

UNIQLO NEIGHBORHOOD COLLABORATION MENDUKUNG PRODUK EKONOMI KREATIF DI KOTA BANDUNG (PENDEKATAN PESTEL)

Septiana Dwiputrianti¹, Devita Anggun Pradika², Abdul Rachman³, Caesar Octoviandy Purba⁴

Program Studi Sarjana Terapan Administrasi Bisnis Sektor Publik ¹²³⁴

Politeknik STIA LAN Bandung

¹Email: sdwiputrianti@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi program kolaborasi UNIQLO dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sektor ekonomi kreatif di Kota Bandung menggunakan kerangka analisis PESTEL (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan, dan Hukum). Pergeseran paradigma ekonomi menuju kreativitas dan inovasi telah menghasilkan peluang baru bagi UMKM untuk mengembangkan produk dan layanan yang unik. Metode penelitian ini melibatkan studi literatur, wawancara dengan pemangku kepentingan terkait, serta analisis data kualitatif. Hasil analisis PESTEL menunjukkan bahwa faktor politik mencakup regulasi terkait UMKM dan kerja sama lintas sektor. Dalam aspek ekonomi, pertumbuhan ekonomi Kota Bandung sangat mendukung keberhasilan tujuan ini. Faktor sosial melibatkan preferensi konsumen terhadap produk lokal dan kepedulian terhadap etika produksi. Di bidang teknologi, transformasi digital ditemukan memiliki dampak signifikan pada jalur pemasaran. Lingkungan berperan dalam mendorong praktik berkelanjutan yang ramah lingkungan, sementara aspek hukum termasuk hak kekayaan intelektual dan perjanjian kemitraan. Penelitian ini memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana analisis PESTEL dapat membantu UMKM dan perusahaan besar seperti UNIQLO dalam merencanakan dan melaksanakan program kolaborasi untuk pengembangan ekonomi kreatif. Temuan ini dapat memberikan panduan kepada pemangku kepentingan dalam merumuskan strategi berkelanjutan, memanfaatkan peluang pasar, dan mengatasi tantangan yang muncul dalam ekosistem UMKM. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman teoritis tentang hubungan antara perusahaan besar dan UMKM dalam konteks ekonomi kreatif serta implikasinya bagi pembangunan ekonomi lokal.

Kata Kunci: UNIQLO, UMKM, ekonomi kreatif, analisis PESTEL, kolaborasi bisnis, Kota Bandung.

PESTEL ANALYSIS OF THE UNIQLO COLLABORATION PROGRAM IN DEVELOPING CREATIVE ECONOMY SMEs IN BANDUNG CITY

Abstract

This study aims to analyze the factors that influence the UNIQLO collaboration program in the development of micro, small and medium enterprises (MSMEs) the creative economy sector in the city of Bandung using the PESTEL analysis framework (Politics, Economy, Social, Technology, Environment and Law). The shift in the economic paradigm towards creativity and innovation has created new opportunities for MSMEs to develop unique products and services. This research method involves literature study, interviews with relevant stakeholders, and qualitative data analysis. PESTEL analysis results show that political factors include regulation related to MSMEs and cooperation across sectors. In the economic aspect, the economic growth of the City of Bandung greatly supports the success of this goal. Social factors involve consumer preference for local products and concern for production ethics. In technology, digital transformation was found to have a significant impact on marketing channels. The environment plays a role in encouraging sustainable practices that are environmentally friendly, while legal aspects include intellectual property rights and partnership agreements. This

research provides in-depth insight into how PESTEL analysis can help MSMEs and large companies such as UNIQLO in planning and implementing collaborative programs for the development of the creative economy. These findings can provide guidance to stakeholders in formulating sustainable strategies, taking advantage of market opportunities, and overcoming challenges that arise in the MSME ecosystem. This research contributes to a theoretical understanding of the relationship between large companies and MSMEs in the context of the creative economy and its implications for local economic development.

Keywords: UNIQLO, UMKM, creative economy, PESTEL analysis, business collaboration, Bandung City.

PENDAHULUAN

Saat ini sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sedang berkembang pesat, khususnya sektor ekonomi kreatif di Indonesia. Menurut Rosita (2020), kegiatan di bidang UMKM pada masa pandemi COVID-19 telah menciptakan peluang yang sangat positif yaitu agen yang melakukan transaksi bisnis dengan menggunakan teknologi informasi dan komunikasi elektronik meningkat sebesar 130 miliar dollar AS. Jika UMKM ini terus berkembang dan ditingkatkan potensinya oleh usaha, maka penyerapan ekonominya di kota-kota akan merata dan memiliki daya serap yang cukup tinggi, UMKM akan menjadi bagian penting dari perekonomian negara-negara, memberikan keuntungan yang signifikan dalam distribusinya. dari pendapatan rakyat. Selain itu, UMKM juga berperan penting dalam menyerap tenaga kerja sehingga membantu mengurangi pengangguran di Indonesia. Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah Usaha Kecil Menengah (UKM) di Pulau Jawa dan Pulau Sumatra pada tahun 2022 meningkat cukup signifikan, khususnya di Provinsi Jawa Barat yaitu berjumlah 1.494.723 (satu juta empat ratus sembilan puluh empat tujuh ratus dua puluh tiga) UKM. Diikuti oleh Provinsi Jawa Tengah menduduki peringkat kedua sebanyak 1.457.125 (satu juta empat ratus lima puluh tujuh ribu dan seratus dua puluh lima) dan Provinsi Jawa Timur di peringkat tiga sebanyak 1.153.575 (satu juta seratus lima puluh tiga ribu dan lima ratus tujuh puluh lima) UMKM. Data ini diperoleh dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah tahun 2022. Dapat disimpulkan bahwa jumlah UMKM di Pulau Jawa lebih banyak dibanding pulau lain dan menjadi juara umum UMKM dengan jumlah terbanyak. Jumlah UMKM yang cukup besar tentunya memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi kreatif di beberapa kota dan kabupaten di lingkungan Provinsi Jawa Barat. Tabel 2 menunjukkan data pertumbuhan ekonomi kreatif di Kota Bandung, Kabupaten Bandung dan Kota Depok pada tahun 2020 data pada Tabel 2 menunjukkan bahwa Kota Bandung memberikan kontribusi terbesar dalam pertumbuhan ekonomi kreatif yaitu sebesar 18%. Gambar 3 menunjukkan data pertumbuhan ekonomi di Kota Bandung pada tahun 2020-2022 mengalami peningkatan cukup signifikan dari -2,28% menjadi 5,41% di tahun 2022

