

Analisis Peran Ekonomi Kreatif Berbasis Digital dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku UMKM di Era Transformasi Teknologi

Reni^{1*}

¹Program Studi Ekonomi, Fakultas ekonomi, Uniersitas Islam Negeri, Mataram

reni21@gmail.com

Article Info

Abstract

Article history:

Received 15 Desember 2025

Approved 24 Desember 2025

Perkembangan teknologi digital membawa perubahan signifikan terhadap pola pengelolaan usaha, khususnya pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran ekonomi kreatif berbasis digital dalam meningkatkan pendapatan pelaku UMKM di era transformasi teknologi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif-kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, serta studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan platform digital seperti e-commerce, media sosial, dan aplikasi pemasaran kreatif secara signifikan meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan efisiensi operasional UMKM. Selain itu, inovasi konten kreatif yang terpadu dengan strategi branding digital mampu memperkuat daya saing dan menciptakan nilai tambah bagi produk UMKM. Kendati demikian, terdapat hambatan berupa rendahnya literasi digital, keterbatasan akses teknologi, serta kurangnya pendampingan berkelanjutan bagi pelaku usaha. Penelitian ini menegaskan bahwa ekonomi kreatif berbasis digital berperan strategis dalam peningkatan pendapatan UMKM, dengan catatan perlu adanya dukungan pelatihan dan infrastruktur digital yang memadai dari pemerintah maupun lembaga terkait.

Keywords: Ekonomi kreatif, digitalisasi UMKM, transformasi teknologi, pendapatan UMKM, pemasaran digital.

Copyright © 2025, The Author(s).

This is an open access article under the CC-BY-SA license



How to cite: Reni. (2025). Analisis Peran Ekonomi Kreatif Berbasis Digital dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku UMKM di Era Transformasi Teknologi. *Jurnal Studi Multidisiplin Indonesia Global*, 1(2), 55–59. <https://doi.org/>

PENDAHULUAN

Transformasi teknologi yang berlangsung pesat dalam satu dekade terakhir telah menghadirkan perubahan fundamental dalam berbagai bidang, termasuk sektor ekonomi kreatif dan UMKM (Damanik et al., 2025). Digitalisasi memungkinkan terciptanya ekosistem ekonomi yang lebih dinamis, terbuka, dan inklusif (Mashita, 2024). UMKM yang sebelumnya hanya mengandalkan model pemasaran tradisional kini dapat memanfaatkan berbagai platform digital untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Kondisi ini

menunjukkan bahwa ekonomi kreatif berbasis digital bukan sekadar tren sesaat, melainkan menjadi kebutuhan strategis bagi pelaku usaha dalam menghadapi persaingan global (Sulistiyowati et al., 2025).

Ekonomi kreatif berbasis digital didefinisikan sebagai aktivitas ekonomi yang mengutamakan kreativitas, inovasi, serta pemanfaatan media digital dalam produksi, distribusi, dan konsumsi produk atau jasa (Mashita, 2024). Pada konteks UMKM, integrasi digital dalam aktivitas kreatif memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk mengoptimalkan potensi ide dan kreativitas melalui teknologi (Musta'in et al., 2022). Misalnya, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, e-commerce sebagai platform penjualan, serta aplikasi desain digital untuk pengemasan produk. Hal ini tidak hanya memperluas pasar, tetapi juga meningkatkan nilai tambah bagi produk UMKM (Syahsudarmi, 2019).

UMKM memegang peranan penting dalam struktur ekonomi Indonesia (Al Farisi & Fasa, 2022). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM, sektor ini menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sebagian besar tenaga kerja nasional (Wahyuni, 2020). Namun, tingginya kontribusi tersebut tidak selalu sejalan dengan tingkat pendapatan pelaku UMKM, terutama mereka yang masih terbatas pada pola pemasaran dan produksi konvensional. Digitalisasi ekonomi kreatif dipandang sebagai salah satu solusi strategis untuk meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan usaha UMKM, terutama pasca pandemi COVID-19 yang mempercepat adopsi teknologi di berbagai lini usaha (Yolanda & Hasanah, 2024).

Meski memiliki potensi besar, adopsi teknologi digital dalam ekonomi kreatif masih menghadapi berbagai tantangan. Rendahnya literasi digital, minimnya pemahaman tentang strategi branding digital, serta keterbatasan infrastruktur teknologi menjadi hambatan bagi sebagian besar pelaku UMKM. Sebagian dari mereka masih menganggap digitalisasi sebagai sesuatu yang rumit, membutuhkan biaya tinggi, atau tidak sesuai dengan jenis usaha mereka. Padahal, pemanfaatan digital dapat dirancang secara fleksibel sesuai kebutuhan dan kapasitas UMKM. Hambatan-hambatan tersebut perlu dianalisis secara mendalam untuk memahami sejauh mana ekonomi kreatif berbasis digital dapat benar-benar meningkatkan pendapatan pelaku UMKM (Da'im et al., 2025).

