

Peran Umkm Dalam Membangun Dan Menumbuhkan Ekonomi Kreatif Di Era Revolusi 5.0 Menuju Ekonomi Global

Lilis Purnanengsi Mas'ud¹ Melisa Yanuar Susilo²

Prodi Manajemen Informatika AMIK Luwuk Banggai¹

Jl. Sutardjo, Kelurahan Luwuk, Kecamatan Luwuk, Kab. Luwuk Banggai¹

Prodi Administrasi Niaga STIA Abdul Haris Makassar²

Jl. Tanggul Patompo No.9, Balang Baru, Kec. Tamalate, Kota Makassar, Sulawesi Selatan²

Email : Purnanengsililis@gmail.com¹ , melisa.y.susilo@gmail.com²

Abstrak

UMKM sangat penting bagi kehidupan dan kelangsungan hidup masyarakat. Karena keberadaan UMKM sangat bermanfaat bagi tumbuhnya wirausaha. Selain itu, UMKM dapat menciptakan lapangan kerja dan kreativitas yang sejalan dengan upaya melestarikan dan mengembangkan unsur dan budaya tradisional masyarakat setempat. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Hal ini dikarenakan metodologi penelitian kualitatif merupakan penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami fenomena dalam konteks sosial yang alamiah dengan mengutamakan proses interaksi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti. Indonesia mulai dari petani, nelayan, peternak, penambang, pengrajin, pedagang dan berbagai penyedia jasa. Jumlah UMKM sebanyak 65,46 juta unit usaha pada tahun 2020, naik dari 57,9 juta unit pada tahun 2019. Jumlah tenaga kerja UMKM sebanyak 219,56 juta orang pada tahun 2019, meningkat dari 124,1 juta orang pada tahun 2013. Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, jumlah UMKM di Indonesia meningkat menjadi 10,71 juta unit pada tahun 2022. Untuk mendorong iklim yang kondusif tersebut dan menjaga keberlangsungan UMKM di tingkat Nasional, diperlukan integrasi dan koordinasi antar lembaga lain. Ekonomi kreatif kontemporer di Indonesia membutuhkan peningkatan daya saing produk Nasional agar mampu bertahan dalam ketatnya persaingan di pasar dunia. Oleh karena itu, pemerintah bekerjasama dengan Kementerian Perindustrian dan Kementerian Koperasi Kecil dan Menengah melalui Kementerian Perdagangan. Perusahaan yang kemudian didukung oleh KADIN membentuk tim desain Power Indonesia, yang bertujuan agar produk Indonesia mendapat tempat sesuai standar internasional, namun tetap berkarakter nasional di pasar dunia. Melihat kontribusi yang besar tersebut, pemerintah melakukan penelitian yang lebih intensif untuk berinvestasi dalam pengenalan konsep pengembangan ekonomi kreatif.

Kata Kunci: UMKM, Ekonomi Kreatif, Era Revolusi 5.0.

Abstract

MSMEs are very important for the life and survival of society. Because the existence of MSMEs is very beneficial for the growth of entrepreneurship. In addition, MSMEs can create jobs and creativity in line with efforts to preserve and develop traditional elements and culture of the local community. This research uses qualitative research. This is because qualitative research methodology is scientific research that aims to understand phenomena in a natural social context by prioritizing the process of in-depth interaction between the researcher and the phenomenon under study. Indonesia starts from farmers, fishermen, breeders, miners, craftsmen, traders and various service providers. The number of MSMEs is 65.46 million business units in 2020, up from 57.9 million units in 2019. The number of MSME workers was 219.56 million people in 2019, up from 124.1 million people in 2013. According to the Ministry of Cooperatives and Small and Medium Enterprises, the number of MSMEs in Indonesia will increase to 10.71 million units by 2022. To encourage such a conducive climate and maintain the sustainability of MSMEs at the National level, integration and coordination between other institutions is required. The contemporary creative economy in Indonesia requires an increase in the competitiveness of National products in order to survive in the tight competition in the world market. Therefore, the government collaborates with the Ministry of Industry and the Ministry of Small and Medium Cooperatives through the Ministry of Trade. The company, which is then supported by KADIN,

formed the Power Indonesia design team, which aims to make Indonesian products have a place according to international standards, but still have a national character in the world market. Seeing the great contribution, the government conducted more intensive research to invest in the introduction of the creative economy development concept.