Perkembangan UMKM sangat penting dalam mengejar ketertinggalan perekonomian di masa normal baru setelah lebih dari 2 tahun pandemi, terutama dalam struktur perekonomian nasional. Artinya, UMKM harus mampu menjawab tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan layanan, mengembangkan sumber daya manusia dan teknologi, serta memperluas sektor pemasaran. Hal ini harus dilakukan guna meningkatkan nilai jual UMKM itu sendiri, terutama mampu bersaing dengan produk luar negeri yang selama ini menguasai pangsa pasar dalam negeri. Pemerintah sangat tertarik dengan pengembangan UMKM karena hampir sebagian besar penduduk Indonesia memiliki pendapatan dari sektor ini. Oleh karena itu, program-program untuk mendukung pengembangan UMKM menjadi sangat penting. Salah satu program yang mendapat perhatian adalah kemitraan Uniqlo dengan perumahan, inisiatif yang didukung oleh pemerintah provinsi Jawa Barat, khususnya Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Barat. Uniqlo Neighborhood Collaboration didirikan dengan tujuan mempererat hubungan dengan masyarakat sekitar dan mendukung pengembangan UMKM di Jawa Barat khususnya kota Bandung dalam bidang ekonomi kreatif. Karena Kota Bandung merupakan kota dengan pertumbuhan ekonomi kreatif tertinggi di Jawa Barat, terbukti dengan data tahun 2020 dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Program ini memberikan kesempatan kepada UMKM lokal untuk memamerkan dan memasarkan produk mereka di toko-toko Uniqlo. Di masa new normal pasca pandemi yang berlangsung lebih dari dua tahun, pertumbuhan UMKM sangat penting untuk tetap terdepan dalam perubahan ekonomi. Hal ini mendorong UMKM untuk menjawab tantangan global dan meningkatkan inovasi produk dan layanan, mengembangkan sumber daya

manusia dan teknologi, serta memperluas wilayah pemasarannya. Untuk memahami dampak nyata program kemitraan residensial Uniqlo terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif UMKM di Kota Bandung, diperlukan analisis yang komprehensif. Pada tesis ini akan digunakan analisis dengan metode PESTEL (Politik, Ekonomi, Masyarakat, Teknologi, Lingkungan dan Hukum) untuk menganalisis faktor eksternal yang mempengaruhi perkembangan UMKM ekonomi kreatif di kota Bandung melalui program Uniqlo Neighborhood Collaboration. Hasil tesis ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang kondisi eksternal yang mempengaruhi UMKM ekonomi kreatif di Kota Bandung, serta kontribusi program Kemitraan Residensial Uniqlo untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan keuntungan yang ada. peluang. Rekomendasi dan arahan dari tesis ini diharapkan dapat membantu para pengambil kebijakan, pelaku UMKM dan pemangku kepentingan untuk terus meningkatkan pengembangan UMKM ekonomi kreatif di kota Bandung secara berkelanjutan. Kajian kerjasama Pemerintah Provinsi Jawa Barat dengan Uniqlo dalam program Uniqlo Neighborhood Cooperation dapat menjadi pemacu pertumbuhan ekonomi bisnis UMKM Lokal di Jawa Barat. Tujuan kajian ini adalah dapat memetakan faktor-faktor: politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum yang berpengaruh terhadap pengembangan UMKM ekonomi kreatif di Kota Bandung melalui Program Uniqlo Neighborhood Collaboration?”.

