

Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Karnaval Melalui Pelatihan *Value Chain* Untuk Mendukung Keunggulan Kompetitif

Hari Sukarno^{1*}, Khanifatul Khusna², Abdul Muhsyi³, N. Ari Subagio⁴,
Alif Mirzania⁵, Agus Priyono⁶, Salma Fauziyyah⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jember

Jalan Kalimantan No. 37 – Kampus Bumi Tegalboto Kotak POS 159 Jember, Jawa Timur, 68121, Indonesia

¹harisukarno.feb@unej.ac.id, ²khanifatul.feb@unej.ac.id, ³abdulmuhsyi@unej.ac.id,

⁴ari.subagio@unej.ac.id, ⁵alifmirzania.feb@unej.ac.id, ⁶aguspriyono.feb@unej.ac.id, ⁷salma.feb@unej.ac.id

ABSTRAK

Beragam UMKM di Indonesia membuat negeri ini kaya akan produk-produk inovatif, termasuk produk fashion dan show yang dikemas dalam karnaval. Salah satu organisasi yang mengusung konsep ini adalah Jember Fashion Carnival Foundation (JFC). Selama 16 tahun perjalanannya, JFC telah menorehkan berbagai prestasi baik di tingkat nasional maupun internasional. JFC, citra kota Jember, dijadikan Kota Karnaval Internasional oleh Menteri Pariwisata. Untuk meningkatkan nilai JFC dan produk tawar-menawar yang diperlukan untuk melakukan pelatihan rantai nilai. Rantai nilai menggambarkan kegiatan di dalam dan di sekitar organisasi dan menghubungkannya dengan kekuatan kompetitif perusahaan. Untuk mencapai pemahaman yang diharapkan tentang rantai nilai, strategi pelatihan menggunakan pendekatan Pengembangan Masyarakat Berbasis Aset. Kegiatan diawali dengan observasi dan wawancara, FGD, dan diseminasi materi kepada pengelola dan aktivis JFC. Manajer dan kegiatan JFC menghadiri kegiatan ini. Hasil dari kegiatan ini adalah meningkatkan strategi untuk keunggulan kompetitif JFC Foundation. Hal ini sangat membantu untuk meningkatkan prestasi JFC di tingkat nasional dan internasional.

Kata Kunci: Rantai Nilai, Bisnis Kreatif, Karnaval, Jember Fashion Carnival Foundation

ABSTRACT

The variety of MSMEs in Indonesia makes this country rich in innovative products, including fashion products and shows packaged in carnivals. One organization that carries this concept is the Jember Fashion Carnival Foundation (JFC). During the 16 years of its journey, JFC has made various achievements both at the national and international levels. JFC, the image of the city of Jember, was made the City of International Carnival by the Minister of Tourism. To increase JFC's value and bargaining products it is necessary to conduct value chain training. The value chain describes the activities in and around the organization and links them to the company's competitive strengths. To achieve the expected understanding of the value chain, the training strategy used the Asset Based Community Development approach. The activities began with observations and interviews, FGDs, and dissemination of material to JFC managers and activists. JFC managers and activities attended this activity. The result of this activity is to improve the strategy for the JFC Foundation's competitive advantage. It is helpful to improve JFC's achievements at the national and international levels.

Keywords: Value Chain, Creative Business, Carnival, JFC

Dikirim : 1 Maret 2023 Direvisi: 30 Maret 2023 Diterima : 27 Mei 2023

PENDAHULUAN

Keunikan dan kearifan lokal menjadikan negara Indonesia memiliki banyak UMKM di kalangan masyarakat, mulai dari masyarakat pedesaan hingga masyarakat perkotaan [1]. Jember Fashion Carnaval (JFC) merupakan serangkaian event karnaval yang diadakan setiap tahun yang mempunyai visi menjadikan Kabupaten Jember sebagai kota wisata mode, dengan misi pengembangan dunia Pendidikan Sumber Daya Manusia (SDM), kesenian, budaya dan perkembangan perekonomian. Menteri Pariwisata Indonesia Tahun 2014, Arief Yahya, menetapkan Jember sebagai Kota Karnaval bertaraf nasional dan internasional. Predikat ini diberikan seiring dengan penyelenggaraan karnaval tahunan selama 16 tahun dan prestasi yang diraih JFC. JFC menjadi salah satu fenomena yang menarik. Kota Jember yang sebelumnya belum memiliki julukan sebagai kota karnaval ataupun *fashion* telah dikenalkan oleh JFC menjadi kota pelopor karnaval fashion. Barometer karnaval di Indonesia dikawal oleh karnaval JFC ini. JFC adalah *catwalk* desain busana dari hasil kreativitas pemuda Jember yang setiap tahunnya membawakan tema-tema yang berbeda-beda. JFC ke-16 mengangkat tema *Victory Unity in Diversity* menginspirasi banyak karnaval di tanah air, sehingga memiliki sederet prestasi internasional dan sangat layak dipromosikan ke tingkat dunia.