Keywords: *UMKM, Creative Economy, Revolution 5.0 Era.*

PENDAHULUAN

Manajemen kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang menjadi landasan dasar, kiat dan sumber daya untuk menemukan peluang yang dapat membawa kesuksesan (El Hasanah, 2019). Selain itu, faktor inovasi menjadi pendorong utama seiring dengan tumbuh dan berkembangnya kreativitas seiring dengan meningkatnya kebutuhan konsumen yang semakin kompleks. Kreativitas adalah kemampuan berpikir dan menyajikan sesuatu dengan cara luar biasa, memiliki unsur-unsur baru serta unik dalam memecahkan masalah yang dihadapi (Hendrawan, 2020). Tumbuh kembangnya UMKM sangat penting bagi kehidupan masyarakat. Karena keberadaan UMKM sangat bermanfaat bagi tumbuhnya wirausaha dan pelaku usaha. Selain itu, UMKM dapat menciptakan lapangan kerja dan kreativitas yang sejalan dengan upaya melestarikan dan mengembangkan unsur dan budaya tradisional masyarakat setempat. Mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar, UMKM juga mampu menyerap tenaga kerja dalam skala besar yang dapat mengurangi tingkat pengangguran. Dari sini terlihat bahwa keberadaan UMKM dengan menggunakan teknologi padat karya, sederhana dan mudah dipahami dapat menjadi wadah kerja bagi masyarakat.

Kriteria UMKM menurut Undang-Undang Nomor: 20 Tahun 2008 diklasifikasikan menurut besar kecilnya kekayaan perusahaan dan omzetnya. Menurut data Kementerian Koperasi dan UMKM tahun 2019 - 2022, UMKM masih menjadi pelaku mayoritas dalam dunia usaha yaitu dari 56.114.821 unit usaha pada tahun 2019 menjadi 57.543.592 unit usaha pada tahun 2015.

Sementara itu hanya mencapai sekitar 22.323 unit pada tahun Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada tahun 2019 sebesar Rp. 4.869,5 triliun atau 59,08% dari total PDB Indonesia. Pada tahun 2019, jumlah populasi UMKM Indonesia sebanyak 57,53 juta unit usaha atau 99,99% dari seluruh unit usaha di Indonesia, sedangkan jumlah tenaga kerja sebanyak 107,65 juta orang atau 98,16% dari total tenaga kerja Indonesia. Data tersebut menunjukkan bahwa UMKM berperan sangat penting dalam perekonomian Indonesia dalam menciptakan lapangan kerja dan produksi yang bermanfaat bagi masyarakat.

Perkembangan dan pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia merupakan sektor yang berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi. UMKM memiliki peran strategis dalam pembangunan perekonomian Nasional. UMKM berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Selain itu, UMKM juga berperan dalam sektor manufaktur. Keberadaan sektor UMKM dipandang tidak hanya sebagai tempat berlindung sementara bagi tenaga kerja yang belum memasuki sektor formal, tetapi juga sebagai awal tumbuhnya kegiatan ekonomi global. Kementerian Koperasi dan UMKM menyampaikan bahwa saat ini UMKM yang sedang berkembang masuk dalam beberapa kategori, antara lain pertanian, perikanan, peternakan, kehutanan, gas, air bersih, listrik, hotel, restoran, perdagangan, jasa swasta, dan manufaktur. Ini juga termasuk ekonomi global. Ekonomi kreatif diperkirakan akan bertahan lebih lama dari tiga sektor lainnya yang terkena dampak krisis keuangan global. Pemerintah mulai melirik ekonomi kreatif sebagai alternatif perekonomian yang selalu berubah. (Ibrahim, 2019).

Ekonomi kreatif terdiri dari 14 subsektor: periklanan, arsitektur, pasar komoditas, seni budaya, kerajinan, desain, mode, video, film, dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan, dan percetakan, layanan komputer, dan perangkat keras, perangkat lunak, televisi, dan radio, Penelitian dan Pengembangan. Ekonomi kreatif didasarkan pada penggunaan kreativitas dan motivasi untuk menghasilkan produk dan layanan dengan banyak konten kreatif sebagai input dan output kegiatan ekonomi. (Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata, 2010). Ekonomi kreatif adalah kegiatan bisnis yang berfokus pada komunitas dan inovasi. Saat ini ekonomi kreatif sangat berpotensi untuk dikelola karena Indonesia memiliki kekayaan budaya dan tradisi yang dapat menjadi sumber kreativitas. Sekitar tahun 2030 menuju ekonomi global, Indonesia akan mengalami puncak pertumbuhan demografi, dimana penduduk yang bekerja diperkirakan lebih dari 50 persen, dimana 27 persen di antaranya adalah kaum muda berusia 17 - 35 tahun. Peluang berikutnya adalah berkembangnya gaya hidup digital, dimana akses teknologi informasi dan komunikasi telah menjangkau lebih dari 97% penduduk Indonesia.