TEORI

Berikut adalah penelitian yang berkaitan atau membahas mengenai judul yang serupa: (1) penelitian pertama dilakukan oleh Firmando (2020). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian dimana analisis SWOT dengan memperbaharui strategi-strategi yang telah digunakan sebelumnya Perbedaan dengan penelitian ini yaitu menggunakan metode swot dalam teknik analisis data dengan melihat faktor yang mempengaruhi pertumbuhan UMKM. Persamaan pada penelitian ini yaitu metode yang digunakan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif; (2) Penelitian kedua dilakukan oleh (Agustin & Fadillah, 2021) Bunga, Yani Sri, dan Ruli, (2023). “Analisis Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah Melalui Faktor Fisik Dan Sosial Ekonomi”. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Hasil penelitian faktor fisik yang mempengaruhi adalah jarak dan lokasi dan faktor sosial ekonomi yang mempengaruhi adalah kualitas SDM dan kegiatan ekonomi. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu menggunakan metode swot dalam teknik analisis data dengan melihat faktor yang mempengaruhi pertumbuhan UMKM. Persamaan pada penelitian ini yaitu metode yang digunakan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif; (3) Penelitian ketiga dilakukan oleh Freely Eman, Ismail dan Pangemanan, (2023). “Strategi Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Di Kota Manado (Studi Kasus Di Dinas Koperasi Dan Ukm Kota Manado)”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan strategi pemberdayaan UMKM oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Manado sudah berjalan baik, terlihat dari tahapan perumusan masalah dalam pemberdayaan UMKM, penetapan program, hingga pelaksanaan yang berjalan baik. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu menggunakan metode swot dalam teknik analisis data dengan melihat faktor yang mempengaruhi pertumbuhan UMKM. Persamaan pada penelitian ini yaitu metode yang digunakan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif; (4) Penelitian keempat (Anom Pancawati & Rieka Yulita Widaswara, 2023) berjudul “Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Potensi Pariwisata”. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif akan mampu mendukung transformasi ekonomi melalui penerapan ide-ide kreatif serta inovatif guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan sektor pariwisata memegang peranan penting untuk menyatukan individu melalui kunjungan wisatawan dalam menggunakan kreativitas tersebut. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu teknik analisis digunakan untuk dapat menarik kesimpulan sebagai upaya menemukan karakteristik yang obyektif. Adapun langkah dalam analisis data antara lain pengumpulan dan pengklasifikasian data, interpretasi data menggunakan metode analisis dan kesimpulan sebagai hasil penelitian. Persamaan pada penelitian ini yaitu metode yang digunakan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif; (5) Penelitian kelima dilakukan oleh Nur Fathunnisa, dan Amru Syahputra, (2023). Berjudul “Analisis Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi (Studi Kasus: Desa Emplasmen Kwala Mencirim, Kecamatan Sei Bingai)”. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah: (1) Bahwa keberadaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dapat membantu masyarakat dalam meningkatkan ekonomi dan memperoleh pekerjaan dan penghasilan tambahan karena tidak membutuhkan skill atau kemampuan

khusus. (2) Kemampuan peserta UMKM dalam menguasai usahanya sehingga pelaku UMKM mendapatkan keuntungan dari usaha yang dilakukan. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu teknik analisis digunakan untuk dapat menarik kesimpulan sebagai upaya menemukan karakteristik yang obyektif. Adapun langkah dalam analisis data antara lain pengumpulan dan pengklasifikasian data, interpretasi data menggunakan metode analisis dan kesimpulan sebagai hasil penelitian. Persamaan pada penelitian ini yaitu metode yang digunakan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.

Sesuai dengan Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM didefinisikan sebagai berikut:

1. Usaha mikro merupakan usaha produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan dengan memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, ataupun menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Lathifah (Hanim et al., 2022) menjelaskan pentingnya pemasaran berbasis digitalisasi pada industri ekonomi kreatif. Ekonomi yang berkembang berdasarkan kreativitas dan keberlanjutan, dimana pengusaha mampu memberikan ide, wawasan, dan talenta. Fadhillah (2020) mengemukakan bahwa ekonomi kreatif memiliki pengaruh terhadap perekonomian suatu negara. Pengaruh ekonomi kreatif tersebut antara lain, sebagai berikut:

1. Mampu meminimalisir tingkat pengangguran suatu Negara dengan memanfaatkan ekonomi kreatif.
2. Mampu memberikan nilai tambah pada Produk Domestik Bruto (PDB) dengan memanfaatkan kontribusi ekonomi kreatif.
3. Dapat mendorong pertumbuhan ekspor Negara dengan memanfaatkan ekonomi kreatif.
4. Memberikan kesempatan pada masyarakat untuk ikut serta dalam program pengembangan ekonomi kreatif.
5. Ekonomi kreatif dapat memberikan efek terhadap peningkatan pengembangan sosial dan budaya yang ada di masyarakat.
6. Memberikan output baik atas kualitas hidup masyarakat yang diberikan program ekonomi kreatif.
7. Ekonomi kreatif berbasis pada kemampuan masyarakat dalam menambah nilai produk dengan memberikan ide atau gagasan sehingga memberikan peluang pada generasi milenial.
8. Kondisi sosial ekonomi masyarakat mampu memberikan manfaat dengan ikut serta pada program ekonomi kreatif dalam usahanya (bisnis).

Menurut Lubis, Rafli dan Tobing (PKD Lubis, R Rafli, S Tobing, 2023), pembangunan ekonomi daerah adalah suatu proses pemerintah daerah dan masyarakat mengelola sumber daya yang ada dan membentuk suatu pola kemitraan antara pemerintah daerah dengan sektor swasta untuk menciptakan suatu lapangan kerja baru dan merangsang perkembangan kegiatan ekonomi (pertumbuhan ekonomi) dalam wilayah tersebut. Dituangkan dalam Undang-undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil dimana kemitraan merupakan bentuk kolaborasi usaha, baik itu usaha kecil maupun usaha besar dalam pembinaan dan berinovasi dengan memperlihatkan prinsip saling membutuhkan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan. 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 (Idayu et al., 2021).

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode PESTEL untuk mengkaji peran Program Uniqlo Collaboration dalam pengembangan UMKM Ekonomi Kreatif di Kota Bandung dari perspektif Politik, Ekonomi,

