

# **PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS TEKNOLOGI DIGITAL DAN EKONOMI KREATIF DI DESA KUTAMAKMUR**

Amalia Priani

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Email : [Mn19.amaliapriani@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:Mn19.amaliapriani@mhs.ubpkarawang.ac.id)

## **Abstrak**

Di era digital ini, teknologi informasi sudah menjadi bagian dari keseharian manusia dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari, baik aktivitas akademis, bisnis, dan sebagainya. Sistem penjualan online atau yang biasa disebut dengan toko online saat ini begitu marak dibicarakan para penggiat bisnis. Persaingan yang semakin ketat membuat para pebisnis memutar otak untuk dapat menghadapi para pesaingnya, diantaranya adalah dengan membuat toko online sebagai media promosi dan penjualan produk atau jasanya. Dengan adanya toko online ini, para pebisnis berharap dapat melakukan kegiatan bisnisnya dimanapun dan kapanpun. Selain itu, untuk para konsumen pun, toko online ini dapat dijadikan alternatif saattidak mempunyai banyak waktu untuk membeli sesuatu secara langsung. Ekonomi kreatif merupakan wujud dari upaya mencari pembangunan-pembangunan berkelanjutan yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbaru melalui kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi yang utama salah satu bidang ekonomi kreatif yang cukup berkembang saat ini adalah bidang kuliner penelitian ini ditujukan untuk pengembangan ekonomi kreatif pada UMKM Desa Kutamakmur. Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang merupakan bagian terpenting dari sektor ekonomi sangat merasakan dampaknya. Inilah yang dikhawatirkan oleh semua pihak, karena telah membuat sektor UMKM mengalami kemunduran yang cukup signifikan. Dalam pemasaran produk, UMKM di Desa Kutamakmur masih memasarkan produknya secara konvensional, sehingga teknologi digital ataupun digital marketing ini masih belum dapat diterapkan oleh UMKM di Desa Kutamakmur untuk meningkatkan potensi dari ekonomi tersebut. Solusi untuk menunjang kegiatan UMKM yang ada di Desa Kutamakmur untuk meningkatkan pemasaran produk adalah dengan mengaplikasikan teknologi digital dan ekonomi kreatif seperti e-commerce ataupun media sosial yang dijadikan sebagai digital marketing. Dalam

artikel ini topik utama yang akan dibahas adalah “Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi Digital dan Ekonomi Kreatif Di Desa Kutamakmur”. Dengan begitu, akan diketahui bahwa pengembangan UMKM Berbasis teknologi digital dan ekonomi di Desa Kutamakmur. Pengembangan UMKM berbasis digital di Desa Kutamakmur harus memperhatikan banyak hal terutama perihal konten kreatif. Sebab di era yang serba digital seperti sekarang, konten kreatif merupakan pilar utama agar dapat bersaing di ranah digital. Peranan platform media sosial juga telah menjadi tumpuan utama para pelaku UMKM.

***Kata Kunci : Teknologi Digital, Ekonomi Kreatif***

## PENDAHULUAN

Di era digital ini, teknologi informasi sudah menjadi bagian dari keseharian manusia dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari, baik aktivitas akademis, bisnis, dan sebagainya. Ekonomi kreatif merupakan wujud dari upaya mencari pembangunan- pembangunan berkelanjutan yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbaru melalui kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi yang utama salah satu bidang ekonomi kreatif yang cukup berkembang saat ini adalah bidang kuliner penelitian ini ditujukan untuk pengembangan ekonomi kreatif pada UMKM Desa Kutamakmur.

Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang merupakan bagian terpenting dari sektor ekonomi sangat merasakan dampaknya. Inilah yang dikhawatirkan oleh semua pihak, karena telah membuat sektor UMKM mengalami kemunduran yang cukup signifikan. Saat ini banyak UMKM yang mengalami berbagai permasalahan seperti penurunan penjualan, permodalan, distribusi terhambat, kesulitan bahan baku dan masih banyak lagi.