Ekonomi kreatif harus dikembangkan di Indonesia karena memegang peranan penting dalam pembangunan ekonomi negara dan daerah. 1) Kontribusi ekonomi yang signifikan, seperti Meningkatkan lapangan kerja, meningkatkan ekspor dan meningkatkan PDB; 2) Menciptakan lingkungan usaha bisnis yang positif yang mempengaruhi sektor lainnya; 3) Membangun citra dan identitas bangsa, seperti pariwisata, membangun ikon Nasional, membangun warisan budaya dan nilai-nilai kearifan lokal; 4) sumber daya alam terbarukan seperti ilmu pengetahuan dan meningkatkan kreativitas; 5) menghasilkan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu Negara; 6) dapat memiliki efek sosial yang positif seperti Peningkatan kualitas.

tentang kehidupan dan toleransi sosial. Pada berbagai negara, ekonomi kreatif berperan penting dalam menciptakan kemajuan dan kekayaan. ekonomi kreatif dapat menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan, mengurangi kemiskinan, dan pengangguran, bahkan menjadi mesin pembangunan dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Dengan berkembangnya ekonomi kreatif, Negara-Negara maju seperti Cina, Amerika Serikat, Japan, Korea Selatan, Australia, dan negara-negara Eropa memperoleh dan menikmati beberapa kekayaan baru. Beberapa penemuan baru seperti sistem operasi Microsoft, mesin pencari Google dan Yahoo, piranti lunak (software) untuk produk Blackberry dan berbagai produk Apple (Mac, iPad, iPhone dan iPod) sangat mempengaruhi perekonomian Amerika bahkan melebihi hasilnya. Ekspor melalui, penerbangan dan industri otomotif. Produk-produk tersebut menghasilkan pendapatan yang mengalir tanpa henti dan tanpa henti setiap saat, setiap menit dan setiap detik. (Suryana, 2017). Saat ini, industri kreatif UMKM sangat diminati. Seperti bagaimana menggunakan teknologi informasi dan komunikasi yang ada. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi tidak dapat dihindari dalam kehidupan sekarang ini, karena kemajuan teknologi berjalan seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Setiap inovasi harus membawa manfaat positif, memberikan banyak kemudahan dan memungkinkan cara baru dalam melakukan aktivitas sesuai dengan kehidupan manusia. Khususnya di bidang teknologi, masyarakat telah menikmati banyak manfaat dari inovasi dalam satu dekade terakhir. Saat ini, UMKM dibentuk oleh gelombang ekonomi kreatif. Peran industri kreatif adalah kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh industri kreatif yang mengutamakan peran kekayaan intelektual. Ekonomi kreatif itu sendiri digerakkan oleh para wirausahawan, yakni. manusia yang memiliki kemampuan kreatif dan inovatif.

Pelaku UMKM harus dan wajib memiliki pengetahuan teknis serta mampu memanfaatkan peluang ini untuk meningkatkan penjualan mereka. Hal ini karena UMKM memainkan peranan penting dalam meningkatkan dan menumbuhkan perekonomian Indonesia, terutama dalam penciptaan lapangan pekerjaan dan peningkatan literasi, yang meningkatkan pendapatan rumah tangga. Secara tidak langsung membantu pemerintah menumbuhkan dan meningkatkan perekonomian serta mengurangi dampak pengangguran serta kemiskinan (Mustamin, 2018).

UMKM yang memasuki era revolusi 5.0 perlu meningkatkan daya saingnya dengan menggunakan platform digital. Sayangnya, di segmen UMKM, masih ada 10% ekosistem yang hanya memanfaatkan teknologi untuk mendukung usahanya. Salah satu kendalanya adalah keterbatasan sumber daya untuk mendukung pengembangan keterampilan digital. Termasuk aspek modal promosi untuk memperkuat kualitas produk yang kompetitif. Di era revolusi 5.0 dan ekonomi kreatif, memiliki perusahaan lebih menarik dibandingkan era ekonomi sebelumnya, karena sudah ada media massa, cetak, dan online. Aktivitas kami tidak terbatas pada penjualan, tetapi luas dan dapat diperluas berkat pertukaran informasi tanpa batas. Konten digital adalah pilihan nomor satu saat ini. Dari berbagai penelitian yang telah disebutkan di atas, jelaslah bahwa penelitian ini mencakup jenis penelitian yang berbeda, meskipun beberapa bagian memuat penelitian yang sama pada beberapa topik tersebut. Namun, ulasan peneliti ini lebih terfokus pada pembentukan peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi kreatif hingga saat ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Hal ini dikarenakan metodologi penelitian kualitatif merupakan penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami

fenomena dalam konteks sosial yang alamiah dengan mengutamakan proses interaksi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi dapat ditingkatkan di zaman modern. Peneliti melakukan observasi untuk mengumpulkan informasi bila diperlukan. Selain observasi, peneliti juga mencari informasi yang relevan dengan pembahasan saat ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