sosial, Teknologi, lingkungan dan Hukum. Menurut Daryanto dan Indrawan (2020) 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 external, yang nantinya mampu berguna dalam menganalisis berbagai macam aspek, serta mampu memahami proses strategi suatu perusahaan. Pada faktor politik menentukan parameter hukum serta peraturan dimana perusahaan harus beroperasi. Artinya, faktor politik sangat berkaitan dengan perubahan hukum. Sehingga, perubahan hukum tersebut mampu mempengaruhi perusahaan secara keseluruhan (signifikan). Lalu pada faktor ekonomi, pola konsumsi dipengaruhi oleh daya beli dari berbagai segmen pasar, setiap perusahaan harus mempertimbangkan kecenderungan ekonomi pada segmen yang mempengaruhi industrinya. Faktor sosial, faktor sosial yang mempengaruhi sebuah perusahaan berhubungan dengan keyakinan, nilai, opini, sikap dan gaya hidup orang-orang di lingkungan eksternal perusahaan. Dan lingkungan eksternal perusahaan dipengaruhi oleh kondisi budaya, ekologi, demografi, agama, pendidikan dan etnis (Paramadita et al., 2020). Kemudian pada faktor Teknologi sebuah perusahaan harus dapat mengikuti perubahan zaman dengan menyadari teknologi terbaru yang relevan untuk bisnis mereka dengan mempelajari dan beradaptasi dengan teknologi yang sudah maju. Sedangkan pada faktor lingkungan perusahaan sekarang ini harus bertanggung jawab kepada lingkungan dengan meminimalisir kerusakan yang terjadi. Maka dari itu, pemerintah mengeluarkan Undang-Undang lingkungan yang mengakibatkan efek perubahan pada strategi perusahaan seperti mengelola produk ramah lingkungan. Dan yang terakhir faktor hukum, faktor hukum berkaitan dengan lingkungan hukum dimana perusahaan beroperasi dan aturan-aturan yang berlaku pada setiap perusahaan.

Program Uniqlo Collaboration berperan dalam mendorong pertumbuhan UMKM dengan membantu memperkuat identitas sosial masyarakat dan mempromosikan produk dan kerajinan tradisional. Kolaborasi ini memperhatikan aspek lingkungan dengan mendorong UMKM untuk mengadopsi praktik bisnis ramah lingkungan. UMKM di Kota Bandung yang menjadi bagian dari program ini, khususnya usaha mikro, kecil, dan menengah, memiliki karakteristik yang memudahkan pembentukannya. UMKM juga berperan penting dalam mengurangi angka kemiskinan dan pengangguran di daerah tersebut. Program Uniqlo Collaboration harus bertanggung jawab dalam meminimalisir kerusakan lingkungan dan memperhatikan dampak perubahan iklim dalam menciptakan pangsa pasar baru atau mempertahankan pasar yang sudah ada. Dalam konteks pengembangan UMKM Ekonomi Kreatif di Kota Bandung, Program Uniqlo Collaboration menjadi kunci sukses dalam mencapai tujuan bersama dan memberdayakan UMKM secara spesifik. Dukungan pemerintah setempat, kampanye edukasi dan kesadaran konsumen, pelatihan teknologi, dan perhatian terhadap isu lingkungan menjadi rekomendasi untuk memperkuat efektivitas program ini. Dengan demikian, diharapkan program ini dapat berkontribusi secara signifikan pada pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di kota tersebut. Gambar 1 menjelaskan kerangka berfikir pengembangan UMKM ekonomi kreatif melalui program Uniqlo Neighborhood Collaboration menggunakan analisis PESTEL.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif. Menurut 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. Penelitian ini berupa penelitian dokumen/teks, yang berfokus pada analisis bahan tertulis dalam konteks tertentu. Peneliti berusaha mencari teori yang relevan untuk menjelaskan fenomena yang diamati. Hasil penelitian bukan berupa angka atau data kuantitatif, melainkan berupa kata-kata atau kalimat yang dapat dijelaskan secara ilmiah, serta perilaku yang dapat diamati dan harus ditafsirkan melalui berbagai metode penelitian. 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 UMKM Ekonomi Kreatif di kota Bandung melalui Program Uniqlo Neighborhood Collaboration dengan menggunakan metode PESTEL serta faktor-faktor yang mendasarinya. Penelitian ini berfokus pada wilayah Kota Bandung karena peneliti beranggapan bahwa 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. Selain itu, lokus penelitian terletak di Uniqlo kota Bandung.

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik UMKM 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 UMKM di Kota Bandung yang terlibat dalam Program Uniqlo Neighborhood Collaboration. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu. Sampel penelitian terdiri dari 4 UMKM yang telah berpartisipasi dalam Program Uniqlo Neighborhood Collaboration di Kota Bandung. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk melihat langsung peran UMKM dalam meningkatkan brand awareness melalui program Uniqlo Neighborhood Collaboration. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan pandangan UMKM 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.

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:

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Uniqlo Neighborhood Collaboration

Hasil observasi menunjukan 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 UNIOLO. 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 UMKM lain.

Adapun Tujuan dari program Uniqlo Neighborhood collaboration ini adalah:

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

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

Analisis PESTEL (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan dan Hukum)

1. Faktor Politik

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

Pada faktor politik ada 2 faktor yang mempengaruhi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Ekonomi Kreatif melalui program Uniqlo Neighborhood Collaboration, yakni:

- Kebijakan Pemerintah

- Perda Provinsi Jawa Barat No. 15 Tahun 2017
Mengenai pengembangan ekonomi kreatif, Pasal 1, 8 dengan jelas menyatakan bahwa pengembangan ekonomi kreatif adalah upaya pemerintah daerah, dunia usaha, akademisi, dan masyarakat dalam bentuk menciptakan lingkungan usaha, mempromosikan dan mengembangkan usaha kreatif dan industri kreatif.
- PP nomor 24 tahun 2022
- Terkait kemudahan bagi pelaku ekonomi kreatif. Peraturan ini dimaksudkan untuk memberikan fasilitas keuangan, pendidikan, dan pelatihan kepada peserta ekonomi kreatif untuk mengembangkan usahanya.

b. Dukungan pemerintah

- Program Kemitraan Uniqlo juga mendapat dukungan dan pengesahan dari pemerintah daerah Provinsi Jawa Barat melalui Nota Kesepahaman yang ditandatangani dengan PT Fast Retailing Indonesia. Nota kesepahaman ini dimulai di kota Solo di Jawa Tengah kemudian menyebar ke kota dan provinsi lain, termasuk kota Bandung.