Berdasarkan survei Asian Development Bank (ADB) terkait terhadap UMKM di Indonesia, 88% usaha mikro kehabisan kas atau tabungan, dan lebih dari 60% usaha mikro ini sudah mengurangi tenaga kerjanya. Meski begitu, ada tiga kendala yang dihadapi oleh UMKM yaitu: pertama, pelaku UMKM masih terkendala pada kapaistas produksi barang. Bahkan tidak sedikit UMKM yang justru gagal di pasar digital.

Kedua, kualitas daya tahan pelaku UMKM yang masih belum merata, karena di pasar digital ini para pelaku UMKM harus dapat bersaing dengan perusahaan besar yang juga beralih menggunakan platform digital. Ketiga, diperlukan penguatan edukasi literasi digital dan penguatan sumber daya manusia para pelaku usaha UMKM (Suwarni etal., 2019)

Dunia digital saat ini diprediksi akan menjadi salah satu poin yang krusial bagi seluruh aktivitas yang dilakukan manusia, termasuk aktivitas dalam dunia bisnis. Beberapa indikator yang bisa digunakan saat ini antara lain naiknya pengeluaran iklan digital, naiknya perkembangan kepemilikan smartphone yang bisa menyediakan kemudahan akses internet, perbaikan infrastruktur telekomunikasi dalam rangka peningkatan kualitas akses data (Utomo, 2016).

Pesatnya perkembangan teknologi digital berimbas pada dunia pemasaran dimana tren pemasaran beralih dari yang semula konvensional berubah menjadi digital. Strategi digital marketing ini lebih prospektif karena memungkinkan para calon pelanggan untuk memperoleh segala macam informasi mengenai produk dan dapat bertransaksi melalui internet. Oleh karena itu, diperlukan model kewirausahaan yang bisa beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Hal inilah yang kemudian dapat melahirkan model kewirausahaan digital. Model bisnis ini berasal dari kombinasi teknologi digital dan kewirausahaan yang kemudian menghasilkan fenomena karakteristik baru dalam dunia bisnis.

Dalam hal ini, peran teknologi digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap suatu unit bisnis maupun usaha yang dibuat. Paradigma teknologi yang muncul memanfaatkan potensi kolaborasi dan kecerdasan kolektif untuk merancang dan meluncurkan inisiatif kewirausahaan yang lebih kuat dan berkelanjutan. Upaya pengembangan teknologi digital untuk UMKM perlu diperhatikan beberapa hal diantaranya yaitu: kualitas produksi, kapasitas produksi dan literasi digital. Ketiga hal tersebut harus diperhatikan oleh UMKM, agar usaha yang dibuka di ranah digital bisa bertahan lama.

Dalam pemasaran produk, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Kutamakmur masih memasarkan produknya secara konvensional, sehingga teknologi digital ataupun digital marketing ini masih belum dapat diterapkan oleh UMKM di Desa Kutamakmur untuk meningkatkan potensi dari ekonomi di desa tersebut. Desa Kutamakmur sendiri merupakan desa pemekaran dari Desa Bolang pada tahun 1982, Kecamatan Tirtajaya, adapun luas wilayah Desa Kutamakmur yaitu 360 (Ha) dengan jumlah penduduk desa yaitu

6.462 jiwa. UMKM dan sumber daya alam yang terdapat di Desa Kutamakmur yaitu pertanian, peternakan, perkebunan, dan lahan tahan adapun untuk UMKM di Desa Kutamakmur bergerak di bidang makanan tradisional urab jagung, kripik pisang, wajit, dan semprong.

Solusi untuk menunjang kegiatan UMKM yang ada di Desa Kutamakmur untuk meningkatkan pemasaran produk saat ini adalah dengan mengaplikasikan teknologi digital seperti e-commerce ataupun media sosial bahkan mungkin startup yang dijadikan sebagai digital marketing. Digital marketing sendiri merupakan sebuah memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. Sehingga kedepannya para pelaku UMKM yang ada di Desa Kutamakmur bisa ikut terbantu dalam pemasaran produknya dan dapat berkembang lebih pesat karena adanya peran teknologi digital. Dengan begitu, pengembangan UMKM dengan memanfaatkan teknologi digital ini akan kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan mendorong UMKM agar bisa bertahan dan bertahan lama pula di pasar digital. Selain itu diperlukan kerjasama dalam pemanfaatan inovasi dan teknologi yang dapat menunjang perbaikan mutu dan daya saing produk, dimulai dari proses pengolahan produk hingga pemasaran produk.

