerto: STIKOM Yos Sudarso.
<https://doi.org/10.33488/1.jh.2019.2.194>
- Hidayat, I. P., Hadiyanti, L., Sukmawati, R., Nurasih, S., & Suhaemi, B. (2021). Optimalisasi Ekonomi Kreatif Di Masa Pandemi bersama Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Rancage Desa Curugrendeng. *Proceedings Uin Sunan Gunung Djati Bandung*, 1(20).
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 73-85.
<https://doi.org/10.35906/Jm001.V7i1.729>
- Fauziah, P. (2020) Strategi Pengembangan UMKM Menggunakan Business Model Canvas. *HIRARKI: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (HJIMB)*, 2(2), 108-115.
- Rahmayani, A. S., Aslinda, A., & Administrasi, I. (2021). Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pada Dinas Koperasi Dan UKM Kota Makassar Strategy for Empowering Micro, Small and Medium Enterprises at the Makassar City Cooperatives and SMEs Office. *Jurnal Aktor*, 1(1), 13-24.
- Rosani, R., Iqbal, I., Purwanti, D., & Putra, A. A. W. P. (2021). Analisis Pestel Pada Lazizmu Kalimantan Barat. *Qus-Qasah: Journal of Islamic Economics*, 2(2), 29-37.
- Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109.
<https://doi.org/10.34127/Jrlab.V9i2.380>