Dengan dukungan pemerintah dan kebijakan politik yang mendukung, program bina lingkungan Uniqlo berpeluang besar untuk memberdayakan UKM ekonomi kreatif di kota Bandung dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah secara umum.

2. **Faktor Ekonomi**

Faktor ekonomi juga memainkan peran penting dalam pengembangan UMKM ekonomi kreatif di Kota Bandung. Jika ekonomi daerah tumbuh dengan baik, maka akan ada peluang pasar yang lebih besar bagi UMKM untuk memasarkan produk dan jasa mereka. Pertumbuhan ekonomi yang stabil akan memberikan stimulus positif bagi UMKM untuk berkembang dan memperluas usaha mereka. Hal ini dibuktikan dengan grafik pertumbuhan ekonomi di Kota Bandung dari tahun 2020-2022

Dengan pertumbuhan ekonomi yang bagus di Kota Bandung sangat mendukung program Uniqlo Neighborhood Collaboration dalam mencapai tujuannya yakni dapat membantu UKM Ekonomi Kreatif Kota Bandung dalam meningkatkan penjualan dan eksposur masyarakat terhadap produk yang dimiliki. Hal ini dibuktikan dari pernyataan salah satu UKM yang terlibat dalam program bahwa salah satu produk mereka telah mendapat atensi dari Pelanggan Uniqlo asal Jepang yang menetap di Indonesia. Tidak hanya itu produk mereka dibeli dalam jumlah yang cukup banyak.

3. **Faktor Sosial**

Faktor sosial merupakan faktor yang mempengaruhi perusahaan mengacu pada keyakinan, nilai, pendapat, sikap dan gaya hidup orang-orang di lingkungan eksternal perusahaan. Dan lingkungan eksternal perusahaan dipengaruhi oleh kondisi budaya, lingkungan, demografi, agama, pendidikan dan etnis. Program Uniqlo Neighborhood Collaboration dapat mempromosikan budaya dan warisan lokal di Kota Bandung. Dalam kolaborasi dengan UMKM, program ini mungkin mendorong pengembangan dan pelestarian produk dan kerajinan tradisional, desain lokal, serta menghargai kekayaan budaya daerah. Hal ini memperkuat identitas sosial masyarakat dan membangun kesadaran akan pentingnya warisan budaya sebagai sumber daya ekonomi. Hal tersebut didukung dengan salah satu kriteria UMKM yang lolos kurasi yakni produk harus memiliki keunikan khas daerahnya. Dilihat dari salah satu desain atau motif produk UMKM. Hong Hang Wood (lihat Gambar 4) yang memproduksi aksesoris dengan desain sebuah cerita dan mitologi budaya. Dari hal ini menggambarkan bahwa kolaborasi interaksi sosial terhadap UMKM dalam menciptakan nilai tambah produk.

4. **Faktor Teknologi**

Teknologi memainkan peran kunci dalam komunikasi dan pemasaran bagi UMKM Ekonomi Kreatif. Program Uniqlo Neighborhood Collaboration dapat memberikan pelatihan dan bimbingan kepada UMKM dalam memanfaatkan media sosial, situs web, dan platform pemasaran digital lainnya. Melalui penerapan strategi pemasaran digital yang efektif, UMKM dapat membangun merek, menjangkau konsumen potensial, dan meningkatkan penjualan produk mereka.

a. Pelatihan dan pendampingan

Program Uniqlo Neighborhood Collaboration dapat memfasilitasi pelatihan dan pendampingan UMKM dalam memanfaatkan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, dan meningkatkan penjualan online. Adopsi teknologi digital dapat membantu UMKM mengatasi hambatan geografis dan mencapai konsumen lebih luas. Pelatihan tersebut dibuktikan dari salah satu UKM yang memiliki dampak perubahan sosial media setelah mengikuti pelatihan dari program Uniqlo Neighborhood Collaboration (lihat Gambar 5).

b. Fasilitas teknologi digital

Fasilitas digital yang diberikan pada program Uniqlo Neighborhood Collaboration ini adalah *Scan Barcode*. Pemanfaatan *Scan Barcode* ini bertujuan untuk menghubungkan Pelanggan dengan UMKM melalui sosial media Instagram (lihat Gambar 6). Hal ini bertujuan agar exposure UKM meningkat dari sosial media seperti jumlah *views* dan *followers*.

2. Faktor Lingkungan

Melalui program Uniqlo Neighborhood Collaboration, UMKM Ekonomi Kreatif diberikan kesempatan untuk mengurangi dampak lingkungan dari kegiatan bisnis mereka. Hal ini dapat mencakup penggunaan bahan baku daur ulang, pengurangan emisi karbon, penghematan energi, dan pengelolaan limbah yang lebih baik. Pengurangan dampak lingkungan ini penting untuk mendukung pembangunan berkelanjutan dan menjaga kelestarian lingkungan alam di Kota Bandung. Program Uniqlo Neighborhood Collaboration diharapkan dapat mempromosikan praktik bisnis yang ramah lingkungan di kalangan UMKM Ekonomi Kreatif. Dalam kolaborasi ini, kesadaran akan perlindungan lingkungan dapat ditingkatkan, dengan penekanan pada penggunaan bahan baku yang berkelanjutan, praktik produksi yang ramah lingkungan, dan pengelolaan limbah yang baik. Dengan demikian, program ini dapat mendukung pengembangan UKM yang berfokus pada aspek lingkungan yang lebih baik.

