

Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Dan UMKM Melalui Digitalisasi Di Kabupaten Gowa

Inayatul Mutmainnah ¹, Jepri Utomo ²

¹ Universitas Pepabri Makassar, Indonesia

² Universitas Madako Tolitoli, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Inayatul Mutmainnah

E-mail: inayasosiologi@gmail.com

Abstrak

Pemberdayaan ekonomi kreatif dan Usaha Mikro Kecil Menengah merupakan kegiatan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat di Kabupaten Gowa, khususnya bagi para pelaku usaha. Upaya digitalisasi diaplikasikan sebagai sarana peningkatannya. Proses pemberdayaan dilaksanakan dengan metode sosialisasi, yaitu dengan menyampaikan aspek digitalisasi hukum dan aspek digitalisasi ekonomi. Kegiatan ini diikuti oleh 18 peserta sasaran yang berasal dari 18 Kecamatan yang ada di Kabupaten Gowa, dan 1 orang peserta mewakili setiap Kecamatan. Setiap peserta adalah pemuda-pemudi dalam kategori remaja yang mewakili dan diutus dari setiap Kecamatan. Pemberdayaan ini bermanfaat bagi para peserta dalam memahami dan mengerti tentang implementasi digitalisasi hukum dengan mendirikan dan mendaftarkan badan usaha, mendaftarkan Hak Kekayaan Intelektual secara online, dan mendaftarkan izin usaha secara online. Selain itu, meningkatkan motivasi dengan mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan secara online, melakukan strategi pemasaran online diberbagai sosial media dan marketplace, mendapatkan tips sukses bisnis disitus resmi dari pihak pemerintah dan media digitalisasi.

Kata kunci Pemberdayaan; Ekonomi Kreatif; Usaha Mikro Kecil Menengah; Digitalisasi.

Abstract

Empowerment of the creative economy and Micro, Small and Medium Enterprises is an activity that can be carried out to improve the economic welfare of the people in Gowa Regency, especially for business actors. Digitization efforts are applied as a means of improvement. The empowerment process is carried out with the socialization method, namely by conveying aspects of legal digitization and economic digitalization aspects. This activity was attended by 18 target participants from 18 sub-districts in Gowa Regency, and 1 participant representing each sub-district. Each participant is a youth in the youth category who represents and is sent from each sub-district. This empowerment is useful for participants in understanding and understanding the implementation of legal digitization by establishing and registering business entities, registering Intellectual Property Rights online, and registering business licenses online. In addition, increasing motivation by participating in online trainings, conducting online marketing strategies in various social media and marketplaces, getting business success tips on official websites from the government and digitalization media.

Keywords: Empowerment; Creative Economy; Micro Small and Medium Enterprises; Digitization.

PENDAHULUAN

Dunia bisnis merupakan salah satu aspek dalam kehidupan manusia yang berubah dengan sangat cepat dan dinamis. Pada zaman dahulu kegiatan bisnis dilakukan secara door to door, orang menjajakkan jualannya di pasar, membuka lapak dan jualan di toko-toko, menawarkan barang jualan secara tatap muka, atau secara konvensional lainnya. Meskipun beberapa cara yang dilakukan masih digunakan oleh berbagai lapisan masyarakat pada umumnya, Dan seiring dengan perkembangan zaman telah berubah secara signifikan, bisnis yang dijalankan dan manusia yang berperan aktif, sehingga tidak dapat dipisahkan dari kodratnya sebagai manusia.

Langkah yang di terapkan oleh pihak pemerintah dalam meningkatkan berbagai fasilitas kemudahan berusaha di Indonesia tampaknya mengalami kendala. Hal ini disebabkan pada awal tahun 2020, Indonesia dan dunia sedang dilanda oleh pandemi Covid-19 yang mulai menyerang China di kota Wuhan. Covid-19 telah berdampak pada beberapa bidang terutama bidang ekonomi dan pendidikan. Banyak pelaku usaha yang bangkrut, belum memenuhi target dalam pencapaian usahanya, dan daya beli masyarakat menurun, sehingga sangat mempengaruhi ketiga bidang ini.