JFC memiliki karakteristik khusus dari aspek pertunjukannya. JFC tidak hanya melakukan pagelaran menggunakan *catwalk*, tetapi juga ada kegiatan menari dan bermain teatrikal. Hal inilah yang membedakan JFC dengan karnaval lain di Indonesia. Peragaan busana JFC diselenggarakan secara *outdoor* dan berjalan sepanjang jalan Kota Jember yaitu antara Alun-alun Kota Jember sampai Gedung Olahraga Kaliwates Jember. Selain itu, peragaan busana tersebut lebih memberikan sentuhan estetika sebagai sebuah produk seni pertunjukan dalam bentuk karnaval [2]. Kreativitas JFC layak dijadikan magnet untuk mendatangkan wisatawan baik nasional maupun mancanegara (wisman), namun dari sisi *commercial value* and *financial value* masih belum terlalu menarik karena kurang dapat dikapitalisasi dengan baik. Akan tetapi dalam nilai budaya, kreativitas JFC sudah diakui dunia

yang terbukti dengan diraihnya sederet penghargaan internasional sebagai *best national costume* yang terinspirasi dari berbagai daerah di Tanah Air. Di antaranya kostum Bali menyabet *best national costume mister International* di Indonesia tahun 2010, *best national costume* di ajang *Miss Universe* 2014, serta *best national costume* di ajang *Miss Grand International* di tahun 2016 dan 2017.

Sampai saat ini JFC dapat membuktikan perkembangan eksistensinya, sehingga mampu mendongkrak dunia pariwisata di Jawa Timur dan meningkatkan perekonomian masyarakat Jember. Dalam perspektif dunia kreativitas budaya, JFC merupakan pelopor karnaval modern bagi daerah-daerah di Indonesia. Dalam kurun waktu 15 tahun, JFC telah memperoleh berbagai penghargaan baik dari dalam maupun luar negeri karena kepeloporannya dalam dunia karnaval modern. Salah satu prestasi yang diperoleh JFC adalah meraih predikat karnaval terbaik Indonesia dan dapat menduduki peringkat keempat untuk karnaval terunik dan terheboh di dunia, setelah Mardi Grass di Amerika Serikat, Rio De Janeiro Brazil, dan The Fastnacht di Jerman [2]. Prestasi JFC yang mempunyai popularitas mendunia, secara tidak langsung berdampak positif pada industri pariwisata Kabupaten Jember, sehingga dampak tersebut secara tidak langsung juga memajukan sektor perekonomian Kabupaten Jember.

Konsep *value chain* adalah konsep yang dikembangkan oleh Porter pada tahun 1985 [3] yang memandang perusahaan sebagai suatu rangkaian atau jaringan aktivitas dasar yang menambah nilai bagi produk atau jasanya dan dan menambah margin nilai baik bagi perusahaan maupun bagi pelanggannya. Analisis *value chain* menggambarkan aktivitas didalam dan disekitar organisasi dan menghubungkannya pada kekuatan persaingan perusahaan [4][3]. Porter mengelompokkan aktivitas perusahaan menjadi dua kelompok, yaitu aktifitas utama dan aktifitas pendukung [4]. Selama ini konsep *value chain* dalam industri jasa masih belum banyak dilakukan. Pengetahuan terkait *value chain* juga perlu untuk diketahui oleh para manajer ataupun pemimpin pada usaha jasa sehingga memiliki keunggulan kompetitif. Berdasarkan analisis situasi tersebut maka tujuan khusus dalam pengabdian ini adalah meningkatkan

pengetahuan mitra terkait *value chain* management untuk mendukung keunggulan kompetitif.