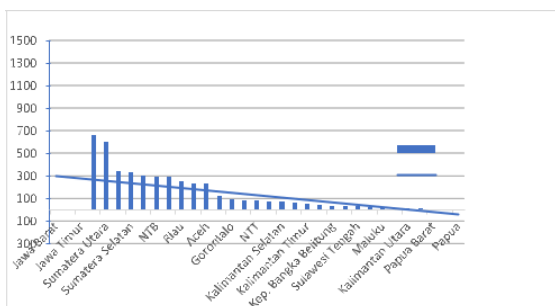
Hasil

Dengan tumbuhnya UMKM, Ekonomi Kreatif hadir dengan caranya masing-masing, yang konon dapat meningkatkan perekonomian. Konsep Ekonomi Kreatif sebenarnya mampu memberikan kontribusi nyata bagi perekonomian di beberapa Negara. Di Indonesia, Ekonomi Kreatif berangkat dari persoalan betapa pentingnya meningkatkan daya saing produk Nasional dalam menghadapi pasar global. Ekonomi Kreatif menjadi bidang prioritas untuk dikembangkan, karena kekuatan Ekonomi Kreatif lebih bergantung pada keunggulan sumber daya manusia. Kerajinan, arsitektur, budaya, dan objek ekonomi lainnya muncul dari ide-ide kreatif pemikiran manusia, tidak seperti industri lain yang hanya didasarkan pada eksploitasi sumber daya alam.

Peran UMKM di Indonesia sangat penting bagi perekonomian dan khususnya untuk menciptakan lapangan pekerjaan. Hal ini ditunjukkan dengan kontribusi usaha kecil dan menengah terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta masuk dan keluarnya tenaga kerja asing yang cukup besar. Tercatat pangsa sektor UMKM dalam PDB terus tumbuh hingga 60,51 persen pada 2019. Pangsa sektor UMKM terhadap total konsumsi tenaga kerja juga tinggi, yakni 9,92%. Selain itu, pangsa sektor UMKM terhadap total ekspor selain migas sebesar 15,65%.

Dari hasil petani, nelayan, peternak, penambang, pengrajin, pedagang dan berbagai

penyedia jasa, pelaku UMKM melakukan sebagian besar kegiatan ekonomi masyarakat Indonesia. Jumlah UMKM tahun 2019 sebanyak 65,46 juta unit usaha, naik dari 57,9 juta unit tahun 2013. Jumlah tenaga kerja UMKM sebanyak 119,56 juta orang tahun 2019, meningkat dari 114,1 juta orang tahun 2013 (KUR). Selain itu, data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UMKM) tentang UKM Indonesia tercatat meningkat 8,71 juta unit pada 2022. Ini data jumlah UMKM di Indonesia pada 2022:



Gambar 1 Data UMKM Indonesia
Sumberi : CNBC, 05 Juni 2023

Dari informasi di atas, jelas bahwa UMKM di Indonesia sangat banyak, sehingga para pelaku UMKM membutuhkan ekonomi kreatif dalam menjual produk-produk yang dapat dipasarkan. Industri kreatif berperan penting dalam produk UMKM. Saat ini, ekonomi kreatif sangat dibutuhkan untuk meningkatkan penjualan. Banyak konsumen menggunakan Internet untuk membeli barang dari UMKM.

Pembahasan

Ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai sistem transaksi dan penawaran yang muncul dari kegiatan ekonomi kreatif yang menitikberatkan pada penciptaan barang dan jasa, dengan mengandalkan bakat dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual. Keinginan Indonesia adalah untuk bangkit, bersaing, dan unggul menuju ekonomi global. Dalam perkembangan Negara maju, pengembangan dan pembentukan ruang kreatif yang mengarah ke kota, kreatif dapat

menciptakan suasana yang menguntungkan dan kompetitif bagi para pelaku bisnis. Sinergi antara industri kreatif dan UMKM merupakan salah satu model untuk meningkatkan jumlah produk dan jasa yang berpotensi memberikan nilai tambah dalam industri kreatif modern. Pengembangan UMKM melalui kreativitas tidak dapat diwujudkan hanya melalui penggunaan modal dan pengetahuan, tetapi juga diperlukan keterkaitan untuk menciptakan ruang atau tempat bagi produk

