



Nomor : 025/UN17.13/B-PJ.01.02/2022
Hal : Keterangan Publikasi

Yang terhormat Muhammad Hafizh Khalik,

Terima kasih telah mengajukan artikel kepada Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat RUIHUI RAHAYU. Artikel yang kami terima adalah sebagai berikut.

**PENGEMBANGAN UMKM KULINER DI ERA DIGITALISASI SEBAGAI UPAYA
PENINGKATAN EKONOMI KREATIF**

ditulis oleh

**Muhammad Hafizh Khalik
Bayu Aji Nugroho**

Berdasarkan penilaian kelayakan dan pertimbangan yang ada maka tim redaksi memutuskan bahwa artikel yang Saudara ajukan **DITERIMA** untuk dimuat pada volume pertama edisi kedua Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat RUIHUI RAHAYU yang akan terbit pada April 2023. Kami akan menghubungi Saudara kembali segera untuk memberikan informasi mengenai penerbitan jurnal.

Atas perhatian dan kerja sama Saudara, kami ucapkan terima kasih.

Editor in Chief,

Indrawan Dwisetya Suhendi, S.S., M.Hum.
NIP 199301022019031010

PENGEMBANGAN UMKM KULINER DI ERA DIGITALISASI SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN EKONOMI KREATIF

The Development of Culinary Micro, Small and Medium Enterprises in the Digitalization Era as an Effort to Improve the Creative Economy

Muhammad Hafizh Khalik*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman

Email : hafizkhalik00@gmail.com

Bayu Aji Nugroho, Fakultas Ilmu Budaya Universitas Mulawarman

Abstract: *The creative economy is an economic concept by optimizing the potential of ideas and also the latest information from many sources continuously and intensively to be useful to be able to reach a wider target market. The creative economy in the culinary sector is not only optimizing the potential of ideas and information but also utilizing the potential of local wisdom or culture that exists in an area to create a characteristic that is suitable for the region. The purpose of this article is to help UMKM actors to be able to follow developments in the digitalization era and improve their creativity so that they can compete with other products and can produce products with higher added value and benefit in market share. The method with this article can help UMKM to be able to improve their products in the digitalization era.*

Keywords: *creative economy; culinary; UMKM; digitization.*

Abstrak: Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi dengan mengoptimalkan potensi ide dan juga berbagai informasi terbaru dari banyak sumber secara terus menerus dan juga intensif guna bermanfaat untuk bisa menjangkau target pasar yang lebih luas. Ekonomi kreatif di sektor kuliner bukan hanya mengoptimalkan potensi ide dan informasi saja tetapi juga memanfaatkan potensi dari kearifan lokal atau budaya yang ada di suatu daerah tersebut guna menciptakan sebuah ciri khas yang sesuai dengan wilayah tersebut. Tujuan dari artikel ini dapat membantu para pelaku UMKM agar dapat mengikuti perkembangan di era digitalisasi dan meningkatkan kreativitas mereka agar dapat bersaing dengan produk – produk lain serta dapat menghasilkan produk yang bernilai tambah dan bermanfaat lebih tinggi di pangsa pasar. Pada artikel ini dilaksanakan dengan metode sosialisasi mengenai pengembangan usaha kuliner di era digitalisasi kepada para pelaku UMKM yang ada di kelurahan Gunung Samarinda Baru. Adanya artikel ini dapat membantu para UMKM untuk dapat meningkatkan produk mereka di era digitalisasi.

Kata Kunci: ekonomi kreatif; kuliner; UMKM; digitalisasi.

