

Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Untuk Menumbuhkan UMKM di Desa Bila Kabupaten Wajo

Andi Yuniarti¹, Andi Nurwana², Aldi Setiawan³
^{1,2,3}Institut Ilmu Hukum dan Ekonomi Lamaddukelleng

Abstrak

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di desa merupakan aspek vital dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi lokal dan mempromosikan keberlanjutan sosial. Artikel ini mengeksplorasi peran sosialisasi ekonomi kreatif sebagai strategi untuk menumbuhkan UMKM di desa. Sosialisasi ekonomi kreatif bertujuan untuk memperkenalkan konsep dan praktik inovatif dalam berbisnis, yang meliputi teknik pemasaran kreatif, desain produk, serta pemanfaatan teknologi digital. Dengan mengedukasi pelaku UMKM mengenai potensi dan keuntungan dari ekonomi kreatif, artikel ini menunjukkan bagaimana kreativitas dan inovasi dapat mendorong diversifikasi produk, meningkatkan daya saing, dan memperluas akses pasar. Penelitian ini mengidentifikasi berbagai metode sosialisasi yang efektif, seperti pelatihan, workshop, dan mentoring, serta menilai dampaknya terhadap kemampuan pelaku UMKM dalam menerapkan ide-ide kreatif dalam usaha mereka. Hasil studi menunjukkan bahwa sosialisasi ekonomi kreatif mampu meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pelaku UMKM, yang pada gilirannya berkontribusi pada pertumbuhan usaha dan penguatan ekonomi lokal. Artikel ini memberikan rekomendasi untuk pengembangan program sosialisasi yang lebih terarah dan berkelanjutan, guna memperkuat ekosistem UMKM di desa dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif.

Kata Kunci: *sosialisasi ekonomi kreatif, pengembangan umkm, ekonomi lokal*

Abstract

The development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSME) in rural areas is crucial for enhancing local economic welfare and promoting social sustainability. This article explores the role of creative economy socialization as a strategy to grow MSME in rural areas. Creative economy socialization aims to introduce innovative business concepts and practices, including creative marketing techniques, product design, and the use of digital technology. By educating MSME actors about the potential and benefits of the creative economy, the article demonstrates how creativity and innovation can drive product diversification, improve competitiveness, and expand market access. The study identifies various effective socialization methods, such as training, workshops, and mentoring, and assesses their impact on MSME actors' ability to implement creative ideas in their businesses. Findings indicate that creative economy socialization enhances MSME actors' skills and knowledge, contributing to business growth and local economic strengthening. The article provides recommendations for developing more targeted and sustainable socialization programs to strengthen the MSME ecosystem in rural areas and promote inclusive economic growth.

Keywords: *socialization of the creative economy, msme development, local economic*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peranan penting dalam struktur ekonomi di banyak negara, terutama di daerah pedesaan. UMKM di desa tidak hanya berfungsi sebagai penggerak ekonomi lokal tetapi juga sebagai penyedia lapangan pekerjaan dan pemenuhan kebutuhan masyarakat. Meskipun demikian, UMKM di desa sering menghadapi berbagai tantangan, termasuk akses terbatas ke pasar yang lebih luas, keterbatasan dalam teknologi dan inovasi, serta kurangnya pengetahuan tentang strategi bisnis yang efektif.

Dalam menghadapi tantangan-tantangan ini, sosialisasi ekonomi kreatif menjadi salah satu solusi strategis yang dapat diimplementasikan. Ekonomi kreatif, yang melibatkan penggunaan kreativitas dan inovasi dalam berbagai aspek bisnis, menawarkan pendekatan yang dapat memajukan UMKM melalui peningkatan desain produk, teknik pemasaran, dan pemanfaatan teknologi digital. Dengan mengadopsi prinsip-prinsip ekonomi kreatif, UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka, memperluas jangkauan pasar, dan mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan.

Namun, penerapan ekonomi kreatif di desa memerlukan pendekatan sosialisasi yang efektif. Sosialisasi ini mencakup pendidikan dan pelatihan bagi pelaku UMKM tentang cara-cara baru dalam berbisnis, termasuk teknik kreatif untuk mempromosikan produk dan layanan mereka. Pentingnya sosialisasi ini tidak hanya terletak pada transfer pengetahuan, tetapi juga pada pengembangan keterampilan praktis yang dapat diterapkan secara langsung dalam operasional UMKM.

Desa Bila merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Sabbangparu Kabupaten Wajo. Desa Bila sendiri terdiri dari dua dusun, yaitu dusun Bila Liu dan dusun Tosiang. Masyarakat Desa Bila mayoritas Petani dan sebagian lagi pedagang atau pelaku UMKM. Desa Bila memiliki banyak potensi-potensi yang dapat di olah menjadi UMKM.

Karena kondisi inilah, pengetahuan akan ekonomi kreatif sangat diperlukan agar masyarakat Desa Bila yang sebelumnya berprofesi Petani Jagung dapat mengolah hasil panennya sehingga menjadi pelaku UMKM yang dapat meningkatkan harga nilai jual hasil panennya.