UMKM adalah kumpulan entitas yang dapat terdiri dari subjek atau orang, tujuan sistem proses, dan lingkungan yang memiliki nilai bisnis kepada konsumen melalui proses lingkungan dan nilai bisnis kepada konsumen melalui proses produksi dan pengiriman internal organisasi. UMKM tidak dapat bertahan hidup hanya dengan tersedianya kekayaan dan pendapatan, tetapi juga harus didukung oleh tenaga manusia, program operasional, permintaan dan penawaran input dan output, harga, lokasi, dan promosi. Dalam perkembangannya, UMKM menghadapi banyak kendala yang dapat mempengaruhi keberlangsungan usahanya, seperti: rendahnya kompetensi sumber daya manusia, kurangnya penguasaan teknologi, ketersediaan informasi, rendahnya daya beli bahan baku, dan volume pasar. spektrum yang terlalu luas, sumber pendanaan yang sulit, perubahan pasar yang akan segera terjadi di seluruh dunia, dan kondisi bisnis yang tidak menguntungkan. Masalah mendasar UMKM yang dapat mempengaruhi inovasi dan perubahan UMKM yang dapat mempengaruhi kesulitan pasar dalam hal harga, pengetahuan pasar, kontrak dan saluran penjualan dan distribusi adalah modal. Faktor-faktor problematika tersebut harus dicermati secara seksama untuk mencari solusi terbaik agar tidak mempengaruhi keberlangsungan UMKM. Menjalankan UMKM membutuhkan kreativitas yang tinggi, rasa tidak mudah menyerah, keberanian mengambil resiko dan selalu berusaha menemukan hal baru untuk meningkatkan kinerja (Bismala, 2016). Unit

bisnis yang dikembangkan oleh UMKM beragam dalam bentuk produk atau layanan. Beberapa klasifikasi usaha yang dilakukan dalam bentuk UMKM meliputi pertambangan dan penggalian, manufaktur, listrik, gas dan air, konstruksi, perdagangan besar dan eceran, jasa akomodasi dan makanan dan minuman, transportasi, penyimpanan dan komunikasi, perantara keuangan dan realita layanan persewaan dan komersial, layanan pendidikan, layanan kesehatan, dan sosial, layanan komunitas, sosial, budaya, dan individu lainnya, serta manajemen nirlaba. Berbagai unit usaha dikuasai UMKM, sehingga mampu menjadi salah satu andalan perekonomian Indonesia secara Nasional.

Tujuan lingkungan usaha yang mendukung keberlangsungan UMKM adalah untuk menciptakan dan meningkatkan daya saing UMKM dengan mampu menghasilkan produk yang berkualitas tinggi dan menciptakan peluang usaha yang sebesar-besarnya untuk menciptakan pasar yang sehat. Oleh karena itu, beberapa langkah kebijakan ekonomi yang efektif juga diperlukan. Untuk mendorong iklim yang kondusif ini dan menjaga keberlanjutan UMKM di tingkat Nasional, diperlukan integrasi dan koordinasi antar lembaga lain. Ekonomi kreatif kontemporer di Indonesia membutuhkan peningkatan daya saing produk Nasional agar mampu bertahan dalam ketatnya persaingan di pasar dunia. Oleh karena itu, pemerintah bekerja sama dengan Kementerian Perindustrian dan Kementerian Koperasi Kecil dan Menengah melalui Kementerian Perdagangan. Perusahaan yang kemudian didukung oleh KADIN membentuk tim desain Indonesia Power, yang ingin memiliki tempat bagi produk Indonesia yang berstandar internasional, namun tetap berkarakter Nasional di pasar dunia. Melihat kontribusi yang besar tersebut, pemerintah gencar melakukan penelitian untuk mencanangkan konsep pengembangan industri kreatif. Pentingnya industri kreatif di zaman modern di

Indonesia memiliki dampak langsung dan tidak langsung antara lain:

1. Kontribusi ekonomi terkait dengan penerimaan Pendapatan Domestik Bruto (PDB), menciptakan lapangan pekerjaan di bidang ekspor
2. Iklim bisnis dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan sektor lain di bidang pemasaran;
3. Identitas dan Citra bangsa untuk meningkatkan kunjungan wisatawan asing, ikon Nasional, membangun warisan budaya dan nilai kearifan lokal;
4. Sumber daya terbarukan berbasis pengetahuan, kreativitas dan greiein community;
5. Inovasi dan kreativitas dalam penciptaan nilai, ide, dan gagasan; atau
6. Dampak sosial untuk peningkatan kualitas hidup, pemerataan kesejahteraan dan toleransi sosial.

