

Digitalisasi Produk Ekonomi Kreatif: Upaya Membangun Wirausaha Inovatif di Masa dan Pasca Pandemi Covid 19 Bagi Masyarakat Desa Alale Kabupaten Bone Bolango

Nurwan*¹, Resmawan²

^{1,2}Program Studi Matematika, Fakultas MIPA, Universitas Negeri Gorontalo

*e-mail: nurwan@ung.ac.id¹, resmawan@ung.ac.id²

Abstract

The Covid-19 pandemic has speared almost all country in the world, including Indonesia. The impact of the Covid-19 pandemic in various aspects of life, including economic problems. Some small and medium industries suffered a lot, but not a few are taking advantage of these situations to gain profits through creativity and digital innovation. In response to the existing conditions, efforts to assist the community of small and medium business actors and other community groups to digitize the creative economy in order to develop innovative entrepreneurs. The aim of this activity is to provide solutions for business groups and the general public to improve the economy during pandemic and post the Covid-19 pandemic. The form of activity in this service is training on the use of information technology (social media) in supporting creative economic activities such as product design, digital marketing and building business networks.

Keywords: Digitalization, Creative of Economy, Covid-19 Pandemic, Innovative of Entrepreneur

Abstrak

Pandemi Covid-19 telah melanda hampir seluruh negara di dunia termasuk indonesia. Dampak pandemi Covid-19 melanda berbagai sendi kehidupan termasuk masalah ekonomi. Beberapa industri kecil dan menengah mengalami keterpurukan yang sangat serius, namun tidak sedikit pula kalangan yang memanfaatkan situasi pandemi untuk meraih keuntungan melalui kreativitas dan inovasi digital. Menyikapi kondisi yang ada, maka upaya pendampingan masyarakat pelaku usaha kecil menengah maupun kelompok masyarakat lainnya untuk melakukan digitalisasi ekonomi kreatif dalam rangka mengembangkan wirausaha inovatif. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah memberikan solusi bagi kelompok usaha maupun masyarakat umum untuk meningkatkan perekonomian di masa pandemi maupun pasca pandemi Covid-19. Bentuk kegiatan dalam pengabdian ini adalah pelatihan pemanfaatan teknologi informasi (media sosial) dalam mendukung kegiatan ekonomi kreatif seperti desain produk, pemasaran maupun membangun jejaring bisnis.

Kata kunci: Digitalisasi, ekonomi kreatif, pandemi Covid-19, Wirausaha Inovatif

1. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 telah meluas dan melanda hampir seluruh negara di dunia termasuk Indonesia. Dampak pandemi Covid-19 sangat dirasakan dalam berbagai sendi kehidupan seperti pendidikan, pariwisata, ekonomi, dan lain sebagainya. Khusus masalah ekonomi, dampak pandemi sangat dirasakan oleh elemen pelaku usaha kecil maupun perusahaan-perusahaan ternama di Indonesia. Beberapa industri kecil dan menengah mengalami keterpurukan yang sangat serius, namun tidak sedikit pula kalangan yang memanfaatkan situasi pandemi untuk meraih keuntungan melalui usaha dan kreatifitas. Dampak virus corona (Covid-19) semakin memperluas ketimpangan yang sudah ada sebelumnya, terutama ketimpangan berbasis gender di Indonesia. Bukti yang muncul menyoroti dampak sosial ekonomi yang tidak proporsional dari Covid -19 pada perempuan dan anak perempuan di Indonesia (Julliand, 2020). Penelitian (Baker & Judge, 2020) menyebutkan bahwa usaha mikro kecil menengah menjadi salah satu bidang usaha yang sangat terdampak selama pandemi Covid-19.

