

**STRATEGI PENGELOLAAN SDM KREATIF BERKELANJUTAN PADA UKM
ARYANIE CRAFT SERANG BANTEN****Nur Hidayah**

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

E-mail: nurh@fe.untar.ac.id

Abstrak: Tujuan kegiatan PKM adalah memberikan bekal pengetahuan tentang pengelolaan SDM Kreatif yang berkelanjutan dalam menjalankan sebuah usaha. Mitra yang dijadikan tempat kegiatan adalah UKM yang bergerak dalam bidang pembuatan kerajinan dari benang rajut. SDM yang terlibat dalam proses produksi membutuhkan ketrampilan tangan. Untuk itu penting bagi pihak pimpinan usaha menjaga dan melestarikan SDM kreatif yang ada secara berkelanjutan. Lokasi mitra terdapat di Kota Serang propinsi Banten. Kegiatan PKM didasarkan pada observasi awal pada mitra. Mitra belum mendapatkan pembekalan tentang meningkatkan pengelolaan SDM kreatif berkelanjutan. SDM kreatif yang ada di tempat usaha mitra tingkat keluar masuknya masih cukup tinggi. Materi yang terkait diberikan ke mitra adalah tentang komunikasi, pelatihan dan pengembangan, komitmen, insentif, motivasi kreatif dan lainnya. Metode yang ditawarkan pada kegiatan ini adalah secara daring melalui zoom meeting, dibantu oleh dua mahasiswa sebagai host. Hasil kegiatan dari PKM ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan mitra dalam menjaga SDM kreatif secara berkelanjutan pada tempat usaha mitra.

Kata kunci: SDM kreatif, berkelanjutan, strategi, mitra, wirausaha

Abstract: The objective of PKM activities is to provide knowledge about sustainable Creative HR management in running a business. Partners used as a place of activity are SMEs engaged in the manufacture of handicrafts from knitting yarn. The human resources involved in the production process require hands-on skills. For this reason, it is important for business leaders to maintain and preserve existing creative human resources in a sustainable manner. The partner location is in Serang City, Banten province. PKM activities are based on initial observations of partners. Partners have not received briefing on improving sustainable creative HR management. The creative human resources at the partner's place of business, the entry and exit rate is still quite high. Related materials provided to partners are about communication, training and development, commitment, incentives, creative motivation and others. The method offered in this activity is online through a zoom meeting, assisted by two students as hosts. The outcomes of this PKM activity are designed to strengthen partners' understanding of how to sustainably retain creative human resources at the partner's place of business.

Keywords: Creative, sustainable human resources, strategy, partners, entrepreneurs

1. PENDAHULUAN

Suatu usaha yang merupakan kreatif industri, sangat membutuhkan SDM kreatif dikarenakan semua kegiatan harus didasarkan pada kreativitas individu. Selain itu juga memerlukan bekal pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan individu dalam menciptakan nilai dari suatu produk. Cara yang dipakai dalam menciptakan produk kreatif bagi SDM kreatif memerlukan pengembangan, dan mempertahankan modal keahlian yang dimiliki oleh masing-masing individu. Morawski, (2014) menjelaskan SDM kreatif merupakan pekerja yang modal utamanya adalah pengetahuan dan keahlian yang dimiliki, melakukan pengembangan perilaku yang inovatif.

Manajer sumber daya manusia (SDM) harus menjadi bagian integral dari implementasi keberlanjutan SDM kreatif, yang perlu dikelola secara maksimal dalam menjaga keberlanjutan suatu budaya organisasi (Garg, 2014). Manajer SDM harus memiliki kemampuan untuk mengembangkan dan meningkatkan kreativitas SDM yang dikelola secara berkelanjutan, dalam membantu meningkatkan kemajuan organisasi. Berdasarkan hasil survei, BSR dan Aurosoorya (SHRM, 2011) mengakui bahwa kegiatan yang biasanya terkait dengan departemen sumber daya manusia digunakan untuk beberapa tingkat untuk mengimplementasikan keberlanjutan, tetapi laporan SHRM (2011) menyatakan bahwa banyak profesional SDM tidak memiliki pengetahuan tentang inisiatif keberlanjutan serta bagaimana inisiatif pengelolaan SDM kreatif yang ada.