METODE

Dalam penulisan artikel ini menggunakan metode *literature review* untuk melakukan pengumpulan data, identifikasi dan interpretasi antara transformasi digital, bisnis mikro UMKM dan peningkatan daya saing . Sumber data yang digunakan adalah data sekunder berupa artikel jurnal. Data dikumpulkan melalui *searching Google Scholar*, dengan keywords UMKM, ekonomi kreatif

Jadi penerapan dari hasil pengabdian ini dijadikan sebagai program keilmuan yang kemudian dipaparkan ke warga desa dengan menghadirkan seorang pematari yang lihai di bidangnya untuk memberikan pengetahuan kepada warga Desa Bila tentang bagaimana ekonomi kreatif sehingga dapat menjadi pelaku UMKM yang inovatif.

PEMBAHASAN

Ekonomi kreatif merupakan proses ekonomi yang termasuk kegiatan produksi dan distribusi barang serta jasa di dalamnya yang membutuhkan gagasan dan ide kreatif serta kemampuan intelektual dalam membangunnya. Ekonomi kreatif

merupakan gabungan dua kata yang masing-masing memiliki makna tersendiri. Ekonomi itu sendiri menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan ilmu tentang asas-asas produksi, distribusi, dan pemakaian barang-barang serta kekayaan, sementara kreatif merupakan kemampuan dalam memiliki daya cipta serta kemampuan untuk menciptakan. Dapat dikatakan bahwa ekonomi kreatif merupakan proses perekonomian yang mengutamakan nilai kreativitas. Ekonomi kreatif pada mulanya merupakan aliran ekonomi baru yang lahir pada awal abad ke-21. Aliran ekonomi tersebut diketahui mengutamakan nilai intelektual dalam menciptakan uang, menambah kesempatan kerja, serta memberikan kesejahteraan pada masyarakat.

Alvin Toffler (1980) mengungkapkan dalam teorinya bahwa terdapat tiga gelombang dalam peradaban ekonomi. Pertama, ialah pertanian. Kedua, ialah ekonomi industri, dan ketiga adalah ekonomi informasi. Ia juga kemudian memprediksi bahwa akan ada gelombang keempat, yakni ekonomi kreatif.

Kegiatan sosialisasi dilaksanakan pada tanggal 09 September 2024 di aula kantor desa Bila, Kec Sabbangparu, Kabupaten Wajo, adapun kegiatan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut.

Pada tahap pertama, peserta di berikan penjelasan mengenai ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif adalah memfokuskan pada bagaimana ekonomi kreatif dapat beradaptasi dengan tren digital dan teknologi baru, serta peranannya dalam ekonomi global yang terus berkembang (Michael Heller, 2023). Ini melibatkan pemahaman tentang contoh-contoh ekonomi kreatif, bidang-bidang ekonomi kreatif dan manfaatnya.

Pada tahap selanjutnya, peserta diberikan materi tentang strategi ekonomi kreatif untuk mengembangkan UMKM. Dalam tahap ini, peserta mempelajari beberapa hal antara lain: 1) Inovasi-inovasi ekonomi kreatif, 2) Strategi memasarkan produk UMKM, 3) Kriteria usaha yang dapat di katakan sebagai UMKM.

Tahap selanjutnya yaitu sesi tanya jawab dan konsultasi mengenai ekonomi kreatif untuk menumbuhkan UMKM di Desa. Pada tahap ini, beberapa peserta mengungkapkan hambatan yang mereka hadapi dalam mengembangkan usahanya. Peserta yang memberikan pertanyaan mendapatkan hadiah dari narasumber sebagai bentuk apresiasi kepada peserta yang berani bertanya. Secara umum, kegiatan ini telah tercapai dengan baik, meskipun keterbatasan waktu menyebabkan tidak semua peserta mendapatkan kesempatan untuk mengungkapkan kendala-kendala yang dihadapi. Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi, terlihat dari banyaknya pertanyaan dan keaktifan mereka selama sesi. Berdasarkan pelaksanaan kegiatan ini, dapat disimpulkan bahwa tujuan kegiatan telah tercapai.

Peserta sosialisasi ini telah memperoleh pemahaman yang mendalam tentang bagaimana ekonomi kreatif dapat diterapkan untuk mengembangkan UMKM di Desa Bila. Mereka kini memahami pentingnya memanfaatkan sumber daya lokal, menerapkan strategi pemasaran digital, dan berinovasi dalam produk. Dengan keterampilan dan pengetahuan baru ini, peserta diharapkan dapat mengimplementasikan ide-ide kreatif untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka.

Hal-hal yang bisa dijadikan contoh dalam menghasilkan produk kreatif yang berasal dari potensi lokal, dapat dilihat seperti 1) Desain dan perencanaan produk kreatif berdasarkan potensi lokal, 2) Membentuk kelompok usaha rumah tangga.

