

Strategi Pengembangan Industri Kreatif Secara Digital Dengan Optimasi Penggunaan Canva dan Tiktok pada UMKM di Kabupaten Kuningan, Jawa Barat

Nurul Giswi Karomah¹, Elis Chalisyah², Bakri³, Nika Sintesa⁴, Yunita Indriany⁵

^{1,2,3,4,5}, Politeknik LP3I Jakarta

Email: nurulgiswi@gmail.com¹, elis.chalisyah@gmail.com², bakrispdmsi@gmail.com³,
nikasintesa@gmail.com⁴, indrianyyunita@gmail.com⁵

Article History:

Received: Desember 2023

Revised: Desember 2023

Accepted: Desember 2023

Abstract:

Industri kreatif memiliki peranan dalam meningkatkan pertumbuhan perekonomian dilihat dari banyaknya daerah yang memiliki sektor industri kreatif, salah satu daerah yang terdapat banyak penggiat industri kreatif adalah Kabupaten Kuningan - Jawa Barat. Tujuan dari pengabdian ini adalah memberikan wawasan kepada Industri Kreatif khususnya yang ada di Kabupaten Kuningan dalam menggunakan Digital Marketing sebagai sarana promosi, terutama dalam membuat konten dengan memaksimalkan dan mengoptimalkan penggunaan aplikasi Canva dan yang bisa menarik pelanggan melalui Tiktok yang dapat dengan mudah diakses oleh berbagai kalangan dan sangat mudah. Analisa yang dilakukan adalah dengan memetakan sejauh mana persoalan dalam membuat konten Tiktok dan penggunaan Canva serta dengan memberikan pelatihan dan pendampingan. Pendampingan kegiatan diikuti sekitar 50 peserta dari perwakilan pelaku Industri Kreatif di Kabupaten Kuningan. Metode yang digunakan adalah melalui Analisa pendekatan kualitatif dan wawancara, sebagai teknik pengumpulan data dan dideskriptifkan dengan berfokus pada penjelasan narasumber dan fakta yang diperoleh saat pengabdian. data yang didapat menjelaskan bahwa teknologi digital mampu menjadi sarana penunjang dalam keberlangsungan perkembangan industri kreatif, hal ini dapat dilihat dari banyaknya masyarakat yang menggunakan aplikasi. Hasil akhir dari kegiatan ini peserta mempunyai gambaran penggunaan Canva dan Tiktok.

Kata Kunci : Canva, Digital Marketing , Tiktok

Pendahuluan

Kabupaten Kuningan merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Jawa Barat yang memiliki banyak potensi yang sangat besar (Sahidin *et al.*, 2018). Selain memiliki estetika alam Kabupaten Kuningan juga memiliki keanekaragaman budaya serta norma yang tumbuh dan berkembang. Undang-Undang No 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan menyebutkan bahwa Kabupaten Kuningan mempunyai potensi yang cukup besar dalam 2 pengembangan sektor pariwisata, hal ini didukung oleh kondisi geografis yang berupa pegunungan dengan berbagai keindahan alam serta sumber-sumber mata air alami yang ada. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengatakan bahwasannya penyatuan kembali antara Kementerian Pariwisata dengan Ekonomi Kreatif yang dimana akan memudahkan pencapaian target untuk kedua sektor tersebut. Melalui penggabungan dan penyatuan yang ada, diharapkan untuk sektor pariwisata harus lebih kuat dikarenakan hasil dari bidang kreatif dapat mendukung sektor pariwisata begitupun sebaliknya (Kustiani, 2019). Ekonomi kreatif saat ini merupakan salah satu sektor yang diharapkan mampu menjadi kekuatan baru ekonomi nasional yang berkelanjutan dan dapat menekankan nya pada penambahan nilai barang melalui daya pikir serta kreativitas manusia.