Aspek lingkungan yang berkelanjutan menjadi kriteria penting dalam pemilihan produk-produk yang terlibat dalam program ini. Beberapa contoh produk yang dipamerkan dalam showcase adalah produk-produk yang memanfaatkan bahan-bahan ramah lingkungan seperti kayu, limbah plastik, bahan daur ulang, dan bahan alam.

1. Ma.ja Watch Merupakan UMKM dengan produk jam tangan kayu yang memiliki konsep ramah lingkungan. Dimana produk ini bisa menjadi solusi bagi masyarakat yang sensitif dengan bahan metal (lihat Gambar 7).
2. Newhun cycle Merupakan UKM yang dibuat dengan memanfaatkan limbah plastik menjadi produk yang berguna dan bermanfaat. Produk tersebut berupa jam tangan, medali, jam belajar, meja hingga kursi (lihat Gambar 8).
3. ‘Nina Kreasi’ adalah UMKM yang bergerak dibidang fashion aksesoris, yang membuat produk tas dari bahan goni dan blacu yang terbuat dari bahan berupa serat tanaman atau serta kapas yang ramah lingkungan, yang dapat (dilihat di Gambar 9).
4. ‘Kembang Kamonesan’ adalah merek UMKM berupa kerajinan tangan yang bahan baku utamanya terbuat dari daun, rumput, dan bunga asli yang dikeringkan yang disebut bunga kering dan bahan-bahan alam seperti kulit jagung, pacing, dan calatea yang disebut bunga buatan (lihat Gambar 10).
5. T&T Pernique Merupakan produk UMKM yang cara membuat motif nya pada kain dengan cara ecoprint atau menggunakan bahan dan pewarna alami dari tumbuhan. Dimana hasil dari membuat kain tersebut adalah digunakan untuk membuat produk berupa ransel, totebag dan lain lain (lihat gambar 11).

6. Faktor Hukum

Faktor hukum dalam pengembangan UMKM penting untuk memastikan bahwa bisnis beroperasi secara legal, adil, dan sesuai dengan peraturan yang berlaku. Dengan memahami dan mematuhi hukum yang berlaku, UMKM dapat menjaga keberlangsungan usahanya dan terhindar dari risiko hukum yang berpotensi merugikan. Dalam bidang ekonomi kreatif, perlindungan hak atas kekayaan intelektual sangatlah penting. Unsur-unsur hukum ini meliputi undang-undang hak cipta, merek dagang dan desain industri serta mekanisme perlindungan. Uniqlo Neighborhood Collaboration dapat memberikan pemahaman dan bantuan kepada UMKM dalam melindungi hak kekayaan intelektual mereka, seperti merek dagang, desain atau karya kreatif lainnya, untuk memastikan bahwa produk mereka terlindungi dari pemalsuan atau peniruan.

Faktor hukum menjadi aspek penting dalam pengembangan UMKM

a. Regulasi dan Perizinan

UMKM 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 UMKM. Hal ini terlihat dari kewajiban bagi para UMKM 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 UMKM untuk berinovasi dan menciptakan produk yang lebih berkualitas. Program ini memberikan pemahaman dan dukungan bagi UMKM 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. Adapun beberapa UMKM yang sudah memiliki HAKI (Hak Kekayaan Intelektual) dan tercatat di Pangkalan Data Kekayaan Intelektual (PDKI) Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan HAM RI (lihat Gambar 12).

Dalam kesimpulannya, program Uniqlo Neighborhood Collaboration telah memberikan kontribusi positif dalam pengembangan UMKM Ekonomi Kreatif di Kota Bandung dengan meningkatkan eksposur produk, meningkatkan pendapatan, dan mendorong perubahan perilaku dan praktik bisnis yang lebih ramah lingkungan. Dukungan dari pemerintah daerah, pemanfaatan teknologi, dan pemenuhan aspek hukum menjadi faktor penting dalam kesuksesan program ini.

SIMPULAN

Analisis PESTEL pada program Uniqlo Collaboration dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) ekonomi kreatif di Kota Bandung memberikan wawasan mendalam tentang faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilan program ini. Terdapat sejumlah temuan kunci yang dapat diambil dari analisis ini.

Pertama adalah dari aspek politik dan hukum: Adanya regulasi atau kebijakan pemerintah mendukung secara signifikan pada operasional UMKM ekonomi kreatif. Kerjasama dengan merek besar seperti Uniqlo membutuhkan pemahaman yang baik tentang peraturan perdagangan dan hak kekayaan intelektual; **Kedua**, dari aspek ekonomi dan faktor sosial: Tingkat daya beli dan preferensi konsumen terhadap produk-produk lokal dapat mempengaruhi penerimaan produk UMKM yang terlibat dalam program. Perubahan tren konsumen dan sikap terhadap merek juga perlu diakomodasi; **Ketiga**, dari aspek lingkungan: Kepedulian terhadap lingkungan semakin menjadi perhatian global. Program yang berfokus pada keberlanjutan dan praktik bisnis ramah lingkungan dapat lebih diterima oleh konsumen dan menciptakan nilai tambah bagi UMKM; **Keempat**, aspek perkembangan Teknologi: Pemanfaatan teknologi dalam pemasaran dapat memberikan keunggulan kompetitif. Pengintegrasian teknologi yang tepat dapat meningkatkan efisiensi dan akses ke pasar berupa *scan barcode*; **Kelima** dari aspek faktor edukasi dan budaya: Pendidikan dan kesadaran masyarakat mengenai produk lokal dan keunikan budaya dapat mempengaruhi apresiasi terhadap produk UMKM. Kampanye edukasi dan promosi budaya lokal dapat memperkuat identitas produk; **Keenam**, aspek pengaruh internasional: kerjasama dengan merek internasional

seperti Uniqlo dapat memberikan eksposur global. Namun, persaingan internasional juga bisa menjadi tantangan, mengharuskan UMKM memiliki daya saing yang kuat.