Internet merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia di era milenial ini. Internet memfasilitasi semua aspek kehidupan mulai dari pendidikan, hiburan, informasi, pelayanan publik, pengetahuan, periklanan, investasi, interaksi atau komunikasi, serta bisnis dan penjualan. Internet juga bisa dinikmati oleh berbagai kalangan meski harus mengorbankan pulsa atau kuota, demi dapat mengakses sesuatu hal yang berkaitan dengan digital. Keberadaan internet diharapkan dapat menjadi alat pendukung dan penguatan bagi para pelaku ekonomi kreatif dan Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam mengembangkan usahanya.

Langkah Pemerintah dalam meningkatkan kemudahan berusaha di Indonesia tampaknya mengalami kendala. Hal ini dikarenakan Indonesia tahun 2020 dan dunia sedang mengalami era Pandemi Covid-19 yang mulai menyerang China di kota Wuhan. Covid-19 telah berdampak pada tiga bidang kehidupan, yaitu kesehatan, pendidikan, dan ekonomi. Banyak pelaku usaha yang gulung tikar, belum memenuhi target usahanya, dan daya beli masyarakat menurun. Internet merupakan kebutuhan pokok di era milenial ini. Internet memfasilitasi semua aspek kehidupan, Internet juga bisa dinikmati oleh semua kalangan Keberadaan internet diharapkan dapat menjadi alat pendukung dan penguatan bagi para pelaku ekonomi kreatif dan UKM dalam mengembangkan usahanya dan memasarkan hasil penjualannya.

Banyak permasalahan bagi Ekonomi Kreatif dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), antara lain kurangnya pemahaman tentang pendirian dan pelaksanaan UMKM, tidak memiliki izin, sengketa Hak Kekayaan Intelektual (HAKI), dan juga masalah yang paling mendasar adalah strategi pemasaran melalui digital yang belum terlalu di pahami.

Banyak perusahaan yang gulung tikar disebabkan karena tidak bisa mengikuti perkembangan zaman. Perusahaan-perusahaan ini meliputi: Kodak, Toys R Us, Nokia, Disc Tarra, Payless, Myspace, Pebble. Salah satu penyebab perusahaan gagal dalam persaingan bisnis adalah karena tidak memperluas pasarnya dan strategi bisnis dalam di dunia maya. Hal ini sejalan dengan pesan populer Jack Ma, salah satu orang terkaya di dunia dari China yang mengatakan bahwa hanya bisnis yang seiring waktu mengikuti perkembangan zaman dan teknologi yang dapat bertahan selamanya.

Digitalisasi bukan hanya hal-hal yang berkaitan dengan ekonomi atau bisnis. Digitalisasi harus dilindungi dengan instrumen lain agar perilaku bisnis para pelakunya sesuai dengan yang diharapkan dengan mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dan meminimalkan risiko, yaitu kerugian materil maupun immateriil. Digitalisasi ini merupakan fasilitas yang telah difasilitasi oleh Negara melalui pengesahan beberapa peraturan perundang- undangan.

Indonesia sangat mendominasi dari segi sektor E-Commerce di ASEAN untuk pertama kalinya. (Aliffianti Safiria Ayu Ditta, 2020). Perkembangan wilayah dan jumlah penduduk disuatu Negara Indonesia juga sangat berpengaruh dalam pertumbuhan e-commerce. Bahkan, negara Indonesia mampu mengalahkan berbagai belahan negara tetangga lainnya yaitu Singapura, Malaysia, dan Thailand dalam hal ini perkembangan e-commerce dengan nilai transaksi US\$1,1 miliar pada 2014. Kondisi seperti ini harus dimaknai dengan dua sikap, yakni merupakan prestasi bagi kalangan masyarakat Indonesia dan berbagai kendala dan tantangan yang sangat besar bagi pemerintah untuk terus berupaya dalam perkembangan di sektor e-commerce.