A. PENDAHULUAN

Sejak awal tahun 2020 dunia digemparkan oleh wabah covid-19, yang menyebabkan melemahnya aktivitas perekonomian. Adanya pembatasan sosial mengakibatkan masalah di berbagai sektor, baik sektor ekonomi, sosial dan politik. Dampak pandemi dapat dilihat dari sisi konsumsi karena adanya anjuran dari pemerintah untuk tidak keluar rumah akan mengakibatkan pola konsumsi masyarakat berubah. Namun dengan demikian terlihat fakta bahwa usaha kuliner di tengah pandemi merupakan salah satu usaha dengan tingkat ketahanan yang tinggi, sehingga peluangnya masih sangat besar dan menjanjikan (Kemenparekraf, 2020).

Dalam kegiatan ekonomi kreatif pelaku usaha memberikan berbagai inovasi dan kreativitas pada unit usahanya. Saat ini banyak unit usaha yang telah membentuk industri kreatif dari berbagai aspek, mulai dari makanan, pakaian, dekorasi, aksesoris, dan lainnya. Ekonomi kreatif ini juga memiliki kontribusi pada PDB nasional sebesar Rp 1.009 triliun, sedangkan pada tahun sebelumnya sebesar Rp 922 triliun. Pada tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar Rp 100 triliun per tahunnya dan akan terus mengalami kenaikan (Santosa, 2020).

Ekonomi kreatif yakni kegiatan ekonomi yang didasarkan pada kreativitas, keterampilan, dan bakat individu guna menciptakan daya kreasi serta daya cipta yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat Indonesia. (Anggri puspita, 2021). Ekonomi kreatif merupakan sistem transaksi yang memiliki pengertian lebih luas. Ekonomi kreatif diharapkan mampu menjadi pengungkit daya saing (daerah maupun nasional). Untuk menjaga eksistensi ekonomi kreatif memerlukan pengakuan yang harus diwujudkan melalui berbagai regulasi/kebijakan dan kebersamaan.

Terkait lokasi pengabdian masyarakat terletak di kota Balikpapan, kelurahan Gunung Samarinda Baru dengan tingkat mobilitas masyarakat yang tinggi. Pada lokasi ini potensi yang sangat menonjol yakni para pelaku usaha khususnya disektor kuliner, namun pada lokasi ini juga terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi para pelaku usaha dalam menghadapi era digitalisasi yang sangat berkembang pesat pada saat ini. Salah satunya yakni, para pelaku usaha tersebut masih melakukan pemasaran mereka secara konvensional dan hanya beberapa pelaku usaha saja yang mulai beralih melakukan penjualan secara *online*. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat membantu para pelaku UMKM untuk dapat mengetahui hal – hal apa saja yang harus dipersiapkan dalam menghadapi era digitalisasi dan bagaimana agar usaha yang telah dijalankan dapat terus berkembang di era digitalisasi.

Digital marketing merupakan upaya penting yang dapat dilakukan untuk membantu para UMKM mengingat kondisi pandemi yang kita alami memaksa masyarakat untuk melakukan berbagai aktivitas secara online. Saat ini pun masyarakat telah akrab menggunakan media sosial seperti Instagram, facebook dan whatsapp yang dapat menjadi media digital *marketing* yang efektif karena dapat menjangkau konsumen yang luas.

B. METODE

Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian masyarakat yaitu dengan metode pemaparan materi kepada para audinens dan dilanjutkan dengan sesi diskusi terkait materi “Pengembangan UMKM kuliner di era digital” ialah metode *door to door* dengan melakukan kegiatan antara lain, presentasi serta sesi diskusi dengan para partisipan yaitu ibu – ibu PKK di kota Balikpapan, pelaku UMKM di kota Balikpapan dan sekitarnya. Kegiatan ini dilaksanakan dengan tiga tahap yaitu tahap perencanaan, tahap pelaksanaan kegiatan, dan tahap pelaporan.

1. Tahap perencanaan

Pada tahap perencanaan, persiapan kegiatan yang dilakukan diantaranya yaitu, melakukan koordinasi dengan tim pengabdian mengenai rencana kegiatan sosialisasi ekonomi kreatif, survei, dan melakukan pendataan kepada pelaku UMKM, persiapan materi yang akan disosialisasikan kepada para pelaku UMKM. Persiapan tersebut mulai tanggal 28 juni – 15 juli 2022. Pada tahap survei tersebut kegiatan yang dilakukan ialah mencari informasi terkait jenis usaha dan mendata para UMKM tersebut.