Organisasi kesehatan dunia atau WHO, bersama Organisasi Buruh Internasional atau ILO, Organisasi Pangan dan Pertanian atau FAO dan organisasi Dana Internasional untuk Pengembangan Agrikultural atau IFAD merilis data pada bulan Oktober 2020 menyatakan bahwa telah terjadi pergerakan sosial ekonomi masyarakat yang disebabkan oleh pandemi

Covid-19 amat besar. Tingkat kemiskinan sampai pada kategori amat miskin dan penderita masyarakat kurang gizi di dunia mencapai angka 690 juta orang dan diperkirakan akan mengalami kenaikan sebesar 132 juta lagi sampai akhir 2020 (Aditama, 2021). Kementerian ketenagakerjaan merilis data pada tanggal 7 april 2020 dampak dari pandemi Covid-19 sangat dirasakan oleh berbagai perusahaan. Perusahaan yang bergerak di sektor formal tercatat 39.977 perusahaan melakukan pemutusan hubungan kerja dan mempekerjakan karyawannya dari rumah. Jika ditotal dari jumlah karyawan yang terdampak tercatat sekitar 1.010.579 orang pekerja. Sementara itu, perusahaan yang bergerak di sektor informal sebanyak 34.453 perusahaan dan 189.452 orang pekerja (Rizal, 2020).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha masyarakat yang skala perekonomiannya menengah ke bawah. (Arifqi, 2021). UMKM menjadi salah satu sektor yang dapat dimanfaatkan dalam situasi pandemi Covid-19 untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan melibatkan sektor industri maupun sektor desain sebagai media promosi.

Pemerintah melalui kementerian terkait telah melakukan upaya dalam rangka menekan angka kemiskinan yang ditimbulkan akibat pandemi Covid-19. Diantaranya pembagian Bantuan Langsung Tunai (BLT), Kartu Pra Kerja, bantuan sosial oleh pemerintah provinsi dan kabupaten/kota, serta distribusi kuota internet bagi siswa dan mahasiswa. Namun upaya ini masih belum sepenuhnya memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat.

Kenyataan yang nampak di masyarakat bahwa kalangan remaja maupun orang dewasa sudah menggunakan smartphone. Namun pemanfaatan Smartphone yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas dan aplikasi masih digunakan hanya sebatas bermedia sosial, dan bermain game. Kebanyakan masyarakat yang menggunakan smartphone terkoneksi internet masih pada batas bermedia sosial (facebook, twitter dan instagram) dan sebagai media komunikasi (telepon, sms, dan WA dll) (Nurwan, Achmad, & Resmawan, 2018). Masyarakat di Indonesia masih pada kategori pengguna internet pasif. Dengan kata lain, masih sebatas pengguna yang konsumtif terhadap aplikasi-aplikasi yang ditawarkan dalam teknologi digital tanpa dimanfaatkan secara optimal (Candrasari, Claretta, & Sumardjajati, 2020). Media komunikasi smartphone belum dimanfaatkan dalam hal digitalisasi ekonomi kreatif sebagai upaya menghadapi dampak pandemi Covid-19.

Menyikapi kondisi diatas, maka diperlukan sebuah upaya pendampingan bagi pelaku usaha kecil menengah maupun kelompok masyarakat lainya untuk melakukan inovasi digital dalam rangka mengembangkan ekonomi kreatif atau mengembangkan bisnis berbasis online. Digitalisasi ekonomi kreatif atau membangun ekonomi atau bisnis berbasis online diharapkan menjadi solusi bagi kelompok usaha maupun masyarakat umum untuk meningkatkan perekonomian di masa pandemi maupun pasca pandemi Covid-19.

Tantangan utama dalam rangka digitalisasi ekonomi kreatif adalah kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM). Kompetensi SDM menjadi kata kunci untuk memperoleh keunggulan bersaing pada industri yang memiliki karakteristik persaingan bisnis yang tinggi dan teknologi yang berkembang cepat (Chodorek, 2012). Kompetensi yang berkaitan dengan kemampuan teknologi digital menjadi fondasi dasar untuk mendukung digitalisasi produk ekonomi kreatif. SDM yang inovatif dan kreatif sangat penting agar proses dan produk akhir yang dihasilkan memiliki ciri khas dan keunikan tersendiri dibanding dengan produk yang sudah beredar dipasaran. Kemampuan ini dapat diwujudkan melalui pelatihan dan pendampingan dari berbagai pihak termasuk perguruan tinggi.

Kehadiran perguruan tinggi sebagai instansi yang memiliki salah satu tugas adalah pengabdian kepada masyarakat, diharapkan dapat membantu masyarakat terutama yang terkena dampak pandemi Covid-19. Bentuk kegiatan yang direncanakan berupa "Digitalisasi Produk Ekonomi Kreatif: Upaya Membangun Wirausaha Inovatif dimasa dan Pasca Pandemi Covid-19 bagi Masyarakat Desa Alale Kabupaten Bone Bolango". Kegiatan pelatihan inovatif selama pandemi Covid-19 telah dilakukan diantaranya Inovatif Saat Pandemi Covid "Pelatihan Kewirausahaan" (Aulia Rahmi, Ismanto, & Zainuddin Fathoni, 2020).