Namun, perlu diingat bahwa kesimpulan ini didasarkan pada analisis faktor-faktor eksternal dan mungkin ada keterbatasan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, beberapa saran untuk pengembangan UMKM ekonomi kreatif di Kota Bandung melalui program Uniqlo Neighborhood Collaboration. Saran pertama adalah kampanye edukasi dan kesadaran konsumen. Program ini harus didukung oleh kampanye edukasi dan kesadaran konsumen tentang pentingnya mendukung produk lokal dan UMKM. Ini akan meningkatkan minat konsumen dalam produk-produk kreatif lokal; Kedua adalah saran untuk peduli lingkungan. Program ini harus terus mendorong UMKM untuk mengadopsi praktik bisnis ramah lingkungan dan berkelanjutan, sehingga dapat menciptakan kesadaran tentang isu lingkungan dan menghasilkan produk yang lebih berwawasan lingkungan; Saran ketiga adalah pengembangan kapasitas UMKM. Edukasi dan pelatihan terhadap UMKM dalam hal manajemen, kualitas produk, dan pemasaran sangat penting. Hal ini akan membantu UMKM memanfaatkan peluang sebaik mungkin; Terakhir adalah saran untuk fleksibilitas dalam strategi. Program harus memiliki fleksibilitas untuk mengubah strategi sesuai dengan perubahan kondisi pasar dan regulasi. Ini akan membantu program tetap relevan dan efektif. Dengan mengimplementasikan saran-saran ini, diharapkan program Uniqlo Neighborhood Collaboration dapat menjadi penggerak penting dalam mengembangkan UMKM ekonomi kreatif di Kota Bandung, menciptakan lapangan kerja baru, dan mendukung pertumbuhan ekonomi daerah secara keseluruhan

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, T., & Fadillah, F. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Farmers Market Kalibata City (Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor Retail Farmers *Jurnal Ilmiah PERKUSI*. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JIPER/article/view/13399>
- Anom Pancawati, A. P., & Rieka Yulita Widaswara. (2023). Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Potensi Pariwisata. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1). <https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i1.1398>
- Daryanto, A., & Indrawan, D. (2020). Dynamics Of Cattle Fattening industry In Indonesia. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jmagr/article/view/34148>
- Fadhilah S, N. (2020). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Industri Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi Pada Kelompok Usaha Rumah Tangga Binaan Yayasan EcoNatural Society di Kabupaten Kepulauan Selayar). *Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar*, 8.
- Fadli, M. R. (2021). Fadli, Muhammad Rijal. "Memahami desain metode penelitian kualitatif." *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum* 21.1 (2021): 33-54. *Humanika*, 21(1).
- Firmando, H. B. (2020). Strategi Adaptasi Pemasaran Kerajinan Tenun Ulos pada Pasar Tradisional, Modern dan Online Di Tapanuli Utara (Studi di Kota Tarutung). *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1). <https://doi.org/10.30829/ajei.v5i1.7674>
- Hanim, L., Sopyonyono, E., & Maryanto, M. (2022). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1). <https://doi.org/10.24967/psn.v2i1.1452>
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1). <https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.729>
- Paramadita, S., Umar, A., & Kurniawan, Y. J. (2020). ANALISA PESTEL TERHADAP PENETRASI GOJEK

DI INDONESIA. *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 4(1). <https://doi.org/10.30813/jpk.v4i1.2079>

PKD Lubis, R Rafli, S Tobing, D. M. (2023). Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Tarutung Melalui UMKM Kain Tenun Ulos. *Jurnal Ekonomi-Qu*, 13(1), 118–126.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35448/jequ.v13i1.20552>

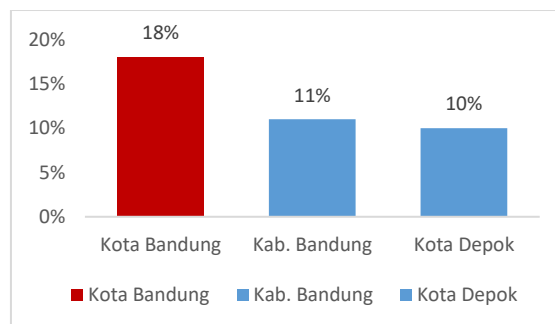
Rosita, R. (2020). Pengaruh pandemi Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 9(2). <https://doi.org/10.34127/jrlab.v9i2.380>

Tabel 1. Jumlah Usaha Kecil Menengah di Pulau Jawa (Barat, Tengah, Timur) dan Pulau Sumatera (Utara, Selatan dan Barat) di Tahun 2022