Berdasarkan hal tersebut ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai salah satu pilihan terbaik dalam upaya pendapatan masyarakat. Ekonomi kreatif saat ini semakin diminati banyak orang seiring perkembangan informasi dan teknologi. Ekonomi kreatif pun menjadi salah satu denyut nadi perekonomian yang dimana memiliki hubungan erat di bidang budaya kewirausahaan yang diprediksi akan menjadi trend ekonomi dunia termasuk Indonesia yang akan ikut serta dalam berperan aktif pada Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Perkembangan ekonomi kreatif ini dapat dilihat dari seberapa besar faktor-faktor yang dapat mempengaruhinya, seperti hal nya pada faktor modal, komponen inti dan komponen pendukung serta faktor penggerak dan faktor pendorong. Hal ini dapat dijadikan sebagai kebutuhan dasar bagi para pelaku industri untuk mengembangkan usahanya serta mempertahankan produksinya. Terutama pada modal finansial dan material yang dipergunakan untuk pembelian bahan baku dan peralatan usaha serta untuk biaya operasional karena pada umumnya modal tersebut masih merasa kekurangan modal yang diperlukan untuk pelaku usaha. Pengembangan Ekonomi Kreatif dapat dilakukan melalui pemanfaatan pertumbuhan kegiatan pariwisata, hal ini mengingat bahwa dalam pariwisata memerlukan proses-proses kreatif. Misalnya mulai dari tahap perencanaan perencanaan, promosi yang kaya akan ide kreatif melalui berbagai desain iklan baik media cetak, elektronik maupun pertunjukkan.

Adapun Industri kreatif adalah sebuah aktivitas yang dijalankan oleh kumpulan orang sehingga dapat menciptakan suatu produk dari sebuah keterampilan yang dimiliki oleh kumpulan orang tersebut. Sebagaimana dijelaskan oleh departemen perdagangan RI “kegiatan manufaktur yang dibekali keterampilan dan kreatifitas seperti pengrajin dan lainnya adalah kegiatan yang mengandalkan keahlian dan pengembangan pikiran yang telah melekat pada seseorang sehingga dapat mengurangi jumlah pengangguran.”(Departemen Perdagangan

RI, 2008). Seperti dilansir dalam salah satu artikel yang menyatakan bahwa “Industri kreatif di Indonesia dalam beberapa tahun ini sedang menjadi pusat perhatian, hal ini dikarenakan industri kreatif berperan aktif bagi perekonomian di Indonesia. data yang didapatkan dari badan ekonomi kreatif, pada tahun 2017 industri kreatif berperan sebesar 7,28% terhadap nilai pasar negara” (Suprayogi & Suryana, 2020) Di Indonesia sendiri sudah banyak kota-kota yang dinilai memiliki kreativitas yang cukup tinggi sehingga dapat menciptakan suatu produk baik menjadi produk sebagai icon kota tersebut maupun produk sebagai kepentingan umum. Kota yang sangat identik dengan industri kreatifnya cukup besar sehingga menarik perhatian para peneliti yaitu Kabupaten Kuningan.

Industri kreatif memiliki peranan penting dalam meningkatkan pertumbuhan perekonomian nasional, yaitu dapat dilihat dari banyaknya daerah yang memiliki sektor industri kreatif, salah satu daerah yang terdapat banyak penggiat industri kreatif adalah Kabupaten Kuningan - Jawa Barat, beberapa industri kreatif yang terkenal diantaranya yaitu batik, bordir, kayu olahan, makanan olahan, dan lainnya. pengabdian ini bermaksud menjelaskan bagaimana keadaan industri kreatif di Kabupaten Kuningan, serta permasalahan yang tengah dihadapi oleh para pelaku industri dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif dan wawancara kepada dinas UMKM dan para pelaku industri kreatif sebagai teknik pengumpulan data dan dideskriptifkan dengan berfokus pada penjelasan narasumber dan fakta yang diperoleh saat pengabdian. data yang didapat menjelaskan bahwa teknologi digital mampu menjadi sarana penunjang dalam keberlangsungan perkembangan industri kreatif, hal ini dapat dilihat dari banyaknya masyarakat yang menggunakan aplikasi untuk menunjang segala aktivitas sehari-harinya, tentu saja ini menjadi tantangan bagi para penggiat pelaku industri kreatif untuk senantiasa selalu mengikuti arus perkembangan zaman. Jika pelaku tidak didukung dengan adanya teknologi digital, besar kemungkinan pasar yang dicapai hanya berada di sekitar industri kreatif sehingga penjualan tidak mencapai target. Maka dari itu, pentingnya peranan teknologi digital pada era sekarang bagi setiap industri kreatif sebagai perluasan target pasar.