Dalam sebuah studi oleh Sroufe, Liebowitz dan Sivasubramaniam (2010), tentang peran HR dalam menciptakan keberlanjutan, melaporkan bahwa "tekanan dari beberapa pemangku kepentingan memaksa perusahaan untuk melakukan perubahan, tetapi banyak eksekutif tidak memiliki pemahaman tentang upaya menghasilkan keberlanjutan SDM", terdapat 49 % manajer sumber daya manusia yang tidak memiliki inisiatif keberlanjutan SDM yang kreatif. Banyak perusahaan masih memandang SDM kreatif sebagai fungsi administratif dan bukan sebagai fungsi strategis. Selain itu, Harris dan Tregidga (2012) menyatakan bahwa "organisasi cenderung memperlakukan keberlanjutan dan SDM belum secara maksimal".

Literatur terbaru menunjukkan bahwa departemen SDM dapat memanfaatkan kegiatan SDM yang ramah dalam mengimplementasikan keberlanjutan usaha (Ahmad, 2015; Mandip, 2012). Jika UKM yang tidak memiliki manajer atau departemen SDM yang ditunjuk, kegiatan ini dapat dimanfaatkan oleh manajer umum. Kegiatan SDM kreatif meliputi komunikasi, keterlibatan, pelatihan dan pengembangan, perekrutan dan seleksi serta sistem penghargaan. Kegiatan SDM kreatif tersebut perlu disosialisasikan pada mitra kegiatan.

Mitra yang menjadi tempat kegiatan bergerak dalam bidang produk kerajinan berbahan dasar benang rajut membuat aneka macam jenis rajutan seperti tas, sepatu, boneka, tempat hp, tudung saji, dan bahkan saat ini juga memproduksi masker. Nama usaha, Aryanie *craft*, dengan alamat di Perumnas Ciracas Indah No. 142 Blok A RT 01 RW 08 Jl. Ratu Ayu Wios Serang Banten. Jumlah SDM kreatif yang dimiliki sebanyak kurang lebih 20 pengrajin, sehingga penting bagi ketua usaha untuk mengelola SDM kreatif secara berkelanjutan. Terkait dengan hal ini, maka Tim PKM Untar berkeinginan melakukan pembekalan dalam mengelola SDM kreatif berkelanjutan pada mitra.

2. METODE

Kegiatan sosialisasi dilakukan untuk memberikan pembekalan terhadap pemahaman tentang mengelola SDM kreatif dan keberlanjutan yang meliputi model SDM kreatif dari aspek komunikasi, pelatihan dan pengembangan, komitmen, rencana insentif, membangun akuntabilitas

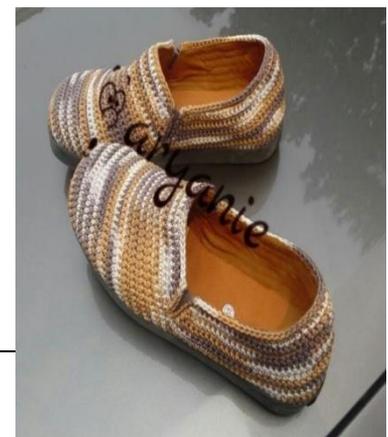
berkelanjutan. Untuk melaksanakan kegiatan sosialisasi ini, ada beberapa langkah yang perlu dilakukan yaitu:

- a. Pelaksana PKM menyiapkan materi yang akan disampaikan pada mitra
- b. Pelaksana PKM sebagai tutor menghubungi pihak terkait, yaitu pemilik usaha untuk minta ijin melakukan sosialisasi.
- c. Pelaksana PKM sebagai tutor berkoordinasi dengan pemilik untuk mengikuti kegiatan sosialisasi.
- d. Pelaksana PKM sebagai tutor menyampaikan materi sosialisasi melalui ceramah, diskusi, dan tanya jawab secara daring melalui *zoom meeting*
- e. Pelaksana PKM menjelaskan tentang hal-hal yang harus dilakukan dalam mengelola SDM kreatif berkelanjutan
- f. Pelaksana PKM meminta mitra untuk bertanya jika belum di mengerti dari materi yang disampaikan.
- g. Pelaksana PKM sebagai tutor menanggapi respon mitra tentang materi yang sudah disampaikan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Mitra