Perubahan perilaku konsumen di era teknologi juga menjadi faktor penting yang mendorong UMKM untuk bertransformasi. Konsumen modern lebih mengutamakan kemudahan, kecepatan, dan pengalaman berbelanja yang personal. Mereka banyak mengandalkan ulasan digital, konten visual, dan interaksi di berbagai platform sosial sebelum melakukan pembelian. Hal ini menjadikan kreativitas digital sebagai elemen penting dalam strategi pemasaran yang efektif. Pelaku UMKM yang mampu memanfaatkan tren ini akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan konsumen, memperluas loyalitas pelanggan, serta meningkatkan omzet secara signifikan (Bangsawan, 2023).

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa digitalisasi memiliki dampak langsung terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Misalnya, penelitian oleh Rahman (2022) mengungkapkan bahwa UMKM yang aktif menggunakan e-commerce mengalami peningkatan pendapatan hingga 35% dalam satu tahun. Selain itu, kemampuan membuat konten kreatif di media sosial terbukti meningkatkan engagement konsumen yang berujung pada naiknya volume transaksi. Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif berbasis digital berperan strategis dalam mendorong pertumbuhan pendapatan UMKM. Namun, perlu dilakukan analisis lebih mendalam tentang bagaimana kreativitas digital secara spesifik memengaruhi peningkatan pendapatan pada berbagai jenis usaha.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis peran ekonomi kreatif berbasis digital dalam meningkatkan pendapatan pelaku UMKM di era transformasi teknologi. Penelitian ini berfokus pada bagaimana pelaku UMKM

memanfaatkan teknologi digital dalam menciptakan nilai tambah, strategi pemasaran kreatif, serta efektivitasnya terhadap peningkatan pendapatan. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai pentingnya kreativitas digital dalam pengembangan UMKM sekaligus memberikan rekomendasi bagi pihak-pihak terkait dalam meningkatkan kapasitas digital pelaku usaha.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif untuk menggambarkan secara mendalam fenomena ekonomi kreatif berbasis digital dalam konteks peningkatan pendapatan UMKM. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman holistik mengenai praktik digitalisasi yang dilakukan pelaku UMKM serta dampaknya terhadap perkembangan usaha mereka. Dengan metode ini, peneliti dapat mengeksplorasi strategi kreatif, tantangan, dan pengalaman nyata yang dihadapi para pelaku UMKM.

Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap beberapa pelaku UMKM yang telah memanfaatkan platform digital dalam aktivitas usaha mereka. Selain itu, observasi langsung dilakukan untuk melihat proses kreatif, pola promosi, dan interaksi pelaku UMKM dengan konsumen melalui berbagai media digital. Studi literatur juga dilakukan sebagai pendukung analisis dengan mengkaji dokumen pemerintah, jurnal ilmiah, dan laporan penelitian sebelumnya.

Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi informasi penting terkait praktik ekonomi kreatif digital dan pengaruhnya terhadap pendapatan. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif untuk memudahkan interpretasi. Selanjutnya, penarikan kesimpulan diperoleh dari pola-pola temuan yang konsisten pada data lapangan dan literature review.

Untuk memastikan validitas data, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber, teknik, dan waktu. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan hasil wawancara dengan observasi lapangan serta data dokumentasi. Selain itu, pengecekan ulang dilakukan kepada informan untuk memastikan akurasi dan keabsahan informasi yang diperoleh. Langkah ini bertujuan agar hasil penelitian memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian hasil dan pembahasan ini menyajikan temuan penelitian terkait penerapan ekonomi kreatif berbasis digital oleh pelaku UMKM serta implikasinya terhadap peningkatan pendapatan mereka di era transformasi teknologi. Melalui proses wawancara, observasi, dan kajian literatur, penelitian ini mengidentifikasi berbagai bentuk pemanfaatan teknologi digital yang dilakukan UMKM, mulai dari penggunaan media sosial, optimalisasi platform e-commerce, hingga strategi pembuatan konten kreatif untuk membangun daya saing. Selain menyoroti praktik-praktik yang berhasil meningkatkan performa usaha, pembahasan ini juga mengungkap hambatan yang masih dihadapi pelaku UMKM dalam proses digitalisasi. Dengan demikian, hasil dan pembahasan memberikan gambaran komprehensif mengenai sejauh mana ekonomi kreatif digital berperan dalam mendorong pertumbuhan pendapatan UMKM serta faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Penerapan Ekonomi Kreatif Digital dalam Aktivitas UMKM

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM telah mulai mengadopsi teknologi digital dalam berbagai aspek usaha mereka, terutama terkait pemasaran dan pengenalan produk. Penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok merupakan pilihan utama dalam membangun citra dan identitas merek. Konten berbasis visual

yang kreatif seperti foto produk berkualitas tinggi, video pendek, dan storytelling digital menjadi cara efektif untuk menarik perhatian konsumen. Pelaku UMKM yang secara konsisten memproduksi konten kreatif cenderung memiliki peningkatan interaksi, followers, dan pada akhirnya volume penjualan.