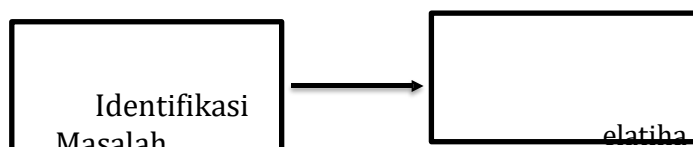
Digital marketing adalah kegiatan pemasaran produk dan layanan melalui media internet. Seiring perkembangan teknologi, pemasaran digital menjadi salah satu skill penting yang wajib dikuasai untuk memasarkan produk. Dengan banyaknya media digital di sekitar kita saat ini, sudah jelas bahwa digital marketing adalah cara pemasaran yang sangat efektif. Media pemasaran digital mencakup saluran komunikasi yang sering kita jumpai, baik melalui jaringan Internet maupun jaringan lainnya seperti telepon dan televisi. Banyak perusahaan kini mulai berlomba-lomba memaksimalkan kampanye-kampanye di dunia digital. Digitalisasi UMKM bukan sekadar pengembangan produk melalui pemasaran online untuk memperluas pangsa pasar, tetapi juga melibatkan perubahan pola pikir dalam memanfaatkan teknologi digital. Bukan menjadi rahasia lagi jika sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam memajukan perekonomian negara. UMKM telah menjadi tulang punggung perekonomian negara karena telah memberikan kontribusi PDB atau Produk Domestik Bruto dan juga menambah lapangan kerja untuk masyarakat. Hal ini terlihat dari data

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. Saat ini terdapat 65,4 juta UMKM di Indonesia yang mana telah mempekerjakan 114,7 juta orang atau sekitar 56% dari tenaga kerja di Indonesia.

Metode

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan presentasi materi secara Offline kepada para peserta yang hadir, menggunakan media infokus untuk menampilkan slide materi sehingga dapat dilihat dan dimengerti oleh peserta. Setelah pemaparan materi peserta diberi kesempatan untuk bertanya sehingga apa yang dijelaskan oleh Tim Dosen Politeknik LP3I Jakarta dapat dipahami dengan baik dan diberikan kesempatan terhadap peserta untuk berkontribusi aktif dalam menyimak dan mempelajari pelatihan tersebut, sehingga hasil yang diharapkan akan bermanfaat untuk kedepannya khususnya bagi peserta yang serius mengikuti pelatihan ini.

Kegiatan ini dipaparkan dengan jelas dan dibuktikan dengan data yang ada. Analisis deskriptif adalah sejenis pengabdian data yang membantu dalam menggambarkan, mendemonstrasikan, atau membantu meringkas poin-poin data sehingga pola-pola itu dapat berkembang yang memenuhi semua kondisi data. Data didapatkan dengan presentasi materi secara Offline kepada para peserta yang hadir, menggunakan media infokus untuk menampilkan slide materi sehingga dapat dilihat dan dimengerti oleh peserta. Alur Model Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Akan Digambarkan Pada Skema di bawah Ini ;



Gambar 1. Alur Skema Pelaksanaan Pelatihan

Hasil dan Pembahasan

Tema yang diambil adalah Konsep Digital Marketing Pada Industri Kreatif Kabupaten Kuningan Jawa Barat ini dilaksanakan oleh 5 Orang Dosen Politeknik LP3I Jakarta Target dari pengabdian ini adalah Memberikan pengetahuan tentang “Optimasi Canva dan Tiktok”. Pelaksanaan pelatihan dilakukan secara Offline kepada para Pelaku Industri Kreatif Kabupaten Kuningan didampingi oleh Dinas Koperasi, UKM, Perdagangan dan Perindustrian.