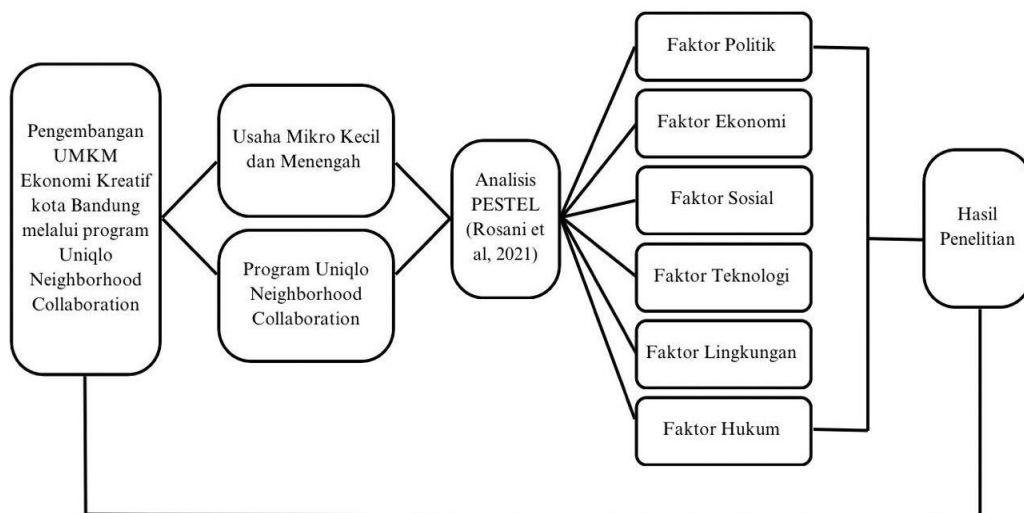


Sumber: diolah dari data <https://www.kemenparekraf.go.id> (akses 18/08/2023)

Tabel 2. Pertumbuhan Ekonomi Kreatif Di Kota Bandung, Kabupaten Bandung dan Kota Depok pada Tahun 2020

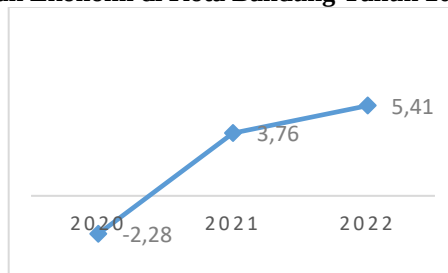


Sumber: diolah dari data www.kemenparekraf.go.id (akses 18/08/2023)



Gambar 1. Kerangka Berpikir Pengembangan UMKM Ekonomi Kreatif melalui Program Uniqlo Neighborhood Collaboration
 Sumber: diolah penulis.

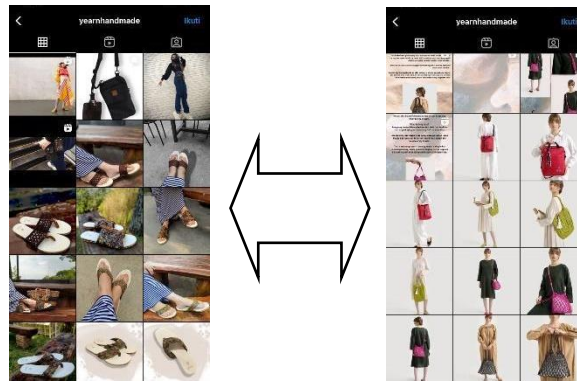
Gambar 3. Pertumbuhan Ekonomi di Kota Bandung Tahun 2020-2022 (dalam persen)



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

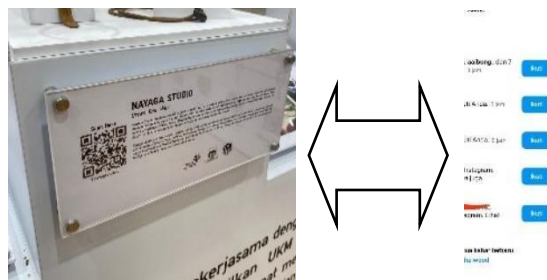


Gambar 4 Produk Ekonomi Kreatif Hong Hand Wood (menggunakan filosofi Budaya Jawa) program Uniqlo Neighborhood Collaboration
 Sumber: [www.instagram.honghandwood](https://www.instagram.com/honghandwood)



Gambar 5 Perubahan Deeds Sosial Media UMKM YEARN Handmade sebelum dan sesudah mengikuti program Uniqlo Neighborhood Collaboration

Sumber: www.instagram.yearnhandmade



Gambar 6 Penggunaan Scan Barcode Mendorong Peningkatan Jumlah Follower di Instagram program Uniqlo Neighborhood Collaboration

Sumber: *Nayaga studio (2023)*



Gambar 7. 'Ma.Ja Watch' Produk Kreatif Jam Tangan Kayu program Uniqlo Neighborhood Collaboration

Sumber: www.instagram.maja.watch



Gambar 8. 'Newhun Cycle' Produk Kreatif Pemanfaatan Limbah Plastik program Uniqlo Neighborhood Collaboration

Sumber: Owner Newhun Cycle



Gambar 9 'Nani Kreasi' Produk Kreatif Tas Bahan Goni dan Kain Blacu Program Neighborhood Collaborative UNIQLO

Sumber: www.instagram.binakreasi

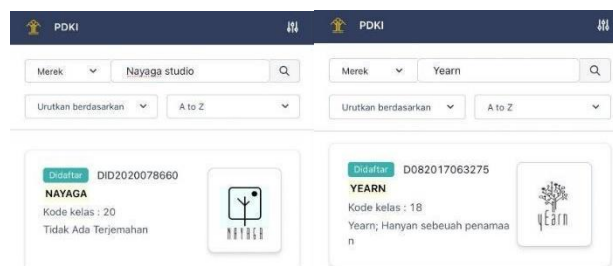


Gambar 10. 'Kembang Kamonesan' Produk Kreatif Bunga Asli yang Dikeringkan Program Neighborhood Collaborative UNIQLO

Sumber: Observasi hasil penelitian



Gambar 11 T&T Pernique
program Uniqlo Neighborhood Collaboration
 Sumber: www.instagram.tntcraftoffi



Gambar 12 UMKM yang tercatat di PDKI (Pangkalan Data Kekayaan Intelektual)
program Uniqlo Neighborhood Collaboration
 Sumber: Pdki-indonesia.dgip.go.id