Membangun Peran UMKM Dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif

Peran UMKM dalam menumbuhkan ekonomi kreatif memerlukan kerjasama dari berbagai pihak untuk mencapai kemajuan di dunia usaha di era revolusi 5.0 sekarang ini. Tidak hanya pemerintah dan pelaku UMKM itu sendiri, tetapi juga masyarakat perlu membantu mengembangkan UMKM tersebut. Upaya tersebut dapat tercermin melalui penggunaan produk lokal dan kampanye untuk senantiasa menggunakan produk buatan anak Negeri. Selain itu, Kerjasama antar individu diperlukan untuk menghindari terciptanya persaingan yang tidak sehat. Pihak pemerintah mengatakan melakukan pengembangan UMKM untuk menumbuhkan ekonomi kreatif harus dilakukan secara bersama-sama.

UMKM berbasis ekonomi kreatif harus senantiasa menjaga mutu serta meningkatkan kreativitas dan inovasinya dalam menghasilkan karya-karya baru. Peningkatan kreativitas bagi para pelaku UMKM dapat dilakukan melalui serangkaian proses pelatihan dari pemerintah

seperti manajemen pengelolaan usaha, manajemen pemasaran, keuangan, dan lain sebagainya. Hal tersebut juga merupakan salah satu senjata yang ampuh untuk terus mengembangkan potensi budaya lokal. Peran pemerintah secara penuh tentunya sangat diperlukan untuk membantu proses pengembangan UMKM kreatif.

Adapun peran Ekonomi kreatif untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi adalah membantu dalam menciptakan lapangan kerja (job creation), meningkatkan hasil ekspor (export earning), meningkatkan teknologi (technology development), dan menambah kekayaan intelektual (intellectual property) (Suryana, 2013:36).

1. Ekonomi kreatif sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi pada suatu bangsa yang disebabkan oleh beberapa hal yaitu:
2. Ekonomi kreatif dapat memajukan aspek ekonomi, budaya dan sosial yang berkaitan dengan kekayaan intelektual, teknologi, dan pariwisata;
3. Ekonomi kreatif juga meningkatkan devisa di dalam negeri, menciptakan lapangan kerja, dan pendapatan ekspor; dan
4. Ekonomi kreatif juga dapat mempromosikan keragaman budaya dan pengembangan sumber daya manusia;

Pendekatan dan Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Kepada Masyarakat

Pertumbuhan ekonomi berarti perkembangan fungsi-fungsi ekonomi yang mengarah pada peningkatan barang dan jasa yang dihasilkan masyarakat dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Masalah pertumbuhan ekonomi dapat dipandang sebagai masalah ekonomi makro dalam jangka panjang. Dari masa ke masa, kemampuan negara untuk memproduksi barang dan jasa meningkat. Peningkatan efisiensi ini disebabkan oleh fakta bahwa faktor-faktor produksi terus meningkat secara kuantitas dan kualitas. Investasi selalu menambah jumlah barang dan modal. Teknologi yang digunakan terus berkembang.

Selain itu, angkatan kerja meningkat karena pertumbuhan penduduk, dan pengalaman kerja serta pendidikan keahlian meningkat. Sehingga perlu adanya akses dan penguatan masyarakat terkait dengan ekonomi kreatif.

Pengembangan masyarakat terjadi di berbagai bidang kehidupan masyarakat, seperti pendidikan, teknologi, bisnis, dan lain-lain. Sangat penting untuk menerapkan strategi pengembangan masyarakat melalui pemberdayaan ekonomi, terutama pada masyarakat berpenghasilan menengah dan rendah. Saat ini pemberdayaan masyarakat pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam suatu kelompok masyarakat mungkin sangat produktif, selain tujuannya untuk mandiri dalam ekonomi kerakyatan dan sebagai upaya memberikan kontribusi yang baik bagi masyarakat untuk dibagi (Fahrudin, 2018).