Di era digital ini yang paling dibutuhkan adalah adanya pemanfaatan digital dan juga kreativitas dalam pembuatan konten yang menarik. Kreativitas yang paling dibutuhkan dan berperan besar dalam industri ini adalah kreativitas. Mayoritas pelaku industri kreatif yang merupakan anak muda memiliki potensi dan kreativitas besar tanpa batas sehingga mendorong pertumbuhan industri kreatif Indonesia, kemajuan Teknologi. Bagi pelaku industri kreatif menengah, kemajuan teknologi berperan besar dalam mendukung industri kreatif. Media Sosial. Dari kemajuan teknologi, muncul media sosial yang pertumbuhan dan perannya memberikan potensi dan peluang besar bagi pelaku bisnis khususnya pelaku industri kreatif. Tidak

diperlukannya modal besar, biaya tambahan untuk biaya sewa tempat menjual, memudahkan pelaku industri kreatif kecil-menengah.

Industri kreatif merupakan perpaduan antara kreativitas, kemampuan, dan talenta yang menghasilkan sesuatu yang memiliki makna dan juga bernilai, perkembangan Industri kreatif yang terus mengalami peningkatan membuat pengaruh yang signifikan bagi perekonomian, seiring dengan berkembang zaman peran teknologi juga berpengaruh terhadap keberlangsungan dan perkembangan industri kreatif, ekonomi digital merupakan salah satu perkembangan teknologi yang memiliki pengaruh bagi industri kreatif, dengan adanya ekonomi digital membuat para penggiat industri kreatif memiliki cakupan yang lebih luas untuk memasarkan produknya kepada khalayak umum, selain itu dengan marketing digital masyarakat luas juga dapat mengetahui tentang keanekaragaman produk yang dihasilkan oleh penggiat industri kreatif dan tentunya hal ini juga dapat membuat citra daerah menjadi semakin dikenal, di balik sisi kemudahan dengan adanya promosi dengan digital dapat dengan mudah mengenal produk tersebut karena bisa diakses oleh semua pihak. Dengan adanya artikel perkembangan industri kreatif pada era digital ini diharapkan dapat memberi pengetahuan baru tentang perkembangan sektor industri kreatif bahwa penggunaan teknologi digital sangat diperlukan bagi penjualan maupun pemasaran. dan untuk **pengabdian** selanjutnya diharapkan dapat dilakukan secara empiris melalui metode lain agar nantinya ditemukan informasi yang lebih signifikan.

Program Pengabdian Pada Masyarakat (P3M) dengan tema Konsep Digital Marketing Pada Industri Kreatif Kabupaten Kuningan Jawa Barat ini dilaksanakan oleh 5 Orang Dosen Politeknik LP3I Jakarta Target dari pengabdian ini adalah Memberikan pengetahuan tentang “Optimasi Canva dan Tiktok”. Pelaksanaan pelatihan dilakukan secara Offline kepada para Pelaku Industri Kreatif Kabupaten Kuningan didampingi oleh Dinas Koperasi, UKM, Perdagangan dan Perindustrian. Kegiatan dihadiri oleh 50 orang peserta perwakilan dari UMKM. Adapun tahap kegiatan yang telah dilakukan sebagai berikut;

1. Tahap Persiapan

- a. Pembukaan dan perkenalan dengan Pelaku Industri Kreatif Kabupaten Kuningan Yang menjadi sasaran kegiatan & Promosi tentang PLJ Menggunakan Video
- b. Perkenalan Tim Dosen Politeknik LP3I Jakarta
- c. Sambutan dari Kepala Dinas Koperasi, UKM, Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Kuningan
- d. Ice breaking yang dilakukan oleh moderator

2. Tahap Pelaksanaan

Pemaparan Materi untuk pelatihan Optimasi Canva dan Tiktok oleh Narasumber. Pemberian materi mengenai Optimasi Canva dan Tiktok Pada Industri Kreatif kabupaten Kuningan dalam pengabdian kepada masyarakat ini yang meliputi:

- 1) Metode Ceramah

Ceramah adalah suatu cara yang digunakan oleh Guru untuk menyampaikan informasi kepada para pendengar di suatu ruangan. Dimana komunikasi yang terjadi hanya searah. Penceramah mendominasi seluruh kegiatan Sedangkan pendengar hanya memperhatikan dan membuat catatan seperlunya (Erman Suherman, 2001:169). Metode ini dipilih untuk menyampaikan konsep- konsep yang penting untuk dimengerti dan dikuasai oleh peserta pelatihan. Penggunaan Metode ini dengan pertimbangan bahwa metode ceramah yang dikombinasikan dengan gambar- gambar, animasi dan display dapat memberikan materi yang relatif banyak secara padat, cepat dan mudah. Materi yang diberikan meliputi: Cara Menggunakan Aplikasi Tiktok untuk Personal Branding dan Tips and Trik Untuk membuat desain menggunakan Canva.



Gambar 2. Kegiatan penyampaian Materi

2) Metode Tanya Jawab

Menurut Drs. Roestiyah N.K 2008, metode Tanya jawab adalah suatu cara mengajar dimana guru dan siswa aktif bersama, guru bertanya siswa memberikan jawaban, siswa mengemukakan pendapat ide baru, dan dengan ini guru bertujuan. Tanya jawab dan diskusi dalam pelatihan ini dilakukan untuk menggali persoalan-persoalan yang berhubungan dengan materi ceramah. Selain itu juga terkait kelemahan dan permasalahan yang sering dihadapi peserta Pelatihan.

Materi disampaikan, setelah pemaparan materi peserta diberi kesempatan untuk bertanya sehingga apa yang dijelaskan oleh Tim Dosen Politeknik LP3I Jakarta dapat dipahami dengan baik dan diberikan kesempatan terhadap peserta untuk berkontribusi aktif dalam menyimak dan mempelajari pelatihan tersebut, sehingga hasil yang diharapkan akan bermanfaat untuk kedepannya khususnya bagi peserta yang serius mengikuti pelatihan ini.



Gambar 3. Kegiatan peserta dalam penyampaian materi

3) Tahap Evaluasi

Pada akhir kegiatan, tim abdimas menyebarkan kuesioner sebagai evaluasi pelaksanaan kegiatan. Berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh peserta sebanyak 43 orang melalui Google Form mengenai evaluasi pelaksanaan abdimas, diketahui peserta jika kegiatan ini diselenggarakan kembali dan bersedia untuk berpartisipasi atau terlibat sebesar 100 %. Untuk lebih jelasnya, hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Rekapitulasi Survey Evaluasi kegiatan kepada peserta

No	Pertanyaan	Persentase (%)
1	Kegiatan yang disampaikan bermanfaat untuk menambah wawasan, pengetahuan, keterampilan dan keahlian peserta	73,6%
2	Saya merasa puas dengan kegiatan yang diselenggarakan oleh Politeknik LP3I Jakarta	70 %
3	Kegiatan yang dilakukan oleh Politeknik LP3I jakarta sesuai dengan harapan saya	75,5 %
4	Saya merasa puas dengan materi yang disampaikan	83,6 %
5	Jika kegiatan ini diselenggarakan kembali, saya bersedia untuk berpartisipasi / terlibat	100%

Sumber: Data primer penulis, 2023

Kesimpulan

Industri kreatif merupakan perpaduan antara kreativitas, kemampuan, dan talenta yang

menghasilkan sesuatu yang memiliki makna dan juga bernilai, perkembangan Industri kreatif yang terus mengalami peningkatan membuat pengaruh yang signifikan bagi perekonomian, seiring dengan berkembang zaman peran teknologi juga berpengaruh terhadap keberlangsungan dan perkembangan industri kreatif, ekonomi digital merupakan salah satu perkembangan teknologi yang memiliki pengaruh bagi industri kreatif, dengan adanya ekonomi digital membuat para penggiat industri kreatif memiliki cakupan yang lebih luas untuk memasarkan produknya kepada khalayak umum, selain itu dengan marketing digital masyarakat luas juga dapat mengetahui tentang keanekaragaman produk yang dihasilkan oleh penggiat industri kreatif dan tentunya hal ini juga dapat membuat citra daerah menjadi semakin dikenal, di balik sisi kemudahan dengan adanya promosi dengan digital dapat dengan mudah mengenal produk tersebut karena bisa diakses oleh semua pihak. Dengan adanya artikel perkembangan industri kreatif pada era digital ini diharapkan dapat memberi pengetahuan baru tentang perkembangan sektor industri kreatif bahwa penggunaan teknologi digital sangat diperlukan bagi penjualan maupun pemasaran. dan untuk pengabdian selanjutnya diharapkan dapat dilakukan secara empiris melalui metode lain agar nantinya ditemukan informasi yang lebih signifikan.