Kegiatan ini menitikberatkan pada pemanfaatan *smartphone* dan media sosial bagi pelaku usaha kecil menengah dan atau kelompok masyarakat dalam mengembangkan usaha mandiri berbasis digital. Materi kegiatan berupa digital marketing dengan memanfaatkan media sosial dan desain grafis untuk mendukung peningkatan kualitas produk maupun pemasarannya. Selain itu, pendampingan dan pelatihan yang akan diberikan dapat merubah perilaku masyarakat khususnya anak-anak untuk mengurangi interaksi dengan *smartphone* seperti bermain game atau aktivitas negatif lainnya..

2. METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan. Materi kegiatan pelatihan berupa pemanfaatan media sosial untuk menunjang kelangsungan ekonomi dimasa dan pasca pandemi Covid-19 berupa pengembangan konten bisnis online. Hal ini bertujuan agar produk ekonomi kreatif yang dihasilkan dapat dipasarkan secara luas melalui media sosial dan mampu membangun relasi bisnis yang lebih luas. Kemudian, materi selanjutnya adalah bagaimana peserta memahami digital marketing yang baik. Serta pemanfaatan beberapa aplikasi desain grafis sebagai penunjang dalam memngembangkan wirausaha secara online.

Setelah penyampaian materi selesai, peserta diberikan kesempatan untuk melakukan praktek pembuatan akun media sosial dengan tampilan akun bisnis dan. Pada bagian akhir pelatihan, peserta diberikan kesempatan untuk mencoba menggunakan aplikasi desain grafis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Alale Kecamatan Suwawa Timur kabupaten Gorontalo. Peserta dalam kegiatan ini adalah aparat pemerintah desa, karang taruna desa Alale, pelaku usaha dan mahasiswa. Kegiatan ini diawali dengan pembukaan yang dihadiri oleh pimpinan Jurusan Matematika FMIPA Universitas Negeri Gorontalo dan Kepala Desa Alale (Gambar 1).



Gambar 1. Pembukaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Hasil dari kegiatan ini adalah peningkatan ekonomi masyarakat melalui pengembangan wirausaha berbasis digital selama dan pasca pandemi Covid-19. Kemajuan teknologi informasi saat ini, belum dimanfaatkan secara optimal dalam peningkatan ekonomi masyarakat terutama dalam pengembangan bisnis online atau pemasaran produk ekonomi kreatif. Pemanfaatan *smartphone* hanya digunakan untuk media sosial secara konvensional. Kegiatan ini dapat merubah pola pikir masyarakat terhadap media sosial, termasuk dimasa pandemi Covid-19 seperti saat ini.



Gambar 2. Penyampaian Materi oleh Narasumber

Selama pelatihan berlangsung, peserta pelatihan dipandu untuk membuat akun bisnis untuk media sosial facebook dan instagram (IG) terlihat pemateri menyampaikan menjelaskan tentang pemanfaatan fitur-fitur yang ada pada media sosial tersebut untuk mendukung bisnis yang dikembangkan atau mendukung proses pemasaran produk ekonomi kreatif yang sudah digeluti oleh peserta (Gambar 2).



Gambar 3. Peserta Menyimak dan Melakukan Praktek terhadap Materi

Selama proses pelatihan, dilakukan evaluasi melalui beberapa pertanyaan diantaranya “apakah peserta pernah mengikuti pelatihan digitalisasi ekonomi kreatif”. Secara keseluruhan menjawab belum pernah. Kemudian pertanyaan lainnya “Apa saja yang dilakukan dengan media sosialnya?” peserta menjawab hanya sebagai media komunikasi dan mengupdate status saja. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial masih sebatas pengguna pasif atau konvensional saja. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mulai paham bahwa begitu banyak fitur-fitur yang tersedia pada media sosial yang dapat dijadikan alat untuk mengembangkan usaha yang inovatif dan kreatif untuk menunjang perekonomian selama dan pasca pandemi Covid-19 (gambar 3).