Lokasi mitra terletak di Perumnas Ciracas Indah No. 142 Blok A RT 01 RW 08 Jl. Ratu Ayu Wios Serang Banten. Nama usaha mitra yaitu Arianie craft, berlokasi di Perumnas Ciracas Indah No. 142 Blok A RT 01 RW 08 Jl. Ratu Ayu Wios Serang Banten, pemilik bernama Novi Aryani sebagai ketua yang tergabung dalam kelompok komunitas rajutan daerah serang bernama SARABA yang berarti Saung Rajut Banten, beranggotakan lebih dari 20 orang. Sebelum pandemi tiap bulan ada materi yang diberikan untuk tiap anggota, karena tiap orang berbeda-beda keahliannya, namun semua perlu mendapat tambahan pengetahuan. Pelatihan yang diberikan dapat meningkatkan kreativitas sehingga dapat lebih produktif dan menambah pendapatan keluarga pada anggota yang kebanyakan adalah ibu-ibu rumah tangga. Saat pandemi memproduksi masker rajut, dengan bantuan disperindag masker yang dibuat dengan standar SNI, sehingga masker dengan furing standar SNI, produk selanjutnya berupa konektor masker. Saat ini pesanan masker dan konektor yang paling banyak diminati. Pengerjaan saat ini masih dilakukan di rumah masing masing pengrajin, karena masih perlunya menjaga protokol kesehatan pada masa pandemi covid-19. Kerajinan rajut yang dibuat Ibu Novi bersama kelompoknya sangat bervariasi mulai dari tas, dompet, bunga bahkan sepatu rajut. Pemasaran dilakukan di galera depan rumah namun tidak di jalan utama. Selain itu, juga menunggu pesanan yang datang dari tetangga terdekat maupun dari jauh melalui penjualan secara online. Kerajinan rajut ini sering mengikuti pameran. Harga produk bervariasi, tertinggi pada harga Rp 500.000.