Pembinaan usaha kecil dan usaha rakyat adalah upaya pemerintah, pemerintah daerah, dunia usaha, dan masyarakat untuk memberdayakan usaha kecil dengan memberikan kemudahan, pembinaan, dukungan dan motivasi untuk menguatkan, dan meningkatkan keterampilan dan daya saingnya. Kebijakan pengembangan usaha masyarakat dilaksanakan dalam bentuk pemberdayaan, pertumbuhan usaha, pembiayaan dan pengembangan serta penjaminan dan kemitraan agar usaha ekonomi masyarakat tumbuh dan mandiri. Pengentasan kemiskinan melalui penguatan usaha ekonomi kerakyatan dapat tercapai karena ekonomi kerakyatan secara efektif mengembangkan potensi sumber daya keuangan untuk meningkatkan pendapatan bagi kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, strategi pengembangan masyarakat dan pemberdayaan ekonomi sangat layak dilakukan. Akses industri kreatif dapat menjadi solusi pengentasan kemiskinan dan peningkatan kesejahteraan. Saat ini industri kreatif dan UMKM memiliki potensi besar untuk pengembangan dan

pemberdayaan masyarakat, sehingga tidak perlu lagi mendorong sektor industri sebagai alat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kelebihan, Peluang, dan Tantangan Ekonomi Kreatif

Ekonomi Kreatif di Indonesia mulai berkembang pesat sekitar tahun 2006/2007. Saat itu, pemerintah mengeluarkan pedoman pengembangan ekonomi bentuk ini. Pameran Ekonomi Kreatif telah berlangsung beberapa waktu lalu dan masih diselenggarakan setiap tahun. Diukur dari perkembangannya, Ekonomi Kreatif banyak manfaatnya. Di bawah ini adalah beberapa manfaat Ekonomi Kreatif antara lain memberikan kontribusi bagi perekonomian secara keseluruhan, menciptakan lingkungan bisnis yang positif karena setiap orang dapat bekerja dengan bebas, meningkatkan citra bangsa Indonesia sebagai bangsa yang kreatif, dan menciptakan inovasi tanpa henti. Sumber daya tak terbatas, penciptaan lapangan kerja dan dampak sosial yang positif.

Peluang besar Ekonomi Kreatif juga terletak pada ketimpangan ekonomi, dimana setiap generasi harus mengembangkan ide-ide baru untuk memperjuangkan pertumbuhan ekonomi. Perbedaan ekonomi memberikan peluang bagi kelompok masyarakat untuk terus menciptakan Ekonomi Kreatif dan inovatif. Pada masa sekarang ini, UMKM harus siap menghadapi era revolusi 5.0 ini dengan sumber daya manusia (SDM) yang disediakan oleh tenaga kerja domestik setara tenaga kerja asing. Ketimpangan ekonomi dipahami sebagai fenomena ekonomi yang mengacu pada keadaan sosial ekonomi yang terjadi ketimpangan sedemikian rupa sehingga terlihat jelas perbedaannya. beberapa orang atau keluarga tidak mampu mencapai tujuan mereka. Penyebab utama ketimpangan ekonomi adalah setengah pengangguran di wilayah tersebut, yaitu ada sektor yang membutuhkan tenaga kerja lebih sedikit, sedangkan yang mau bekerja

semakin banyak. Kesenjangan tidak hanya pada pendapatan, tetapi juga pada kemampuan untuk memanfaatkan peluang terbaik.

Saat ini, masyarakat menjadi pusat keseimbangan gaya hidup dengan pembangunan ekonomi berbasis teknologi informasi dan komunikasi. Kualitas sumber daya manusia khususnya generasi milenial berdampak pada pembangunan ekonomi dan mengatasi perbedaan ekonomi yang ada. Itu sering terjadi. Milenial dengan segudang soft skill, mampu memanfaatkan peluang, kreativitas dan integritas dalam menjalankan bisnis mampu menciptakan produk yang bernilai dan berdaya saing.

SIMPULAN

Ekonomi Kreatif merupakan sektor unggulan untuk meningkatkan perolehan devisa bagi Indonesia. Perkembangan paralel Ekonomi Kreatif berdampak positif bagi kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi Negara. Kreativitas dan inovasi adalah keterampilan utama yang harus dimiliki seseorang ketika membangun dan mengembangkan bisnis di Ekonomi Kreatif. Dengan semakin berkembangnya perusahaan-perusahaan di bidang Ekonomi Kreatif membuka peluang besar untuk merekrut tenaga kerja, yang dapat berdampak pada penurunan angka pengangguran, peningkatan pendapatan daerah, dan citra positif daerah. Selain itu, dengan memanfaatkan sumber daya lokal untuk menghasilkan produk ekonomi kreatif dengan keunikannya masing-masing, dapat menumbuhkan produk lokal yang unggul dan berdaya saing di pasar lokal maupun global. Salah satu jenis perusahaan yang mengelola perusahaan Ekonomi Kreatif di Indonesia adalah UMKM.