Gambar 1. Mendata jenis – jenis usaha yang ada di RT 27, Kelurahan Gunung Samarinda Baru

Tahap selanjutnya adalah menentukan jenis – jenis usaha UMKM yaitu, berbagai macam kuliner yang menjadi produk utamanya. Beberapa produk usaha dari para pelaku UMKM yaitu empek – empek , mochi, apam panas, dan diantara produk UMKM tersebut terdapat salah satu produk yang unggul yakni “empek – empek moza”.



Gambar 2. Mensurvei ke pelaku UMKM empek – empek dan melakukan riset terkait cara penjualan usaha tersebut.

2. Tahap pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan, kegiatan yang dilakukan antara lain, memaparkan materi tentang ekonomi kreatif, kuliner, dan menjelaskan kepada para pelaku UMKM tentang upaya – upaya yang dilakukan dalam menghadapi era digitalisasi agar nantinya para pelaku UMKM dapat konsisten menjalankan usaha di era digitalisasi.’

3. Tahap pelaporan

Pada tahap pelaporan ini tim pengabdian melakukan penyusunan luaran atau *output* dari kegiatan sosialisai berupa artikel serta melakukan koordinasi terkait luaran yang dihasilkan agar sesuai dengan tujuan.

C. PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh tim pengabdi berupa pengenalan tentang ekonomi kreatif di era digital kepada para pelaku UMKM, dan juga membantu para UMKM agar dapat mengembangkan usaha yang telah dijalani di era digitalisasi agar dapat terus mengembangkan ide – ide kreatif, inovatif pada produknya agar tetap dapat bersaing dengan para kompetitor lainnya. Pada era digitalisasi sekarang tentunya sebuah produk yang kita hasilkan harus memiliki sebuah inovasi dan kreativitas yang tinggi agar para konsumen tertarik dengan sebuah produk yang kita hasilkan. Selain itu tim pengabdi juga menjelaskan bagaimana persiapan yang harus dihadapi UMKM di era digitalisasi. Kegiatan pengabdian masyarakat diselenggarakan di ruang rapat kelurahan Gunung Samarinda Baru, pada tanggal 31 Juli tahun 2022 dengan partisipan para pelaku UMKM di kelurahan Gunung Samarinda Baru sebanyak 20 orang.

Rincian kegiatan yang dilakukan ialah sebagai berikut :

1. Pertama, menyiapkan alat – alat yang akan digunakan pada saat sosialisai kepada para pelaku UMKM.
2. Kedua, pembukaan serta sambutan dari lurah Gunung samarinda Baru.



Gambar 3. Pembukaan dan sambutan dari kepala lurah Kelurahan Gunung Samarinda Baru

3. Ketiga, pemaparan materi sosialisai kepada para partisipan mengenai materi Pengembangan UMKM kuliner di era digitalisasi sebagai upaya peningkatan ekonomi kreatif.



Gambar 4. Sosialisasi kepada para partisipan

4. Keempat, sesi diskusi kepada para partisipan mengenai materi yang telah di sampaikan.



Gambar 5. Sesi diskusi dari pelaku usaha terkait hasil materi yang telah disampaikan

5. Kelima, sesi foto bersama perwakilan partisipan dan kepala lurah Kelurahan Gunung Samarinda Baru.



Gambar 6. Foto bersama

Selama kegiatan sosialisasi berlangsung, partisipan dengan sungguh – sungguh memperhatikan penyampain materi. Partisipan yang merupakan para pelaku UMKM kuliner sangat antusias menyimak materi yang disampaikan. Pada saat diskusi para partisipan juga melontarkan beberapa pertanyaan, salah satunya mengarah kepada upaya yang harus dilakukan guna mengembangkan usaha mereka di era digitalisasi saat ini. Selain itu, para partisipan sedikit menjelaskan kendala – kendala yang mereka hadapi di era digital.

Dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat terkait pengembangan UMKM di era digital, diharapkan para pelaku usaha tersebut telah mengetahui bagaimana caranya agar usaha yang telah mereka jalani dapat terus berjalan di era digital dan juga nantinya dapat terus melakukan inovasi berupa produk – produk yang diinginkan para konsumen di era digital.

D. PENUTUP

Kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan di ruang rapat kelurahan Gunung Samarinda Baru dengan tujuan agar para UMKM mengetahui tentang ekonomi kreatif di era digital. Kegiatan sosialisasi ini mendorong para pelaku usaha kecil dan menengah untuk mengembangkan penjualan yang awalnya konvensional beralih ke penjualan secara online. Sebagian para pelaku usaha di kelurahan Gunung Samarinda Baru ini telah menyadari betapa berpengaruhnya melakukan penjualan produk mereka secara online melalui beberapa market place ataupun aplikasi online lainnya. Para pelaku usaha mikro kecil menengah di era digitalisasi ini bukan hanya mampu mengembangkan kreativitas pada produk mereka saja tetapi juga dapat memahami cara pemasaran produk mereka selaras di era digital. Sebagai contoh pelaku

UMKM yang ada di kelurahan Gunung Samarinda Baru yakni UMKM mochi yang sudah melakukan penjualan produknya menggunakan aplikasi *Shopee Food*. Dari hasil pelaksanaan program individu ini menghasilkan output yang positif setelah para partisipan yang hadir memahami isi materi yang disampaikan pada saat pelaksanaan sosialisasi.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Rektor Universitas Mulawarman, Ketua LP2M Universitas Mulawarman, Kelurahan Gunung Samarinda Baru, serta rekan – rekan tim pengabdian masyarakat yang telah membantu menyelesaikan pelaksanaan kegiatan. “Pengembangan UMKM kuliner di era digitalisasi sebagai upaya peningkatan ekonomi kreatif”.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Hasan, M., Noercahyo, A., Rani, A. E., Salshabilla, N. A., & Izzati, S. N. (2021). Pengembangan Ekonomi Kreatif Sektor Umkm Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 9(2), 125-138.
- Hilmiyah, N., Permana, E., Hatta, I. H., & Widyaningsih, M. (2022). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PELAKU UMKM KULINER PADA MASA PANDEMI COVID-19. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 5(2), 226-245.
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan tantangan UMKM dalam upaya memperkuat perekonomian nasional tahun 2020 ditengah pandemi covid 19. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 118-124.
- Nasution, E. Y., & Indria, T. (2021, November). Digitalisasi Umkm Di Masa Pandemi. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 2, No. 1, pp. 797-805).
- Rifkhi, M., Argo, J. G., & Yuliniar, Y. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing Pada Pelaku UMKM Kuliner di Kecamatan Cibinong. In *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* (Vol. 2, pp. 1125-1138).
- Saksono, H. (2012). Ekonomi Kreatif: Talenta Baru Pemicu Daya Saing Daerah. *Jurnal Bina Praja: Journal of Home Affairs Governance*, 4(2), 93-104.
- WIJOYO, D. P., & WARDAYA, M. MASA PANDEMI: UMKM DALAM MENGGUNAKAN SOCIAL MEDIA DAN E-COMMERCE DALAM MEDIA PROMOSI.
- Anggraini, N. P. N., Tamba, I. M., Abadi, M. H., & Imbayani, I. G. A. (2021). PEMANFAATAN TEKNOLOGI PADA USAHA KULINER DALAM UPAYA MENINGKATKAN KINERJA PEMASARAN PADA ERA NORMAL BARU. *Jurnal Dharma Jnana*, 1(2), 131-145.