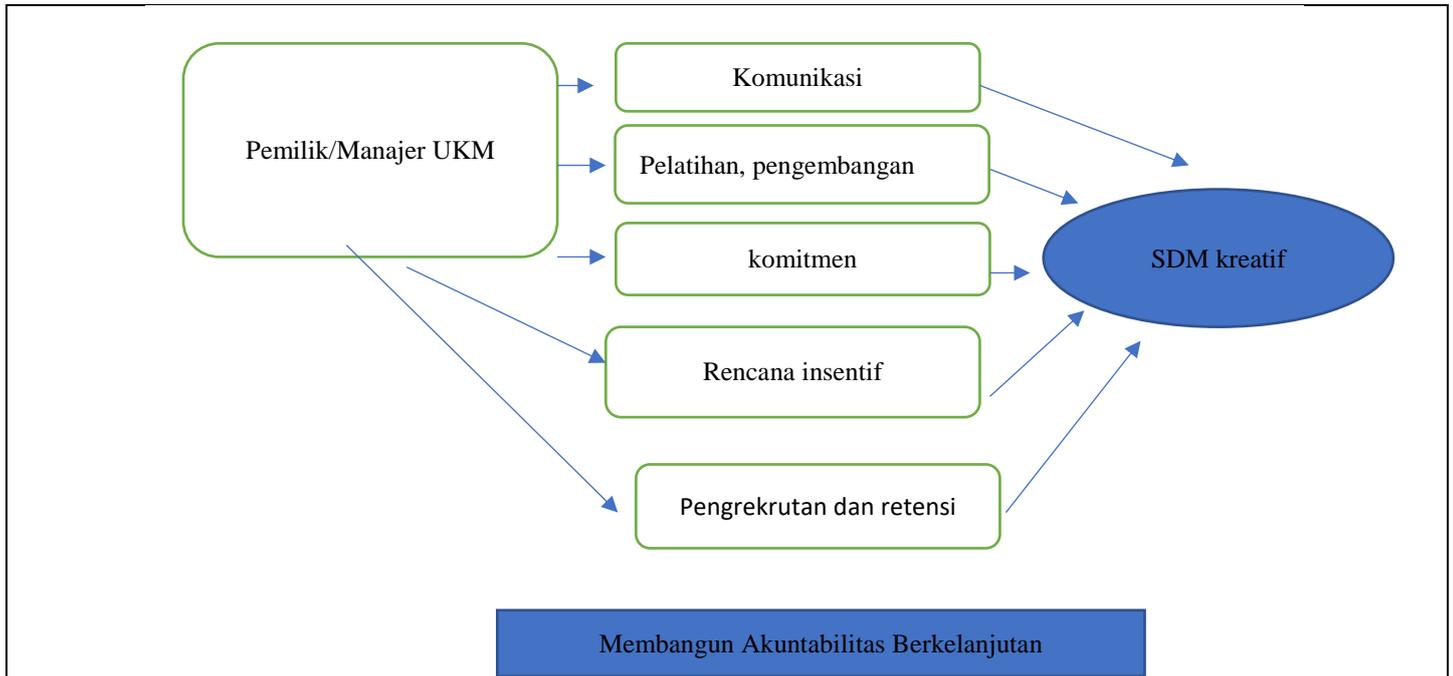




Gambar 1. Beberapa contoh produk mitra

Model IPTEKS Yang Ditransfer Kepada Mitra

Output yang dirancang untuk mengatasi persoalan mitra adalah memberikan pembekalan materi terkait meningkatkan kompetensi SDM kreatif berkelanjutan dikutip dari berbagai sumber. Fokus pada sumber daya manusia pada tingkat UKM dan mengklasifikasikan literatur terkait dengan SDM kreatif dalam kerangka kinerja model SDM kreatif dari aspek komunikasi, pelatihan dan pengembangan, komitmen, rencana insentif, membangun akuntabilitas berkelanjutan.



Gambar.2 Model SDM KREATIF
Sumber modifikasi dari Ahmad (2015)

Dalam kegiatan Pelatihan dilakukan dengan memberikan menjelaskan model SDM kreatif pada kepada mitra mealui *Zoom meeting* dengan menjelaskan gambar sebagai berikut:

1. Pemahaman tentang Komunikasi.

Hal yang terpenting dalam mengelola suatu kelompok komunitas adalah :

- a. Membuka saluran komunikasi. Ketua dari kelompok usaha kreatif dapat berkomunikasi ke semua pihak termasuk akses ke dinas koperindag. Ketua perlu memastikan media komunikasi tertulis dan lisan yang berperan aktif dalam berkomunikasi dengan seluruh anggota maupun yang berkepentingan secara berkelanjutan.
- b. Penggunaan jaringan sosial. Informasi di internet berperan aktif sebagai pusat informasi dan komunikasi yang efektif dalam menciptakan perilaku komunikasi yang komunikatif, ketua komunitas dan antar anggota kelompok. melalui komunikasi yang interaktif akan tercipta SDM kreatif berkelanjutan.
- c. Menciptakan perilaku informatif dan inspiratif secara komunikatif antar anggota kelompok akan menimbulkan perilaku yang saling menghargai.
- d. Melakukan pertukaran pengetahuan dan informasi. Pertukaran informasi dengan bahasa sehari-hari dalam menjelaskan inisiatif berkelanjutan membantu antar anggota mendapatkan pemahaman tentang proses dan tujuan; keberlanjutan organisasi.

2. Pelatihan dan Pengembangan

Pelatihan dan pengembangan memainkan peran penting dalam mengimplementasikan :

- a. Semua anggota kelompok perlu memahami bagaimana melakukan perubahan produk kreatif yang inovatif, perubahan dalam proses kerja sehingga bisa lebih bervariasi. Kelompok komunitas perlu mencapai tujuan keberlanjutan dan bagaimana kegiatan pembuatan produk kreatif dapat memfasilitasi tujuan dari kelompok yang ingin dicapai

- b. Memungkinkan anggota dalam organisasi mendapatkan pengalaman praktis dalam menerapkan proses pekerjaan baru untuk mendapatkan pengetahuan dan komitmen terhadap upaya berkelanjutan (Mandip, 2012). Pelatihan harus dimulai dalam orientasi dan meresap melalui semua tingkatan organisasi yang berfokus pada masalah sosial dan lingkungan. Selain itu, program pengembangan harus mendukung pengetahuan yang terkait langsung dengan kegiatan pekerjaan