## **METODE**

Tempat kajian ini dilakukan di Desa Kutamakmur, Kecamatan Tirtajaya, Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Pelaksanaan pembuatan artikel KKN dimulai pada tanggal 01 Agustus 2022 dan selesai pada tanggal 14 Agustus 2022, adapun target atau sasaran yang ingin dicapai yaitu para pelaku UMKM yang ada di Desa Kutamakmur. UMKM yang ada di Desa Kutamakmur sendiri bergerak di bidang makanan tradisional dan perikanan berupa ikan cue, kripik pisang, urabjagunh dan lain-lain. Artikel ini menggunakan pendekatan studi kepustakaan dengan menganalisa semua informasi yang ada mengenai topik penelitian.

Penelitian kepustakaan merupakan suatu jenis penelitian yang digunakan dalam pengumpulan informasi dan data secara mendalam melalui berbagai literatur, seperti buku, catatan, majalah, referensi lainnya, serta hasil penelitian sebelumnya yang relevan untuk mendapatkan jawaban dan landasan teori mengenai masalah yang akan di teliti. Dalam

artikel ini judul utama yang akan dibahas adalah “Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi Digital Dan Ekonomi Kreatif Di Desa Kutamakmur”. Dengan begitu, akan diketahui bahwa peran teknologi digital untuk pengembangan UMKM di Desa Kutamakmur.

Metode atau prosedur yang mencangkup beberapa hal yang berkaitan dalam artikel ini mengedepankan studi kepustakaan, yakni: Tahap pertama, mengamati dan menganalisa berdasarkan fenomena yang terjadi terkait topik yang diangkat. Tahap kedua, menentukan fokus penelitian berdasarkan informasi yang telah diperoleh dan didapatkan dari kajian literatur. Selanjutnya masuk ke tahap ketiga, sumber data yang dikumpulkan berupa informasi atau data empirik yang bersumber dari buku-buku, jurnal, hasil laporan penelitian dan literatur lain yang dapat memberi ruang lingkup penelitian baru. Pada tahap keempat, yakni menelaah berbagai sumber kepustakaan untuk dapat memperoleh hasil yang maksimal sehingga dapat menemukan ide-ide baru yang terkait topik penelitian. Kemudian pada tahap kelima, menganalisa catatan penelitian dari berbagai literatur untuk kemudian mendapatkan suatu kesimpulan yang disusun dalam bentuk laporan dengan sistematika penulisan yang berlaku.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Subjek dalam artikel ini adalah pelaku UMKM di Desa Kutamakmur, yang memproduksi berbagai macam makanan tradisional dan perikanan. Pengembangan UMKM di Desa Kutamakmur masih terkendala beberapa hal terutama dalam pemasaran produk dan jasa. Kendala tersebut mulai dari manajemen produk (Packaging dan Branding) hingga teknik pemasaran.

Pengembangan UMKM berbasis digital di Desa Kutamakmur harus memperhatikan banyak hal terutama perihal konten kreatif. Sebab di era yang serba digital seperti sekarang, konten kreatif merupakan pilar utama agar dapat bersaing di ranah digital. Pelaku UMKM di Desa Kutamakmur harus didorong untuk dapat memahami karakter dari teknologi digital itu sendiri terutama media sosial.

Dalam konteks media sosial, konten kreatif menjadi hal utama agar produk yang ditampilkan bisa menarik perhatian para konsumen. Oleh sebab itu, para pelaku UMKM harus bisa mengerti dan paham mengenai konten kreatif dalam pemasaran digital. Beberapa

studi telah menyebutkan bahwa konten kreatif dapat menarik perhatian yang tinggi dari para konsumen (Arianto, 2015).

Konten kreatif bisa berasal dari produk maupun jasa dari UMKM itu sendiri, maupun konten kreatif yang dapat menunjang produk dan jasa yang dihasilkan. Strategi pengembangan digitalisasi UMKM di Desa Dukuhkarya meliputi beberapa tahapan, dapat dilihat pada gambar 1.1.



