

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Praktik Kerja Lapangan yang dilakukan oleh penulis di Rumah Kreatif Jogja, maka penulis menarik kesimpulan bahwa kegiatan pengembangan UMKM yang dilaksanakan oleh Rumah Kreatif Jogja merupakan bentuk *Corporate Social Responsibility (CSR)* PT. Bank Rakyat Indonesia cabang Cikditiro Yogyakarta yang dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan *community development*. Kegiatan pengembangan UMKM ini merupakan bagian dari fungsi *public relations* suatu lembaga yang dapat dikaji dengan menggunakan beberapa tahapan antara lain : tahapan *engagement, assesment, planning and programming, formulating of planning and action, implementation, evaluation, dan termination*. Dari ketujuh tahapan Rumah Kreatif Jogja telah melaksanakan secara berurutan 6 tahapan mulai dari tahapan *engagement* hingga tahapan *evaluation*, sedangkan untuk tahapan *termination* hingga saat ini belum dilaksanakan dikarenakan hingga saat ini program tersebut masih berjalan dan merupakan program berkesinambungan dari PT. Bank Rakyat Indonesia cabang Cikditiro Yogyakarta yang akan terus dilaksanakan serta dikembangkan sebagai wujud dari kepedulian perusahaan terhadap masyarakat di sekitar tempat beroperasinya perusahaan dalam hal ini sektor UMKM.

Dalam proses pelaksanaan kegiatan, Rumah Kreatif Jogja melaksanakan tiga program antara lain meningkatkan kompetensi UMKM, memberikan kemudahan akses pemasaran, hingga membantu memberikan akses permodalan. Dalam ketiga program tersebut Rumah Kreatif Jogja melibatkan masyarakat lokal dalam hal ini para UMKM yang berdomisili di kota Yogyakarta. Dalam program ini juga Rumah Kreatif Jogja menjalin hubungan kerja sama dengan beberapa pihak seperti Dinas Koperasi dan UKM kota Yogyakarta untuk pencarian anggota UMKM yang akan dibina, pakar UMKM yang dipilih untuk memberikan materi pelatihan bagi para UMKM anggota binaan, serta hubungan kemitraan dengan beberapa lembaga terkait untuk seperti indonesian mall, tokopedia, lazada. Dan lain-lain. Selain itu dalam hal keanggotaan Rumah Kreatif Jogja juga membuka peluang bagi para komunitas kreatif yang sebagian besar terdiri dari mahasiswa yang tertarik dengan dunia kewirausahaan dan bisnis untuk turut serta mengikuti setiap program pelatihan yang ada di Rumah Kreatif Jogja secara gratis.

Tujuan dari pelaksanaan kegiatan *community development* oleh Rumah Kreatif Jogja ialah untuk mengembangkan dan meningkatkan kapasitas serta kapabilitas UMKM Yogyakarta agar dapat menjadi UMKM yang mandiri dan berdaya saing. Pelaksanaan program ini merupakan wujud dari kepedulian PT. Bank Rakyat Indonesia sebagai salah satu perusahaan yang bernaung di bawah kementerian BUMN yang memiliki tugas dan amanat sebagai *agent of development* atau perpanjangan tangan pemerintah untuk meningkatkan pemerataan ekonomi di seluruh pelosok negeri.

B. Saran

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan saran kepada Rumah Kreatif Jogja demi meningkatkan kualitas kinerja dan kegiatan pengembangan yang dilakukan kepada para UMKM antara lain sebagai berikut :

1. Membentuk divisi kerja dan menambah yang bertugas untuk menangani setiap kebutuhan yang ada di Rumah Kreatif Jogja sesuai dengan kapasitas dan bidangnya masing-masing. Karena selama ini Rumah Kreatif Jogja terdiri dari sebuah manajemen khusus dengan beberapa pegawai yang terkadang mengerjakan pekerjaan di luar jabatannya mengingat terbatasnya jumlah anggota di dalam tim manajemen. Hal ini membuat beberapa pegawai kewalahan ditambah dengan jam kerja yang cukup lama yaitu selama 9 jam untuk satu shift kerja. sementara dalam pengelolaannya Rumah Kreatif Jogja harus mengurus lebih dari 43.000 UMKM dengan kebutuhan yang berbeda-beda pula. Maka pembentukan divisi kerja dan penambahan pegawai dirasa dapat membantu menangani beberapa pekerjaan yang ada di Rumah Kreatif Jogja serta dengan adanya pembagian divisi dan penambahan pegawai akan meningkatkan efektivitas kerja dan kualitas layanan kepada setiap *public* yang ada di dalamnya.
2. Membuat sebuah website resmi untuk membantu memudahkan masyarakat memperoleh informasi mengenai Rumah Kreatif Jogja, baik informasi mengenai keanggotaan, jadwal pelatihan yang dilaksanakan maupun untuk pentingan publikasi dari setiap kegiatan yang ada di Rumah Kreatif Jogja.
3. Membuat kegiatan-kegiatan yang bersifat *branding* agar Rumah Kreatif Jogja dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat bukan hanya tujuan penambahan anggota tapi juga untuk membentuk citra positif dari PT. Bank Rakyat Indonesia

sebagai salah satu perusahaan negara yang bernaung di bawah kementerian BUMN.

4. Membuat peraturan tertulis terkait penggunaan fasilitas di *co-working space* untuk para anggota agar lebih tertib dalam menggunakan setiap fasilitas yang ada. Hal ini dikarenakan selama penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di Rumah Kreatif Jogja, penulis menemukan beberapa kejadian di mana beberapa UMKM tidak dapat menikmati fasilitas yang tersedia karna jumlah fasilitas yang terbatas dan juga tidak adanya peraturan tertulis mengenai tata cara yang berlaku dalam menggunakan fasilitas.