Pengakuan/Acknowledgements

Ucapan terima kasih ditujukan kepada:

1. Direktur Politeknik LP3I Jakarta, yang telah memfasilitasi sehingga terlaksananya dengan baik program pengabdian kepada masyarakat ini,
2. Kepala Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Perdagangan dan Perindustrian, Pemerintah Daerah Kabupaten Kuningan, Jawa Barat yang telah membantu kegiatan dari persiapan hingga selesainya program ini.
3. Seluruh pelaku usaha UMKM yang telah mengikuti program ini,
4. Semua pihak yang terlibat yang tidak bisa kami sebutkan satu per satu, yang telah berkontribusi sehingga program ini berjalan dengan lancar dan tertib.

Daftar Referensi

- Aysa, I. R. (2020). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Digital. Jurnal AtTamwil: Kajian Ekonomi Syariah, 2(2), 121-138.
- Darusman, Y. (2016). Kearifan Lokal Kerajinan Bordir Tasikmalaya Sebagai Ekonomi Kreatif Terbuka Untuk Modern (Studi di Kota Tasikmalaya Jawa Barat). Journal of Nonformal Education, 2(2).
- Departemen Perdagangan RI. 2008. Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025.
- Haryadi, Dedi. (2019). Bekraf di Daerah Akan Dorong Peningkatan Industri Kreatif.[Online] tersedia di:
<https://www.ayotasik.com/explore-tasik/pr33847425/Bekraf-di-Daerah-Akan-Dorong-Peningkatan-Industri->

Kreatif.[Diakses Pada tanggal 2 November 2022]

- (Haryadi, 2019) Herlambang, Y. (2015). Peran Kreativitas Generasi Muda Dalam Industri Kreatif Terhadap Kemajuan Bangsa. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi (Tematik)*, 2(1), 61-71.
- Kamil, A. (2015). Industri kreatif Indonesia: Pendekatan analisis kinerja industri. *Media Trend*, 10(2), 207-225.
- Lontoh, J. K., Tumbel, A. L., & Kawet, R. C. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Promosi Bagi Pengembangan Pemasaran Wisata Danau Linow Di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(4).
- Maesaroh, S. S. Peran Gender dalam Negosiasi Karir: Pendekatan Teori Ekuitas. *Indonesian Journal of Digital Business*, 2(1), 1-8.
- Rahmi, A. N. (2018, September). Perkembangan industri ekonomi kreatif dan pengaruhnya terhadap perekonomian di indonesia. In *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)* (Vol. 2, No. 1, pp. 1386-1395).
- Nasir, dan Yuslinaini, (2017), Analisis Pemetaan Industri Kreatif Subsektor Kerajinan Serta Dampak Peningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Kabupaten Aceh Besar, Banda Aceh: *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, 1(1), 2017,11-17
- Nurjanah, Siti. (2013). Analisis Pengembangan Program Bisnis Industri Kreatif Penerapannya Melalui Pendidikan Tinggi. Jakarta: *JMA Vol. 18 No. 2 Oktober - November 2013*
- Siswanto, Tito. (2013). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah: Jakarta. *Jurnal Liquidity*. Vol. 2 No. 1, Januari- Juni 2013, hlm 80
- Supradono, Bambang, dkk, (2011). Peran Sosial Media Untuk Manajemen Hubungan Dengan Pelanggan Pada Layanan E-Commerce. Semarang: *VALUE ADDED*, Vol.7, No.2, Maret 2011 – Agustus 2011 <http://jurnal.unimus.ac.id>