Gambar 1.1 Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM

Tahap pertama, peningkatan sumber daya manusia dengan mempersiapkan pelaku UMKM di Desa Kutamakmur agar kapasitasnya bisa meningkat, dikarenakan kualitas sumber daya manusia menjadi hal utama bagi pengembangan UMKM di era digitalisasi. Oleh karenanya, tidak sedikit pelaku UMKM di Desa Kutamakmur yang masih banyak terkendala dalam penggunaan digitalisasi dan media sosial karena minimnya pengetahuan.

Tahap kedua, mengintervensi perbaikan proses bisnis pelaku UMKM yang ada di Desa Kutamakmur kemudian diturunkan ke dalam beberapa program. Selanjutnya masuk pada tahap ketiga, perluasan akses pasar yang salah satunya mendorong sinergitas agar pelaku UMKM di Desa Kutamakmur dapat mengembangkan produknya untuk ikut berlabuh ke platform digital dan bisa bertahan lama di pasar digital. Selain itu, diperlukan solusi mitigasi dan pemulihan yakni dengan menciptakan stimulus pada sisi permintaan dan mendorong platform digital untuk memperluas kemitraan.

Selain itu diperlukan juga kerjasama dalam pemanfaatan inovasi dan teknologi yang dapat menunjang perbaikan mutu dan daya saing produk, dimulai dari proses pengolahan produk hingga pemasaran produk. Dengan percepatan transformasi pemanfaatan teknologi digital untuk UMKM di Desa Kutamakmur nantinya dapat mendorong para generasi milenial untuk bisa ikut terlibat dalam

Perluasan akses pasar kewirausahaan digital. Hadirnya startup yang mengusung tema UMKM akan dapat membangun sinergitas yang dapat membuat transformasi pemanfaatan teknologi digital untuk UMKM bisa lebih cepat.

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Teknologi digital memiliki peranan yang sangat besar pada bisnis dan pemasaran UMKM. Perkembangan teknologi digital yang kian pesat, selain menjadi tantangan bagi dunia usaha, disisi lain juga menjadi sebuah peluang dan potensi yang sangat besar bagi peningkatan ekonomi dan bisnis. Para pelaku UMKM harus bisa mengikuti tren perubahan dengan memanfaatkan teknologi digital untuk mendorong kegiatan bisnis untuk tetap bertahan dan meningkatkan daya saing dan

Membuat Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Desa Kutamakmur mengalami stagnan. Perkembangan teknologi digital yang kian pesat, selain menjadi tantangan bagi dunia usaha, disisi lain juga menjadi peluang dan potensi yang sangat besar bagi peningkatan ekonomi dan bisnis. Pelaku UMKM di Desa Kutamakmur harus bisa mengikuti tren perubahan dengan memanfaatkan teknologi informasi untuk mendorong kegiatan bisnis sekaligus meningkatkan daya saing. Peranan platform media sosial juga telah menjadi tumpuan utama para pelaku UMKM.

Tetap bisa bertahan. Selain itu, dengan pemanfaatan teknologi digital yang optimal, UMKM di Desa Kutamakmur dapat membangun bisnis dan meraih keuntungan yang besar dengan modal yang kecil. Teknologi digital juga dapat membantu UMKM agar melebarkan jangkauan target bisnisnya, dari yang sebelumnya hanya sekitar lingkungan tempat UMKM Desa Kutamakmur hingga menjadi lebih luas lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

Arianto, B. (2020). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 233–247.

Chaerani, D., Talytha, M. N., Perdana, T., Rusyaman, E., & Gusriani, N. (2020). Pemetaan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Pada Masa Pandemi Covid-19 Menggunakan Analisis Media Sosial Dalam Upaya Peningkatan Pendapatan. *Dharmakarya*, 9(4), 275.  
<https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v9i4.30941>

Kholidah, N., & Hakim, M. R. (2018). Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 181–197.

Krisnawati, D. (2018). Peran Perkembangan Teknologi Digital Pada Strategi Pemasaran Dan Jalur Distribusi Umkm Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 6(1).  
<https://doi.org/10.35137/jmbk.v6i1.175>

Sulaksono, J. (2020). Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umk) Desa Tales Kabupaten Kediri. *GenerationJournal*, 4(1), 41–47.  
<https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.1390>