METODE

Strategi yang dilakukan untuk mencapai kondisi yang diharapkan adalah pendekatan (*ABCD*) *Asset Based Community Development* yang mengutamakan pemanfaatan aset dan potensi yang ada disekitar dan dimiliki oleh Yayasan JFC baik dari sisi SDM, Keuangan atau aset lain yang dimiliki. Program ini merupakan pengabdian masyarakat di Yayasan Jember Fashion Carnaval (JFC) yang berlokasi di Kabupaten Jember. Program ini dilakukan melalui kegiatan sosialisasi dengan langkah-langkah yang dilakukan yaitu (1) Observasi dan Wawancara. Langkah ini dilakukan dengan direktur JFC dan para staf untuk melihat sejauh mana pemahaman dan pengetahuan peserta terhadap berbagai konsep *value chain* dan kegiatan pemasaran yang dapat dilakukan JFC di masa pandemi; (2) Langkah selanjutnya adalah diskusi dan *Focus Group Discussion* dengan para pegiat JFC, Langkah ini dilakukan agar dapat memudahkan tim pelaksana dalam menyajikan konsep penting yang disampaikan agar dapat dipahami dan dengan mudah para peserta sosialisasi dapat menguasainya. (3) Langkah terakhir adalah ceramah melalui sosialisasi materi. Sosialisasi disampaikan melalui presentasi dengan menampilkan presentasi yang menarik serta relatif padat, cepat, dan mudah. Hal ini bertujuan agar dapat menarik perhatian peserta sehingga aktif melakukan diskusi. Tempat pelatihan di JFC Foundation dan waktu kegiatan adalah selama dua bulan pendampingan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PKM ini memusatkan pada peningkatan pemahaman dan pengetahuan tentang konsep *Value Chain* untuk mendukung keunggulan kompetitif mitra yaitu Yayasan JFC. Harapannya adalah kegiatan ini mampu mengarahkan mitra untuk mengatasi permasalahan yang ada selama ini dimana produk yang mitra ciptakan memerlukan penciptaan ide-ide baru sehingga JFC selalu menampilkan produk baru setiap tahunnya. Metode digital marketing dapat lebih memperluas pemasaran informasi terkait produk jasa yang disediakan oleh JFC. Kegiatan PKM pada mitra JFC ini memiliki tujuan

meningkatkan pemahaman *Value Chain*. Kegiatan JFC sebagai perusahaan jasa menyediakan karnaval dan fashion secara bersamaan. *Event* JFC tiap tahun disusun dengan rapi. Hari pertama disajikan Kids Carnaval yang menampilkan pertunjukan karnaval dengan peserta dari taman kanak-kanak dan sekolah dasar. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kesiapan regenerasi peserta JFC untuk masa mendatang. Kemudian dihari kedua yaitu Artwear Carnaval yang mengangkat tema fashion desain yang terinspirasi dari konsep trend dunia. Acara selanjutnya dihari ketiga adalah WACI (Wonderful Archipelago Carnaval Indonesia) yang merupakan etalase karnaval oleh anggota Asosiasi Karnaval Indonesia (AKARI). Dan dihari terakhir sebagai penutup yaitu Grand Carnaval. Pada Grand Carnaval JFC XIV [5].

Metode pelatihan dilaksanakan dengan memberikan teori, contoh dan mempraktikkan secara langsung. Model ini diharapkan peserta dapat memahami dan langsung mempraktikkan langsung [6]. Tim PKM memberikan edukasi terkait *Value Chain* dengan tujuan memberikan gambaran terkait cara mengembangkan sebuah produk khususnya produk budaya agar memiliki keunggulan kompetitif. Tahapan yang dilakukan dalam pelatihan *Value Chain* seperti dijelaskan pada Gambar 1:



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan *Value Chain*

- a. **Langkah pertama adalah observasi melalui Penelitian dan pengembangan**
Sebelum memutuskan untuk membuat desain produk budaya diupayakan untuk dilakukan penelitian terlebih dahulu, apakah produk yang JFC ciptakan benar-benar memiliki kebaruan dibandingkan dengan produk budaya pada tahun sebelumnya atau pesaing lainnya. Hal ini bertujuan agar penonton sebagai konsumen menarik dan memberikan penilaian yang baik bahkan puas saat atau setelah menonton event JFC.
- b. **Langkah kedua dan ketiga meliputi:**
 - **FGD dan sosialisasi pelatihan Perencanaan desain produk**
Pada tahap perencanaan desain produk tim menjelaskan terkait step-step dalam mendesain produk budaya yang sesuai dengan tema-tema kekinian. Hasil dari

kegiatan PKM ini adalah dilakukan analisis tentang keunikan produk budaya JFC dan analisis harga ticketing yang sesuai dengan harapan penonton.