Adapun faktor-faktor yang mendukung dalam pengembangan Ekonomi Kreatif berbasis Industri rumah tangga 1) Finansial, yakni kondisi keuangan dan sumber daya

yang baik maka kegiatan pengembangan dapat terlaksana, 2) Kemitraan, yakni bermitra dengan semua pihak bisa menjadikan usaha ekonomi kreatif bisa dikembangkan.



Gambar 1-2. Pelaksanaan Kegiatan Sosialisasi

SIMPULAN

Sosialisasi ini bertujuan untuk memperkenalkan konsep dan praktik inovatif dalam bisnis, seperti teknik pemasaran kreatif, desain produk, dan pemanfaatan teknologi digital. Melalui berbagai metode sosialisasi, seperti pelatihan dan mentoring, artikel ini menunjukkan bahwa sosialisasi ekonomi kreatif dapat meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pelaku UMKM. Ini membantu mereka untuk lebih kompetitif, mendiversifikasi produk, dan memperluas akses pasar, yang pada akhirnya memperkuat ekonomi lokal. Artikel ini juga memberikan rekomendasi untuk pengembangan program sosialisasi yang lebih terarah dan berkelanjutan untuk mendukung ekosistem UMKM di desa tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Purwanto. (2023). Sosialisasi Ekonomi Kreatif dan Pengembangan UMKM Berbasis Bisnis Digital Di Mario, Tanasitolo, Kab. Wajo. *Compile Journal of Society Service*, 1(1), 16–21. Retrieved from <https://jurnal.lamaddukelleng.ac.id/index.php/compile/article/view/63>.
- Agus Purwanto. (2023). Pelatihan Kewirausahaan Bagi UMKM Kecamatan Pammana Kabupaten Wajo Pada Program Kampung Zakat Baznas. *Compile Journal of Society Service*, 1(1), 22–26. Retrieved from <https://jurnal.lamaddukelleng.ac.id/index.php/compile/article/view/64>
- Andi Sumangelipu, Agus Purwanto, Amelia Bahmiranda, & Hariani. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif Melalui Pemanfaatan Daun Kelor Menjadi Kripik Daun Kelor di Desa Wecudai. *Compile Journal of Society Service*, 1(1), 27–32. Retrieved from

<https://jurnal.lamaddukelleng.ac.id/index.php/compile/article/view/65>.

- Andi Sumangelipu, Sitti Maryam, Andi Bau Salman, Rahmi Rustam, & Agustiani Augusta. (2023). Sosialisasi Kewirausahaan Dalam Upaya Peningkatan UMKM Pada Era Digitalisasi di Paria, Majauleng, Kab. Wajo. *Compile Journal of Society Service*, 1(1), 1-9. Retrieved from <https://jurnal.lamaddukelleng.ac.id/index.php/compile/article/view/61>.
- Gramedia Literasi. (2022). *Pengertian Ekonomi Kreatif: Ciri-Ciri, Jenis, dan Manfaatnya Bagi Negara Indonesia*. Retrieved from Gramedia.com.
- Gramedia Literasi. (2022). *Pengertian UMKM: Kriteria, Aturan, Peran, dan Contoh*. Retrieved from Gramedia.com.
- Heller, M. (2023). The Role of Creative Economy in the Global Market. *Journal of Creative Business*, 15(2), 123-135.
- Madani, A. (2022). *Pengertian Ekonomi Kreatif: Ciri-Ciri, Jenis, dan Manfaatnya Bagi Negara Indonesia*. Ngawi: DISPARPORA.
- Susilowati, E., Zulfa, B. M. R., Aprilia, W., & Asnaa, D. M. (2023). Peran Financial Technology Pada UMKM Kacang Telur Susu Di Desa Rembang Ngadiluwih Kediri: Peningkatan Literasi Keuangan Berbasis Payment Gateway. *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business*, 3(1), 63-82.
- Toffler, A. (2021). The Fourth Wave: The Rise of the Creative Economy. *Economic Trends Review*, 27(3), 78-89.
- Yuniarti, A. (2023). Pemberdayaan UMKM tentang Pentingnya Adaptasi Digital dan Legalitas Usaha di Limpomajang Kec. Majauleng Kab. Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 2(1), 299-306. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v2i1.177>.
- Yuniarti, A., Nurwana, A., & Jamaluddin, A. (2023). Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pelaku Umkm Di Kelurahan Pammana Kabupaten Wajo. *Arunika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 34-40.
- Yuniarti, Prayudhi, P., Faisal, F., Nur, A. W., & Aldi, A. (2024). Transformasi Tenun Sutera Melalui Kolaborasi dengan Perguruan Tinggi dalam Era Digital. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(2), 160-166. <https://doi.org/10.31004/jh.v4i2.739>.
- Yuniarti, A., Jamaluddin, A., -, F., & Nurwana, A. (2022). Pelatihan Manajemen Keuangan Untuk Meningkatkan Kapasitas Pelaku Umkm Di Kelurahan Padduppa Kecamatan Tempe Kabupaten Wajo. *Arunika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 36-41. Retrieved from <https://ojs.stie-tdn.ac.id/index.php/Ar/article/view/274>.