Para pelaku bisnis mulai memanfaatkan ilmu pengetahuan teknologi dan informasi yang ada guna menjalankan dan mendukung aktivitas dalam usahanya. Pergerakan dan perubahan cara berbisnis yang semakin pesat menuju digitalisasi memaksa para pelaku bisnis untuk beradaptasi mengikuti perubahan tersebut. Untuk perusahaan besar, perubahan pola bisnis yang mengarah pada proses digitalisasi tidak terlalu terkendala karena karakteristik perusahaan besar yang dimiliki oleh sumber daya yang cukup baik. Namun, bagi UMKM proses digitalisasi ini akan membutuhkan banyak persiapan (Idah dan Pinilih, 2020).

Berdasarkan paparan di atas, maka diperlukan pemberdayaan ekonomi kreatif dan UMKM melalui digitalisasi yang dilihat dari perspektif secara yuridis dan perspektif ekonomi. Isu hukum yang penulis kaji adalah langkah-langkah yang dapat diupayakan pelaku usaha dalam mengoptimalkan Ekonomi Kreatif dan UMKM di Kabuptaen Gowa. Meski demikian, pelaku Ekonomi Kreatif dan UMKM juga harus ikut serta dalam perkembangan zaman agar tidak tertinggal dengan beberapa perusahaan ternama dan mampu terlibat dan bersaing di pasar yang ketat dan kompetitif. Atas dasar pemikiran tersebut, perlu dilakukan pemberdayaan pada masyarakat di Kabupaten Gowa, sehingga mampu beradaptasi dalam iklim digitalisasi melalui pemanfaatan internet. Oleh karena itu, tujuan dari artikel ini adalah mendeskripsikan pemberdayaan ekonomi kreatif dan UMKM melalui digitalisasi di Kabupaten Gowa.

METODE

Program pemberdayaan ekonomi kreatif dan UMKM melalui digitalisasi di Kabupaten Gowa dilaksanakan dengan metode sosialisasi. Operasionalisasi dari metode sosialisasi yang digunakan dalam program pemberdayaan ini adalah upaya menyampaikan materi-materi tentang digitalisasi hukum dan digitalisasi ekonomi kepada para peserta agar dikenal, dipahami dan dihayati; baik secara umum maupun teknis. Penyampaian materi sosialisasi tersebut dibagi menjadi 2 sesi, yaitu: sesi digitalisasi hukum dan sesi digitalisasi ekonomi. Dilakukan situasi interaktif dalam setiap sesi, yaitu: penyampaian materi, diskusi, tanya jawab, dan sharing session tentang implementasi digitalisasi hukum dan digitalisasi ekonomi di Kabupaten Gowa. Adapun aspek pelaksanaan sosialisasi dalam program pemberdayaan ini adalah sebagai berikut:

1. Aspek Sosialisasi Digitalisasi Hukum

Pada aspek ini disosialisasikan tentang digitalisasi hukum dengan mendirikan dan mendaftarkan badan usaha, mendaftarkan Hak Kekayaan Intelektual secara online, dan mendaftarkan izin usaha secara online.

2. Aspek Sosialisasi Digitalisasi Ekonomi

Pada aspek ini disosialisasikan tentang digitalisasi ekonomi yang dapat dicapai dengan mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan secara online, melakukan strategi pemasaran online diberbagai sosial media dan marketplace, mendapatkan tips sukses bisnis disitus resmi dari pihak pemerintah dan media digitalisasi.

Kegiatan ini diikuti oleh 18 peserta sasaran yang berasal dari 18 Kecamatan yang ada di Kabupaten Gowa, dan 1 orang peserta mewakili setiap Kecamatan. Setiap peserta adalah pemuda-pemudi dalam kategori remaja yang mewakili dan diutus dari setiap Kecamatan. Lokasi yang dijadikan sebagai tempat sosialisasi dalam program ini adalah di Kantor Desa Taeng, Kecamatan Pallanga. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari sabtu, 4 juni 2022 dari pukul 08.00-16.00 WITA.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah-langkah pemberdayaan yang dilaksanakan untuk mengoptimalkan Ekonomi Kreatif secara digitalisasi bagi para pelaku usaha di Kabupaten Gowa disosialisasikan melalui dua aspek, yaitu aspek sosialisasi digitalisasi hukum dan aspek sosialisasi digitalisasi ekonomi. Materi sosialisasi disampaikan secara tatap muka dengan mengkolaborasikan teori-teori dari para ahli.