- FGD dan sosialisasi pelatihan Produksi

Proses produksi dalam kegiatan PKM ini adalah bagaimana Yayasan JFC menjaga kualitas produksi yang dimulai dari pemilihan bahan yang artinya bahan disini adalah ide-ide dan kreatifitas tim JFC dalam menentukan tema setiap tahunnya. Hal ini diperlukan supaya proses pengerjaan dari sebuah produk budaya memiliki kualitas sesuai ekspektasi penonton dan menimbulkan rasa puas setelah menonton pertunjukkan JFC. Tanpa adanya sistem produksi yang stabil dan handal maka usaha tidak bisa memenuhi kebutuhan produk untuk diperdagangkan [7]

- FGD dan sosialisasi pelatihan Pemasaran

Pada tahap pemasaran produk budaya dapat dilakukan melalui cara menggunakan teknologi digital yaitu dengan memanfaatkan media sosial misalnya akun facebook, instagram, tweeter dan lainnya. Dengan pengoptimalan media social maka produk yang ditawarkan dapat dijangkau oleh masyarakat luas. Hasil dari kegiatan ini adalah JFC semakin mampu untuk menggunakan media promosi digital secara optimal.

- FGD dan sosialisasi pelatihan Distribusi

Pada tahap ini tim pengabdian mengarahkan mitra JFC supaya memperhatikan para pesaing sesama penggiat produk budaya agar tidak memiliki kesamaan saat proses pelaksanaan event.

- FGD dan sosialisasi pelatihan Layanan konsumen

Tahap terakhir dalam kegiatan *value chain* adalah layanan konsumen. Pada tahap ini mitra JFC perlu memperhatikan berbagai kritik dan masukan dari para penonton JFC pada tahun sebelumnya. Hal ini dilakukan untuk menjaga tingkat kepercayaan penonton JFC terhadap setiap pertunjukkan yang telah diadakan oleh JFC.



Gambar 2. FGD dan Pelatihan Value Chain kepada mitra JFC

Proses pelatihan terkait tema *value chain* berjalan dengan lancar dan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan sebelumnya. Peserta pelatihan juga antusias terkait kegiatan pelatihan karena peserta dari JFC merasa mendapatkan pengetahuan baru terkait *value chain* pada perusahaan jasa. Setelah mendapat pelatihan terkait *value chain* dalam pengembangan produk jasa/produk budaya, mitra JFC memperoleh manfaat yaitu peningkatan pengetahuan serta mampu memahami apa saja yang harus dilakukan sebelum mitra memutuskan untuk membuat suatu produk budaya seperti mengetahui tema yang disukai sesuai keinginan penonton atau tema yang sedang tren dimasyarakat umum. Proses distribusi dan menampung aspirasi penonton selama menyaksikan JFC juga perlu diperhatikan supaya lebih menopang kekuatan dari mitra dan memiliki keunggulan kompetitif dibandingkan dengan produk budaya lainnya.

Konsep *Value Chain* adalah fungsi bisnis yang memberikan nilai tambah produk atau jasa yang dihasilkan [8]. *Value chain* secara menyeluruh mencakup keterkaitan dari nilai hulu perusahaan pemasok sampai nilai hilir perusahaan. Berdasarkan konsep tersebut maka kepuasan konsumen merupakan hal utama yang menuntut perusahaan untuk menyikapi pentingnya memperhatikan seluruh pihak dalam *value chain* tersebut. Analisis *value chain* secara menyeluruh berfokus pada seluruh fungsi bisnis yang terkait dengan produk atau jasa, dimulai dari produksi produk atau jasa sampai produk atau jasa itu *decline* atau mati.