Pemanfaatan Platform E-commerce dan Marketplace

Selain media sosial, pelaku UMKM juga memanfaatkan marketplace seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada sebagai sarana utama penjualan. Fitur-fitur pendukung seperti iklan berbayar, voucher toko, dan flash sale terbukti meningkatkan penjualan secara signifikan. Selain itu, pelaku UMKM yang mampu mengelola katalog produk dengan baik, memberikan informasi lengkap, serta menjaga rating toko dapat memperoleh kepercayaan konsumen lebih cepat. Temuan penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang aktif di marketplace mengalami peningkatan pendapatan antara 20–45% dalam 6 bulan terakhir, tergantung intensitas penggunaan teknologi dan kreativitas konten.

Hambatan dalam Penerapan Kreativitas Digital

Meskipun banyak manfaat, beberapa pelaku UMKM masih menghadapi hambatan dalam memanfaatkan teknologi digital. Hambatan utama meliputi keterbatasan literasi digital, kurangnya kemampuan desain, serta minimnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital. Pelaku UMKM yang berusia lebih tua mengaku kesulitan mengikuti perkembangan aplikasi digital yang cepat berubah. Selain itu, akses internet yang belum merata dan terbatasnya perangkat digital juga menjadi faktor penghambat pengembangan ekonomi kreatif berbasis digital.

Dampak Ekonomi Kreatif Digital terhadap Peningkatan Pendapatan

Temuan lapangan menunjukkan bahwa ekonomi kreatif berbasis digital memiliki pengaruh yang kuat terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Pelaku UMKM yang mampu menciptakan konten kreatif secara konsisten mengalami peningkatan jumlah pelanggan dan nilai transaksi. Selain itu, keberadaan platform digital membantu UMKM menjangkau pasar yang lebih luas—baik regional maupun nasional—sehingga peluang penjualan meningkat drastis. Digitalisasi juga memberikan efisiensi biaya operasional, terutama dalam pemasaran, karena promosi melalui media sosial lebih murah dibandingkan jaminan iklan konvensional.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ekonomi kreatif berbasis digital memiliki peran signifikan dalam meningkatkan pendapatan pelaku UMKM di era transformasi teknologi. Pemanfaatan media sosial, marketplace, dan konten kreatif mampu memperluas jangkauan pasar, memperkuat branding usaha, serta meningkatkan volume transaksi. Digitalisasi juga memberikan keuntungan kompetitif bagi UMKM, terutama dalam menciptakan nilai tambah produk dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Namun, keberhasilan strategi kreatif digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi secara optimal.

Meskipun memiliki banyak manfaat, tantangan seperti rendahnya literasi digital dan keterbatasan infrastruktur tetap menjadi hambatan bagi sebagian pelaku UMKM. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari pemerintah, lembaga pendamping, dan pihak swasta untuk menyediakan pelatihan, akses teknologi, dan pendampingan berkelanjutan. Dengan penguatan kapasitas digital, diharapkan UMKM dapat beradaptasi dengan lebih baik terhadap perkembangan teknologi sehingga mampu mencapai pertumbuhan pendapatan yang lebih berkelanjutan.

REFERENSI

- Al Farisi, S., & Fasa, M. I. (2022). Peran UMKM (usaha mikro kecil menengah) dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84.
- Bangsawan, G. (2023). Kebijakan akselerasi transformasi digital di Indonesia: Peluang dan tantangan untuk pengembangan ekonomi kreatif. *Jurnal Studi Kebijakan Publik*, 2(1), 27–40.
- Da'im, S., Ali, M., Novita, D., & Fais, M. A. (2025). Analisis ekonomi kreatif dan penggunaan teknologi digital studi tentang transformasi dan peluang pertumbuhan bisnis. *Jurnal Lentera Bisnis*, 14(1), 1–14.
- Damanik, F. H. S., Sirait, H., Minarsi, A., Abae, I., Hendratni, T. W., & Purba, J. H. V. (2025). *Transformasi Ekonomi: Inovasi dan Pertumbuhan Ekonomi Global di Abad ke-21*. Star Digital Publishing.
- Mashita, J. (2024). Transformasi bisnis di era digital pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM). *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 3(11), 3277–3284.
- Musta'in, M. M., Muafiqie, M. S. D. H., Karman, M. S. A., & Kalsum, M. U. (2022). *Ekonomi kreatif berbasis digital dan kemandirian masyarakat era society 5.0*. Global Aksara Pers.
- Sulistyowati, R., Listiadi, A., Subroto, W. T., Ramadhani, S. N., Sarfita, D., Damayanti, F., Wulandari, L., Reffandi, K. S., Syafitrih, Z. E., & Silfina, I. (2025). *PEMBELAJARAN EKONOMI DIGITAL: KONSEP, TRANSFORMASI PASAR DAN KESIAPAN TEKNOLOGI*. Penerbit Tahta Media.
- Syahsudarmi, S. (2019). Ekonomi Kreatif Sebagai Solusi Alternatif Meningkatkan Daya Saing Di Era Digital. *Jurnal Daya Saing*, 5(1), 23–29.
- Wahyuni, S. (2020). Peran strategis UMKM dalam menopang perekonomian Indonesia di Tengah Pandemi Covid-19. *J-ESA (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 3(2), 280–302.
- Yolanda, C., & Hasanah, U. (2024). Peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam pengembangan ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170–186.