3. Komitmen

Implementasi keterlibatan pekerja sangat penting dalam keberhasilan program lingkungan yang efektif untuk berhasil diimplementasikan. Survei yang dilakukan oleh World Economic Forum (2010), melaporkan bahwa 75% CEO menilai karyawan sebagai kekuatan pendorong utama untuk kewarganegaraan perusahaan, 60% menilai motivasi karyawan sebagai salah satu dari tiga manfaat teratas dalam mengambil tindakan, dan 90% melihat nilai-nilai dan kebijakan komunikasi secara internal sebagai langkah kunci untuk mencapai kesuksesan di bidang ini. Untuk melibatkan pekerja, departemen sumber daya manusia harus selaras dengan tujuan keberlanjutan organisasi secara keseluruhan untuk membantu melibatkan pekerja untuk menerapkan perubahan berkelanjutan.

Karyawan dilibatkan untuk dapat menghasilkan pembelian melalui penciptakan sikap positif terhadap majikan; mendapatkan karyawan yang melekat secara emosional melalui proyek kerja yang bermakna; dan memungkinkan karyawan untuk terhubung untuk tujuan yang mendukung kebaikan yang lebih besar di masyarakat (DuBois & DuBois, 2012). Lima hal untuk melibatkan karyawan dalam bekerja: melibatkan karyawan dalam pengembangan strategi lingkungan untuk menciptakan rasa kepemilikan; memastikan manajemen teratas terlibat dalam inisiatif; menawarkan insentif untuk berpartisipasi; mendidik dan melatih; dan memberi karyawan cara untuk menyampaikan kekhawatiran serta memberikan saran. Berinvestasi pada karyawan dengan menciptakan kemampuan karyawan untuk melakukan perubahan pekerjaan yang ramah lingkungan.

4. Rencana Insentif

Perilaku keberlanjutan diperkuat ketika dikaitkan dengan sistem hadiah yang dirancang dengan benar dan didasarkan pada hasil terukur secara kualitatif dan kuantitatif. Sistem penghargaan dapat meningkatkan upaya organisasi untuk menerapkan praktik berkelanjutan (Mandip, 2012).

Sistem hadiah mencakup lebih dari sekadar kompensasi keuangan. Hadiah juga dapat diberikan sebagai fleksibilitas jadwal, bagi hasil, manfaat dan insentif, pengakuan, cuti dan liburan berbayar, sertifikat parkir dan hadiah yang disukai. Pilihan tempat untuk pengakuan karyawan juga penting. Menghubungkan hadiah dengan perilaku tergantung pada tujuan yang ingin dicapai organisasi dan pada faktor motivasi yang melibatkan karyawan. Insentif dan hadiah biasanya dianggap sebagai faktor motivasi paling kuat untuk menghubungkan kepentingan organisasi dengan kepentingan karyawan.

5. Perekrutan dan Retensi

Para profesional sumber daya manusia berada dalam posisi kunci untuk mengubah budaya tempat kerja dengan mempekerjakan karyawan baru yang membawa pengetahuan, sikap, dan perilaku keberlanjutan mereka. Sumber daya manusia dapat berdampak besar pada implementasi keberlanjutan dengan mengidentifikasi atribut utama karyawan baru harus menunjukkan dan mempekerjakan personel yang menunjukkan kualifikasi. Perekrut harus menyadari tujuan keberlanjutan organisasi mereka untuk menarik kandidat yang tertarik pada masalah lingkungan dan mereka juga harus dapat mengkomunikasikan bagaimana tujuan membedakan organisasi dari perusahaan lain (Mandip, 2012). Ketika perusahaan dapat memposisikan inisiatif

keberlanjutannya, perusahaan dapat menarik pelamar terbaik, memastikan budaya yang mempromosikan keberlanjutan.

Untuk melibatkan pekerja, departemen sumber daya manusia harus selaras dengan tujuan keberlanjutan organisasi secara keseluruhan untuk membantu melibatkan pekerja untuk menerapkan perubahan berkelanjutan. Perilaku keberlanjutan diperkuat ketika dikaitkan dengan sistem hadiah yang dirancang dengan benar dan didasarkan pada hasil terukur.

Membangun Akuntabilitas Berkelanjutan.

Akuntabilitas adalah sebuah konsep dalam tata kelola perusahaan yang merupakan pengakuan tanggung jawab oleh suatu organisasi atas tindakan, keputusan, produk, dan kebijakan yang diambilnya. Pelanggan bisnis mengharapkan bahwa produk yang diproduksi dan dijual oleh bisnis telah dirancang, diuji, dan diproduksi sehingga aman untuk digunakan.