Gambar 1
Sosialisasi Digitalisasi Hukum dan Digitalisasi Ekonomi

Pelaksanaan sosialisasi dimulai dengan penyampaian materi tentang digitalisasi hukum yang dapat dilakukan dengan mendirikan dan mendaftarkan badan usaha, mendaftarkan Hak Kekayaan Intelektual secara online, dan mendaftarkan izin usaha secara online. Sedangkan dengan adanya digitalisasi ekonomi dapat dicapai dengan mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan secara online, melakukan strategi pemasaran online diberbagai sosial media dan marketplace, mendapatkan tips sukses bisnis disitus resmi dari pihak pemerintah dan media digitalisasi. Melalui tahapan dari digitalisasi ekonomi dapat dilakukan dengan mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan secara online, melakukan strategi pemasaran melalui online di media sosial dan marketplace, mendapatkan tips sukses bisnis melalui situs resmi dari pihak pemerintah dan media digital yang akan digunakan.

Pemberdayaan masyarakat yang dilakukan dengan memanfaatkan digitalisasi ilmu pengetahuan dan teknologi UMKM Desa yang sangat penting di era informasi saat ini (As'ad Sonief et al., 2019). Dengan semakin banyak Usaha Kecil dan Menengah yang terlibat dalam ekonomi digital melalui broadband, e-commerce, media sosial, cloud, dan platform seluler, UMKM dapat tumbuh lebih cepat dan berkembang dalam hal peningkatan taraf pendapatan, penghasilan seseorang dan pekerjaan, dan menjadi lebih inovatif dan lebih kompetitif untuk menghadapi tantangan. Masyarakat Ekonomi ASEAN (Prabowo, 2018).

Aspek yang tidak kalah penting adalah izin prinsip yang terdiri dari beberapa izin produk sesuai karakteristik produk yang dipasarkan oleh pelaku usaha Ekraf dan UMKM. Izin untuk makanan atau minuman halal harus mendapatkan sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia. Selanjutnya izin dari Dinas Kesehatan untuk makanan, minuman, obat-obatan, dan kosmetik. Lalu ada juga Perizinan Industri Rumah Tangga atau PIRT dengan mendapatkan Sertifikat Produksi Pangan-Industri Rumah Tangga (SPP-IRT), Izin dari Badan Pengawas Obat dan makanan (BPOM). Selanjutnya adalah mengikuti pelatihan dan pendidikan bisnis secara digital. Media yang bisa dilakukan diantaranya mengikuti webinar, pelatihan di <https://edukukm.id>, pelatihan di <https://www.ukmindonesia.id>, pelatihan online oleh dinas yang membidangi UKM di lingkungan kabupaten atau kota, dan pelatihan yang dilakukan

oleh lembaga swadaya masyarakat atau orang perorangan. Tujuan mengikuti pelatihan adalah untuk meningkatkan pengetahuan teknis bagaimana kiat-kiat melakukan produksi sampai pemasaran, melatih keterampilan, menutupi keahlian yang kurang, dan manfaat yang lain. Solusi untuk mengatasi masalah manajemen usaha; maka mitra akan diberikan pendidikan dan pelatihan manajemen usaha, serta strategi pemasaran yang lebih baik berbasis digitalisasi UKM (Diningrat et al., 2017).