Peran Ekonomi Kreatif sebagai mesin pertumbuhan ekonomi adalah berkontribusi dalam penciptaan lapangan kerja (job creation), meningkatkan pendapatan ekspor (export earning), meningkatkan teknologi (technological development) dan meningkatkan

kekayaan intelektual (intellectual property). Pengembangan masyarakat terjadi di berbagai bidang kehidupan masyarakat, seperti pendidikan, teknologi, bisnis, dan lain-lain. Sangat penting untuk menerapkan strategi pengembangan masyarakat melalui pemberdayaan ekonomi, terutama pada masyarakat berpenghasilan menengah dan rendah. Saat ini pemberdayaan masyarakat pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam suatu kelompok masyarakat mungkin sangat produktif, selain tujuannya untuk mandiri dalam ekonomi kerakyatan dan sebagai upaya memberikan kontribusi yang baik bagi masyarakat. untuk dibagi.

Ekonomi Kreatif di Indonesia mulai berkembang pesat sekitar tahun 2006. Saat itu, pemerintah menerbitkan pedoman pembangunan ekonomi tersebut. Pameran Ekonomi Kreatif telah berlangsung beberapa waktu lalu dan masih diselenggarakan setiap tahun. Diukur dari segi perkembangannya, Ekonomi Kreatif memiliki banyak keunggulan. Di bawah ini adalah beberapa manfaat Ekonomi Kreatif antara lain memberikan kontribusi bagi perekonomian secara keseluruhan, menciptakan lingkungan bisnis yang positif karena setiap orang dapat bekerja dengan bebas, meningkatkan citra bangsa Indonesia sebagai bangsa yang kreatif, dan menciptakan inovasi tanpa henti, sumber daya tak terbatas, penciptaan lapangan kerja dan dampak sosial yang positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi Adawiyah Dan Asmini. (2023). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Konflik Dan Produktivitas Sumber Daya Manusia*. Jateng: CV. Amerta Media.
- Anom Pancawati, A. P. & Rieka Yulita Widawara. (2023). Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Potensi Pariwisata. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 3 (1), 166–178.
- Arfan, N., & Hasan, H. A. (2020). *Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mirko Kecil dan Menengah*.
- Aini, Nur, Dkk. (2023). *Etika Bisnis Dan Wirausaha Menuju Visi Ekonomi Global*. Jateng: CV. Amerta Media.
- Bismala, L. (2020). Model manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan efektivitas usaha kecil menengah. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 5 (1), 19–26.
- El Hasanah, L. L. N. (2019). Pengembangan wirausaha muda ekonomi kreatif berbasis budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Study Pemuda*, 2 (4), 268–280.
- Fahrudin, A. (2020). *Pemberdayaan Partisipasi & Penguatan Kapasitas Masyarakat*. Humaniora. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2019). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1 (2), 61–76.
<https://do.org/10.26533/jmd.v12.175>
- Hendrawan, A., & dkk. (2019). Dimensi Kreativitas dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal HUMMANSI (Humaniora, Manajemen, Akuntansi)*, 2 (1).
- Ibrahim, H. (2019). “Analisis Keberlanjutan Usaha Pengrajin Ekonomi Kreatif Kerajinan Sutera Di Provinsi Sulawesi Selatan.” *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 23 (3), 210–219.
- Mayasari, N. (2019). *Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Palopo*. Vol. 2 (1).
- Meda, Tamrin, Dkk, (2022). *Buku Ajar: Pengantar Ekonomi Kreatif Dan*

Kewirausahaan Berbasis Syariah.
Jateng: CV. Amerta Media.

- Mustamin, S. W. (2022). Pengaruh Variabel Ekonomi Makro terhadap Kemiskinan di Kota Makassar Provinsi Sulawesi Selatan Makassar. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1 (1), 30–39. <https://doi.org/10.26618/j-heis.v11.1635>
- Pratama, S. P., & Maulida, S. (2022). Strategi Pengembangan Industri Kreatif di Era Digital pada Subsektor Kuliner dalam Sinergi Menuju *Smart Economy* Kota Banjarmasin. *Jurnal Ekonomi-Qu*, 12 (1), 69. <https://doi.org/10.35448/jeiqu.v12i1.16298>
- Putri, A. M. H. (2023). *Jumlah UMKM Capai 8,71 Juta, Bisa Jadi “Tameng” Resesi?* <https://www.cnbcindonesia.com/research/20230207115843-128-411724/jumlah-umkm-capai-871-juta-bisa-jadi-tameng-resesi>
- Suryana. (2019). *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Salemba Empat.
- Syukri, A. U., & Sunrawali, A. N. (2022). Digital marketing dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *kinerja*, 19 (1), 170–182. <https://doi.org/10.30872/jkn.v19i1.10207>