Meningkatnya harapan pemangku kepentingan memotivasi organisasi untuk mempertimbangkan dampak tindakan mereka secara luas, transparan, dan sistematis. Bisnis adalah aktor utama dalam masyarakat *modern*, dan pemangku kepentingan berharap bahwa bisnis menjadi kontributor positif bagi kesejahteraan masyarakat.

Implementasi dari membangun membangun akuntabilitas berkelanjutan merupakan sumber penilaian kinerja dalam kemajuan suatu usaha. Melalui 5-point pada gambar 1. UKM perlu meningkatkan dan memperhatikan ke 5-point tersebut. Seperti halnya dalam mengembangkan program pelatihan, hal ini tentunya akan meningkatkan pengetahuan karyawan tentang keberlanjutan, dan menerapkan insentif akan mendorong perilaku berkelanjutan. Komitmen dapat mengeksplorasi kemungkinan keterlibatan SDM yang lebih sehingga karyawan merasa memiliki usaha.

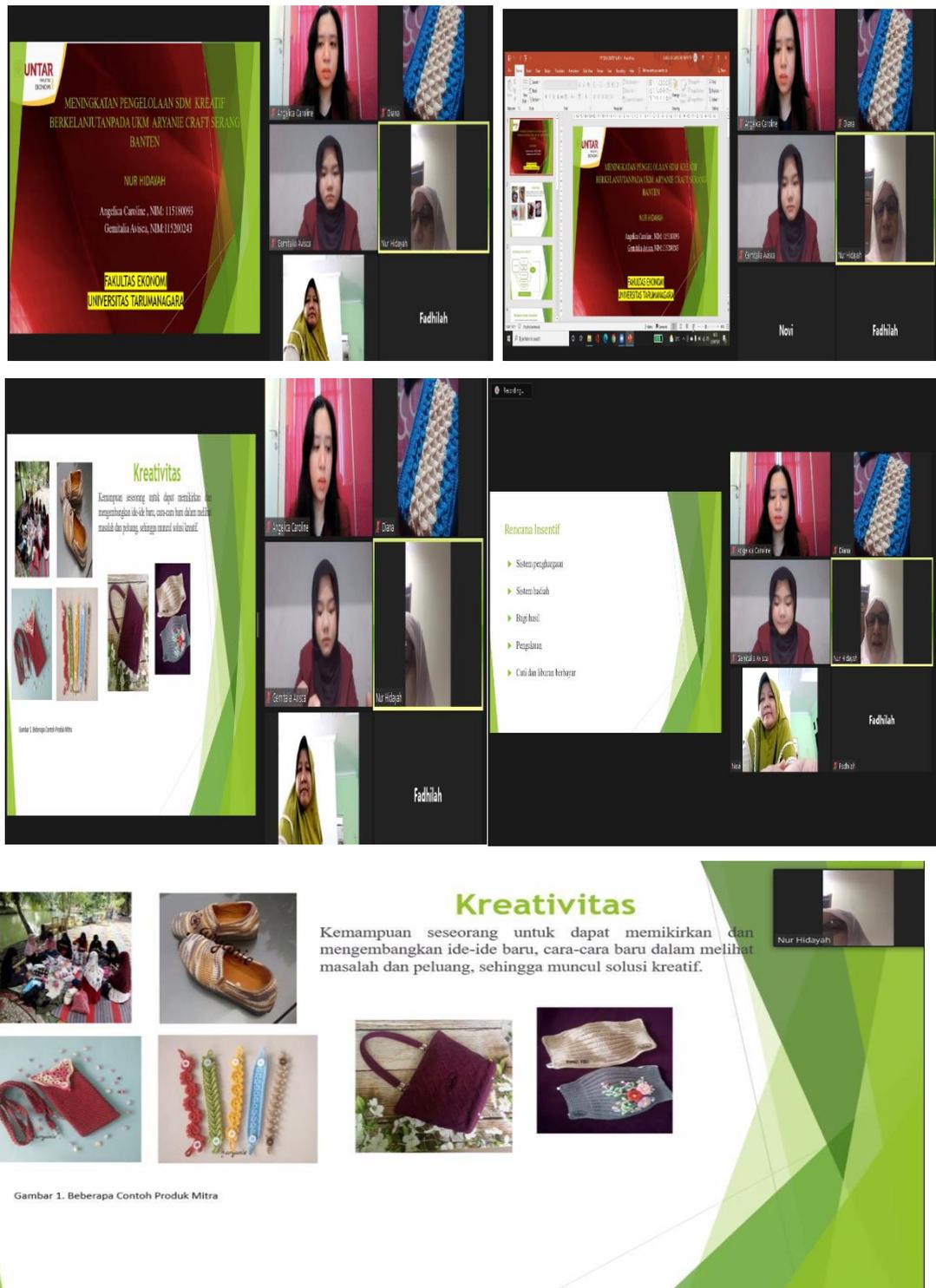
Motivasi SDM Kreatif

SDM kreatif memerlukan pengembangan, dan mempertahankan modal keahlian yang dimiliki oleh masing-masing individu. Morawski, (2014) menjelaskan SDM kreatif merupakan pekerja yang modal utamanya adalah pengetahuan dan keahlian yang dimiliki, melakukan pengembangan perilaku yang inovatif. Komponen kreativitas yang kuat. beberapa karakteristik motivasi dari orang yang kreatif:

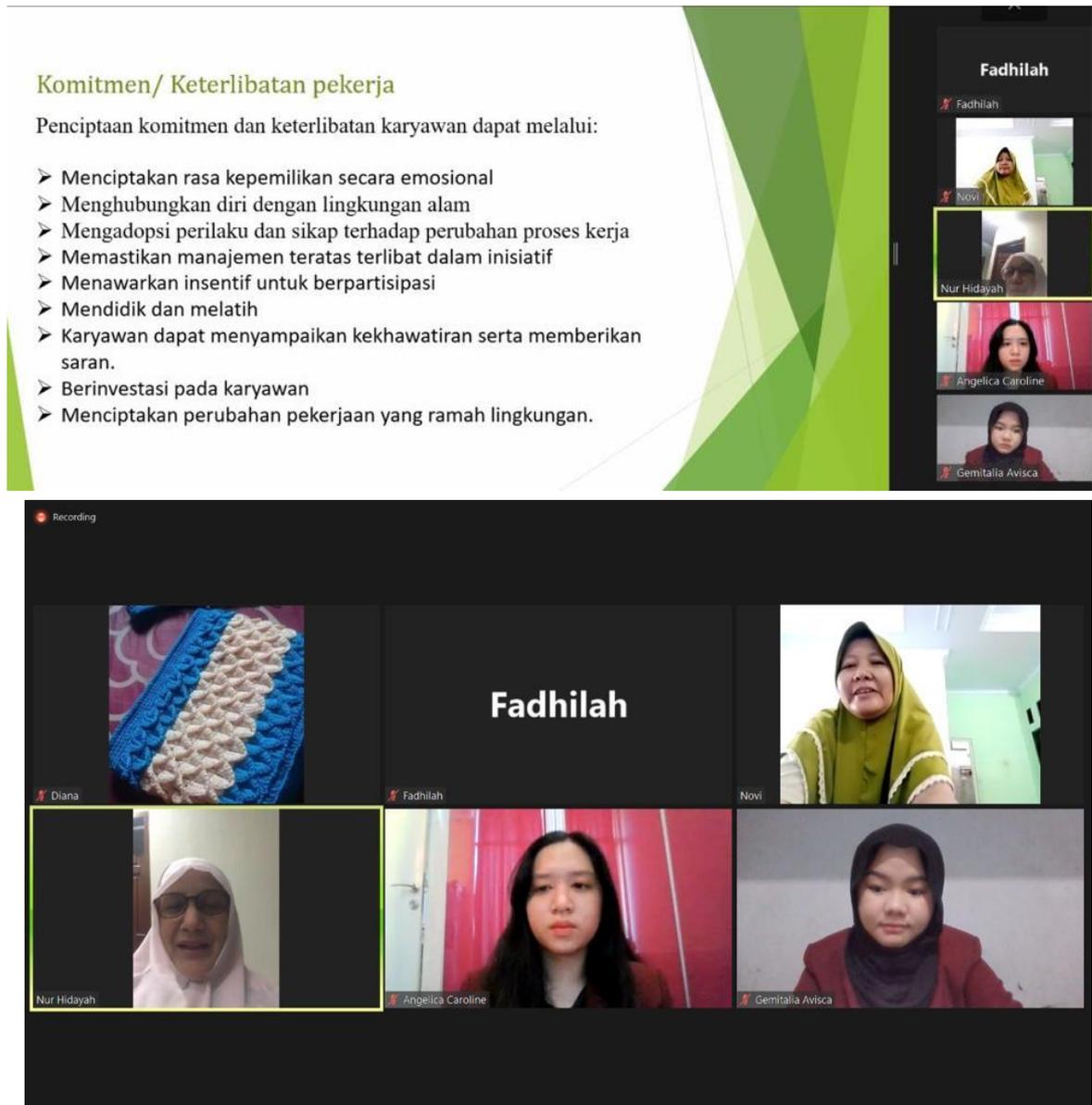
- Berkeinginan untuk mengetahui segala sesuatu hal
- Berkeinginan untuk tekun
- Kebutuhan pengakuan dari capaian yang diperoleh
- Kebutuhan akan variasi
- Memiliki kemandirian
- Preferensi
- Toleransi ambiguitas
- Penguasaan masalah SDM
- Ketidaksediaan untuk memesan intelektual