Keterlibatan pihak pemerintah dalam melaksanakan sosialisasi, dan pembinaan melalui komprehensif kepada seluruh elemen masyarakat hingga pelosok desa-desa tentang berbagai cara yang sangat mudah bagi para pelaku usaha ekonomi kreatif, pelaku usaha UMKM, pengusaha dibidang ekonomi kreatif dan UMKM selalu ikut berpartisipasi dalam program yang diterapkan oleh pemerintah untuk meningkatkan penghasilan bagi UMKM, dan Ekonomi Kreatif serta pelaku usaha UMKM akan segera beralih dari media secara konsisten melalui era digital, dengan melalui sosial media maupun situs dalam rangka mengoptimalkan fasilitas, serta waktu yang akan dilaksanakan melalui era digitalisasi.

Bagi para pelaku UMKM perlu adanya pelatihan khusus terutama pada bidang digitalisasi di bidang pemasaran dimana membutuhkan bukan hanya softskill namun juga hardskill (Setiawan, 2013). Kesiapan UMKM pada saat ini membutuhkan sebuah pelatihan teknologi modern yang memungkinkan dalam industri 4.0 untuk mengoptimalkan produksinya (Sari dan Santoso, 2019). Cara untuk menjaga agar UMKM dapat selalu menjadi tulang punggung ekonomi bangsa adalah dengan menerapkan teknologi dalam proses aktivitasnya (Wisswani, 2017).

Pemasaran produk dapat dilakukan di berbagai media sosial yang banyak diminati oleh para calon pembeli. Jika dulu promosi melalui media tradisional (Situasi, 2020). Media sosial tersebut diantaranya Instagram, Whatsapp, Facebook Group, Twitter, dan Marketplace. Selain media sosial dan marketplace, pemasaran bisa dilakukan melalui Google Maps. Dengan adanya sosial media tersebut pelaku usaha memanfaatkan sosial media dengan mengunggah gambar maupun video yang berisi konten tentang produk yang akan dijual (Dan et al., 2020).

Marketplace yang menjadi pilihan pelaku usaha Ekonomi Kreatif dan UMKM antara lain berbagai brand yang sudah sangat terkenal memanfaatkan bisnis yang ada diantaranya Bukalapak, Shopee, Tokopedia, Akulaku, Lazada, Tiktok dan lain sebagainya. Bagi UKM hendaknya segera menghubungkan bisnisnya dengan dunia digital guna mengoptimalkan dan memanfaatkan proses promosi bisnis yang pada akhirnya berdampak pada perkembangan bisnisnya (Setiawan, 2018). Strategi dalam hal pemasaran akan lebih efektif jika dilakukan dengan bantuan orang-orang yang sangat berpengaruh besar dengan skema endorse. Endorsement dilakukan oleh artis atau selebgram ternama yang memiliki jumlah netizen atau followers terbanyak sehingga akan sangat membantu dalam peluang bisnis yang kita jalankan, sehingga ikut serta dan terlibat langsung dalam mengiklankan dan mempromosikan produk-produk pelaku Ekonomi Kreatif dan UMKM ke media sosialnya.

Media WhatsApp for Business (selanjutnya disebut dan erat kaitannya dengan WhatsApp business) juga memberikan berbagai macam keunggulan jika dibandingkan dengan WhatsApp biasa. Whatsapp bisnis dapat diberikan beberapa tambahan dari berbagai item dan aturan yang ada pada whatsapp bisnis baik melalui profile penggunaanya seperti nomor telepon, dapat membalas chat secara otomatis, menambahkan deskripsi dan detail dari bisnis yang akan kita kelolah sehingga para pelaku bisnis sangat tertarik dengan adanya rangkaian yang ada pada pengkategorian bisnis. Ada juga beberapa fitur lain dari WhatsApp bisnis. Jika pelaku kreatif dan UKM menggunakan whatsapp bisnis, calon customer akan lebih tertarik untuk membeli dan nilai perusahaan industri dan perusahaan lainnya akan lebih prestisius dibandingkan whatsapp biasa.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pasca Covid -19 kondisi ekonomi kreatif dan UMKM bagi para pelaku usaha di Kabupaten Gowa menurun. Dalam hal ini dibutuhkan pemberdayaan. Pemberdayaan dilakukan sebagai upaya untuk membangun kemampuan masyarakat, mendorong, memotivasi, membangkitkan kesadaran potensi yang dimiliki, serta mengimplementasikannya dengan tindakan-tindakan nyata. Dalam hal ini dibutuhkan pemberdayaan melalui aspek digitalisasi hukum, dan digitalisasi ekonomi. Oleh karena itu, Sangat dibutuhkan Kerjasama dan sinergisitas positif dari kalangan akademisi dengan Pemerintah Daerah beserta masyarakat di Kabupaten Gowa. Bagi akademisi, program pemberdayaan ini sebagai