Salah satu aplikasi yang diperkenalkan selama pelatihan adalah aplikasi desain grafis *CANVA* (Gambar 4). Aplikasi ini memberikan kemudahan kepada pengguna khususnya pemula untuk melakukan desain untuk meningkatkan daya tarik produk atau pemasaran.



Gambar 4. Materi Pelatihan

Diakhir kegiatan pelatihan, narasumber memberikan beberapa hasil desain menggunakan CANVA dengan harapan peserta bisa melakukan desain yang sesuai dengan produk atau bisnis yang dikembangkan, serta kata-kata inovatif yang bisa memberikan semangat kepada seluruh peserta (Gambar 5).



Gambar 5. Hasil Desain Narasumber yang Disampaikan ke Peserta

Hasil dari kegiatan ini adalah meningkatnya pengetahuan dan pemahaman masyarakat atau peserta pelatihan tentang pemanfaatan media sosial untuk menunjang pengembangan wirausaha berbasis digital. Digitalisasi dalam hal desain produk, media pemasaran produk berupa konten online atau media promosi hasil ekonomi kreatif atau wirausaha lainnya.

4. KESIMPULAN

Peserta sangat antusias mengikuti materi yang diberikan karena selama ini pemanfaatan media sosial masih bersifat konvensional atau sebatas media komunikasi saja. Dengan adanya pelatihan ini, maka peluang mengembangkan wirausaha digital selama dan pasca pandemi Covid-19 sangat terbuka dengan memanfaatkan media sosial dan aplikasi pendukungnya seperti aplikasi untuk desain grafis. Kegiatan pengabdian selanjutnya dapat berupa pembentukan desa berbasis ekonomi digital untuk menunjang program nasional membangun dari desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas MIPA Universitas Negeri Gorontalo telah memberi dukungan melalui dana PNPB tahun 2021 terhadap kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, T. Y. (2021). *Dampak Ekonomi Pandemi Covid-19*. Retrieved from <https://analisis.kontan.co.id/news/dampak-ekonomi->
- Arifqi, M. M. (2021). Pemulihan Perekonomian Indonesia Melalui Digitalisasi UMKM Berbasis Syariah di Masa Pandemi Covid-19. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(2), 192–205. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i2.311>
- Aulia Rahmi, V., Ismanto, H., & Zainuddin Fathoni, M. (2020). Inovatif Saat Pandemi Covid Melalui Pelatihan Kewirausahaan Khas Perempuan Berbahan Sampah “Kolaborasi BUMDes dan Warga.” *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 418–425. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i3.4632>
- Baker, T., & Judge, K. (2020). How to Help Small Businesses Survive COVID-19. *SSRN Electronic Journal*, 620. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3571460>
- Candrasari, Y., Claretta, D., & Sumardjajati. (2020). Pengembangan Dan Pendampingan Literasi Digital Untuk Peningkatan Kualitas Remaja Dalam Menggunakan Internet. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 611–618. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i4.4003>
- Chodorek, M. (2012). The Place and Role of Talent Management in the Positive Organizational Potential: An Empirical Study of Companies Operating in Poland. *Competition Forum*, 10(2), 15.
- Julliand, V. (2020). *Memfaatkan Digitalisasi Untuk Menghadapi Covid 19: Sebuah Studi Kasus tentang Usaha Mikro dan Kecil Milik Perempuan di Indonesia*.
- Nurwan, Achmad, N., & Resmawan. (2018). Pemanfaatan Smartphone dan Laptop Pribadi Menuju Smart Teacher dan Smart Society di Desa Monggupo Kecamatan Atinggola Kabupaten Gorontalo Utara. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(1), 39–47.
- Rizal, J. G. (2020). Pandemi Covid-19, Apa Saja Dampak pada Sektor Ketenagakerjaan Indonesia? Retrieved from <https://www.kompas.com/tren/read/2020/08/11/102500165/pandemi-Covid-19-apa-saja-dampak-pada-sektor-ketenagakerjaan-indonesia-?page=all> website: <https://www.kompas.com/tren/read/2020/08/11/102500165/pandemi-Covid-19-apa-saja-dampak-pada-sektor-ketenagakerjaan-indonesia-?page=all>