Materi yang disosialisaikan ke mitra disusun dalam bentuk PPT. Dalam **Penyampaian materi didokumentasikan dalam foto berikut:**

Lenterah Publisher



Gambar 1. Beberapa Contoh Produk Mitra



Gambar 3. Dokumentasi pada saat sosialisasi

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan ini, dapat disimpulkan jika Pelatihan tentang SDM kreatif diberikan dengan cara mensosialisasikan kepada mitra antar lain meliputi SDM kreatif dari aspek komunikasi, pelatihan dan pengembangan, komitmen, rencana Insentif, pengrekatan dan retensi, membangun akuntabilitas berkelanjutan. telah berjalan dengan lancar.

Materi dalam kegiatan ini disusun dalam bentuk PPT dan disosialisasikan ke mitra secara daring dengan menggunakan aplikasi Zoom. Pelaksanaan kegiatan dibantu oleh dua mahasiswa sebagai host. Melalui kegiatan ini, mitra bersemangat menerima materi yang disampaikan tim PKM. Selama proses sosialisasi berlangsung mitra banyak berdiskusi dan bertanya dengan Tim PKM.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ahmad, S. (2015), “Green Human Resource Management: Policies and Practices”, *Cogent Business & Management*, Vol. 2: 1030817, <http://dx.doi.org/10.1080/23311975.2015.1030817>.
- [2] Garg, B. (2014), “Human Resource-Driving Force of Sustainable Business Practices”, *International Journal of Innovative Research & Development*, Vol. 3 No 7, pp. 378-382.
- [3] Harris, C. and Tregidga, T. (2012), “HR managers and environmental sustainability: strategic leaders or passive observers?” *The International Journal of Human Resource Management*, Vol. 23, No. 2. pp. 236-254
- [4] Mandip, G. (2012). “Green HRM: People Management Commitment to Environmental Sustainability” *Research Journal of Recent Sciences*, Vol. 1 (ISC-2011), 244-252.
- [5] Morawski, M. (2014). Polish national knowledge management styles. Studies in selected companies representing creative industries. In C. Vivas & P. Sequeira (Eds.), *Proceedings of the 15th European conference on knowledge management* (pp. 708–715), Polytechnic Institute of Santarem, Santarem, Portugal, 4–5 September 2014.
- [6] SHRM, BSR, and Aurosoorya, (2011), *Advancing Sustainability: HR’s Role*
- [7] Shram, J. and Phil, M. (2009). “Can Sustainability Initiatives Survive in a Tough Economy?”, No. Issue 2 of 4, pp. 1–6. SHRM. Retrieved from http://www.shrm.org/research/futureworkplacetrends/documents/09-0131_workplace_visions_mm_final.pdf
- [8] Sroufe R., Liebowitz, J. and Sivasubramaniam, N. (2010), “Are you a leader or a laggard? HR’s role in creating a sustainability culture”, *People and Strategy*, Vol. 33 No. 1, pp.34–42.