bentuk pelaksanaan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Bagi Pemerintah Daerah beserta masyarakat di Kabupaten Gowa, program pemberdayaan ini sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi.

Diharapkan kepada Pemerintah Daerah Kabupaten Gowa melakukan pembinaan dan tahap sosialisasi secara komprehensif terhadap komponen masyarakat luas hingga ke pelosok desa-desa tentang kemudahan seseorang dalam usaha bagi pelaku-pelaku terkait ekonomi kreatif dan pelaku usaha UMKM. Pelaku yang terlibat dalam usaha ekonomi kreatif dan UMKM agar selalu berpartisipasi langsung dalam program pemerintah untuk mendukung peningkatan pendapatan bagi UMKM. Seyogianya pelaku usaha Ekonomi Kreatif dan UMKM dapat segera beralih secara penuh dari media secara konsisten ke media digital, baik melalui media sosial maupun website untuk mengoptimalkan fasilitas dan waktu.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih penulis sampaikan kepada Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Pfabri Makassar yang telah memberikan surat tugas dalam program pemberdayaan ini. Terimakasih kepada Pemerintah Daerah beserta masyarakat di Kabupaten Gowa, khususnya para pemuda-pemudi yang telah berpartisipasi dan berkontribusi dalam mendukung serta memberikan informasi maupun data-data empirik melalui program ini. Terimakasih kepada Lembaga Pengelola dan Publikasi Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka (JPMB).

Daftar Pustaka

- As'ad Sonief, A., Nuraini, Y., & Arief Setyabudi, S. (2019). Digitalisasi Industri Kecil dan Produk Pertanian Daerah Upaya Untuk Pemberdayaan Masyarakat di Desa Karangbendo Kecamatan Rogojampi Kabupaten Banyuwangi. *Journal of Innovation and Applied Technology*,5(1),842–847.
- Dan, D., Seiri, I., Pada, S., Jenang, U., Kudus, A., Hikmah, N., Aziz, M. A., & Khoiriyah, N. (2020). Digitalisasi dan implementasi 5s. 1(1).
- Diningrat, D. S., Maulana, B., & Gultom, E. S. (2017). Digitalisasi UMKM Makanan Sehat Desa Sakhuda Bayu Kabupaten Simalungun Sumatera Utara. *September*, 237–241.
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. *Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers "Pengembangan Sumber Daya Pedesaan dan Kearifan Lokal Berkelanjutan IX,"* 9(1), 195–204.
- Prabowo, H. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Desa Melalui Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Menuju Koperasi Berbasis It. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 17<https://doi.org/https://journal.febi.uinib.ac.id/index.php/maqdis/article/view/15>.
- Sari, R. P., & Santoso, D. T. (2019). Pengembangan Model Kesiapan UMKM di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Media Teknik & Sistem Industri*, 3(1), 37–42.
- Setiawan, B. (2018). Edukasi E-Commerce Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
- Setiyawan. (2013). Pengaruh Tingkat Pengetahuan Pelaku UMKM Terhadap Digitalisasi dalam Bidang Pemasaran. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53 (9), 1689–1699.
- Situasi, A. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Desa Sobangan. 01 (01), 34–41.
- Wisswani, N. W. (2017). Prototype Teknologi Rantai Informasi Berbasis Web Bagi Umkm. 42–46.