Untuk menghadapi persaingan, perusahaan dituntut untuk memiliki daya saing yang tinggi. Daya saing yang tinggi mutlak diperlukan bagi setiap perusahaan supaya tetap memiliki keunggulan kompetitif dan dapat unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Daya saing perusahaan dalam meraih kinerja perdagangan yang optimal salah satunya dipengaruhi oleh *Value Chain* yang efektif [9]. *Value chain* yang efektif adalah kunci keunggulan kompetitif yang dapat menghasilkan nilai tambah bagi suatu perusahaan. *Value chain* dapat digambarkan sebagai keseluruhan aktifitas yang disyaratkan

untuk membawa barang atau jasa dari tempat perancangan, melalui fase produksi yang beragam, mengirimkan kepada konsumen akhir, dan daur ulang setelah penggunaan [10]. Diskusi hasil PKM meliputi diskusi teoritik yang relevan dengan temuan hasil pendampingan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan pada Yayasan JFC telah berjalan dengan baik. Setelah melaksanakan kegiatan pengabdian tersebut, pengurus Yayasan JFC dan para pegiat JFC memahami konsep *value chain* yang dapat diterapkan di organisasi karnaval. Selain itu, eksplorasi serta perencanaan inovasi produk untuk event karnaval dapat dilakukan secara berkala dan berkesinambungan setelah diadakannya pelatihan dan FGD tentang *value chain* di JFC. Kedepannya, diharapkan pengelola yayasan beserta pegiat JFC mampu menerapkan rangkaian kegiatan yang ada di *value chain* produk karnaval guna menemukan inovasi-inovasi baru tentang tema kegiatan karnaval ataupun juga produk yang dibuat. Selain itu dari rangkaian *value chain* ini diharapkan mampu membantu JFC dalam menghasilkan inovasi produk yang lebih baik lagi, sehingga prestasi-prestasi tingkat internasional dapat kembali didapatkan maupun dipertahankan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Anggraini and S. H. Nasution, "Peranan Kredit Usaha Rakyat (KUR) bagi Pengembangan UMKM di Kota Medan," *J. Ekon. Dan Keuang.*, vol. 1, no. 3, pp. 105–116, Mar. 2013, Accessed: Feb. 14, 2023. [Online]. Available: <https://jurnal.usu.ac.id/index.php/edk/article/view/1850>.
- [2] C. A. Proborini, "Jember Fashion Carnaval (JFC) Dalam Industri Pariwisata Di Kabupaten Jember," *Mudra J. Seni Budaya*, vol. 32, no. 2, Sep. 2017, doi: 10.31091/mudra.v32i2.116.
- [3] J. OBrien and G. Marakas, *Management Information Systems 10th Edition*, 10th ed. 2010.
- [4] D. Recklies, *Management Project GmbH*. Germany, 2001.
- [5] W. P. Violeta, "Strategi Pengembangan Manajemen Jember Fashion Carnaval," *Anterior J.*, vol. 17, no. 2, pp. 69–78, Feb. 2018, doi: 10.26887/MAPJ.VIII.630.
- [6] M. Sholeh, Y. Rachmawati, and D. Andayati, "PENDAMPINGAN KEGIATAN OPTIMALISASI TEKNOLOGI INFORMASI DALAM Mendukung PROSES PENDIDIKAN DI TAMAN KANAK-KANAK," *As-Sidanah J. Pengabd. Masy.*, vol. 4, no. 2, pp. 124–136, Jul. 2022, doi: 10.35316/assidanah.v4i2.124-136.
- [7] K. F. Ardhi, F. Amaliyah, and N. Hanum, "PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN KAPASITAS PRODUKSI DENGAN VALUE CHAIN ANALYSIS PADA UMKM BATIK SEKARNITI YOGYAKARTA," *J. Abdimas Sangkabira*, vol. 2, no. 1, pp. 31–40, Dec. 2021, doi: 10.29303/abdimassangkabira.v2i1.63.
- [8] Riwayadi, *Akuntansi biaya : pendekatan tradisional dan kontemporer (Edisi 2) / Perpustakaan Universitas Sanata Dharma*, vol. 2. Jakarta: Salemba Empat, 2016.
- [9] L. Mangifera, "Analisis rantai nilai (value chain) pada produk batik tulis di Surakarta," *BENEFIT J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 19, no. 1, pp. 24–33, Jun. 2015, doi: 10.23917/BENEFIT.VIII.1412.
- [10] Z. Boku, A. Bin Malik, J. Akuntansi, and F. Ekonomi, "Value Chain dan Digital Marketing Produk IKM di Desa Huangobotu Kecamatan Kabila Bone," *Mopolayio J. Pengabd. Ekon.*, vol. 2, no. 1, pp. 50–56, Nov. 2022, Accessed: Feb. 14, 2023. [Online]. Available: <https://mopolayio.fe.ung.ac.id/index.php/mopolayio/article/view/48>.