

# KATALISASI PRODUK EKONOMI KREATIF UNGGULAN UMKM KECAMATAN KARANGGENENG BERBASIS MODEL CROWDFUNDING

Eka Fais Wahyuli<sup>1</sup>, Fitri Nurjannah<sup>2</sup>, Muhammad Hari Mulana Yusuf<sup>3</sup>

Universitas Islam Lamongan

*e-mail:* ekafais@unisla.ac.id

## Abstrak

Produk ekonomi kreatif unggulan yang terbentuk dari stock of knowledge sumberdaya manusia lingkungan sekitar melalui UMKM merupakan pendorong laju pertumbuhan ekonomi. Gelombang ekonomi kreatif yang terintegrasi serta budaya entrepreneur melekat erat pada pelaku UMKM Kecamatan Karanggeneng memerlukan tambahan akses permodalan guna mencapai suistainabilitas dalam peningkatan eksistensi otentiknya utamanya pada masa pasca pandemi covid-19. Konsep pemanfaatan mekanisme pengelolaan menuju katalisasi bisnis menggunakan digital media melalui model crowdfunding diindikasikan sebagai solusi yang dapat memberikan akses melalui pengembangan dan pemberdayaan yang dapat dilakukan dengan melaksanakan kegiatan pendampingan usaha secara intensif dan berkelanjutan. Spektrum model crowdfunding yang sudah berada dalam skala global memberikan skema pemecahan permasalahan dalam hal permodalan pada katalisasi produk UMKM Kecamatan Karanggeneng sebagai suatu usaha marginal dan subsistem dengan jenis produksi atau transaksi kelembagaan lokal.

**Kata kunci:** Ekonomi Kreatif, Berbasis, Crowdfunding

## Abstract

The superior creative economic products formed from the stock of knowledge of the surrounding human resources through MSMEs are the drivers of the rate of economic growth. The wave of an integrated creative economy and entrepreneurial culture is closely attached to the UMKM actors in Karanggeneng District, requiring additional access to capital in order to achieve sustainability in increasing their authentic existence, especially in the post-covid-19 pandemic. The concept of utilizing management mechanisms to catalyze business using digital media through the crowdfunding model is indicated as a solution that can provide access through development and empowerment that can be done by carrying out intensive and sustainable business assistance activities. The spectrum of the crowdfunding model which is already on a global scale provides a problem-solving scheme in terms of capital for catalyzing MSME products in Karanggeneng District as a marginal business and subsystem with the type of production or local institutional transactions

**Keywords:** MSMEs, Entrepreneurship, Finance

## PENDAHULUAN

Produk ekonomi kreatif unggulan merupakan sektor utama kualitas kreatifitas sumberdaya manusia terbentuk sehingga mendorong laju pertumbuhan ekonomi yang diharapkan mampu mencapai suistainabilitas. Produk unggulan juga diharapkan dapat terbentuk dari *stock of knowledge* sumberdaya manusia lingkungan sekitar yang bersumber melalui UMKM. Kecamatan Karanggeneng merupakan kecamatan dengan 18 desa dimana sekaligus terdapat 2 desa mandiri yang terpilih dalam program Desa Berdaya 2021 melalui program yang diinisiasi oleh Pemerintah Provinsi Jawa Timur yaitu Desa Latukan dengan sentra budidaya ikan koi dan Desa Karanggeneng dengan icon pasar cidere dan pusat oleh-oleh UMKM sehingga potensi Kecamatan Karanggeneng sebagai wilayah ekonomi kreatif adalah potensial.



Gambar 1. Potensi Kecamatan Karanggeneng

Kecamatan Karanggeneng sebagai kawasan UMKM kreatif memiliki produk unggulan pada tiap desa diantaranya UMKM rumah ontong Salsabilla, UMKM genteng inti jaya, UMKM budidaya ikan koi, dan sebagainya yang merupakan kandidat potensial produk ekonomi kreatif unggulan Kabupaten Lamongan.

Eksistensi Kecamatan Karanggeneng sebagai daerah potensial ditunjukkan dengan tersebarnya UMKM mandiri yang kompeten. Data yang tersaji dalam BPS sebanyak 2.787 UMKM tersebar. Kondisi ini diimbangi oleh budaya competitive entrepreneur yang melekat pada UMKM Kecamatan Karanggeneng sehingga mampu mempertahankan eksistensi otentiknya serta mendorong tercapainya katalisasi produk ekonomi kreatif unggulan Kecamatan Karanggeneng. Effort yang ditunjukkan oleh pelaku usaha untuk semakin unggul dan sustainable selanjutnya diperlukan inisiatif untuk membangun diri dalam era konvergensi media yang ada. Pemanfaatan mekanisme pengelolaan bisnis dengan memanfaatkan jejaring sosial memberi harapan menuju penguatan modal dan strategi bersaing pelaku UMKM.

Gelombang ekonomi kreatif yang sudah terintegrasi serta budaya entrepreneur yang melekat pada pelaku UMKM Kecamatan Karanggeneng kurang mampu berkembang jika tidak didukung dengan adanya tambahan modal untuk peningkatan eksistensinya utamanya dalam masa sulit pasca pandemi covid-19 ini yang mana berimbas pada UMKM yang dipaksakan untuk mampu bertahan dan berkembang.

Konsep pemanfaatan digital media sebagai upaya menggebrak revolusi industri 4.0 sesuai tantangan Kementerian Perindustrian Republik Indonesia yaitu "Making Indonesia 4.0" dimana diestimasi mampu membawa peningkatan GDP sebesar 1%-2% per tahun dibandingkan dengan baseline pada periode 2018-2030 yang efeknya adalah pertumbuhan ekonomi sebesar 6% - 7% harus mampu direspon aktif oleh pelaku UMKM untuk mendapatkan akses pendanaan bisnis dengan memberikan kapasitas yang memadai.

Konsep penguatan pendanaan dengan pemanfaatan digital platform memerlukan pelatihan intensif yang mengoptimalkan stock of knowledge pelaku UMKM dalam memecahkan permasalahan yang dihadapinya. Kecamatan Karanggeneng sebagai pilar UMKM kabupaten Lamongan memiliki aspek strategis yang kuat utamanya dalam bidang sosial media sehingga mampu mendukung keberhasilan program menguat modal melalui model crowdfunding sebagaimana diungkapkan oleh Beier & Wagner [1]. Menurut Kaur & Gera Kesuksesan model pendanaan crowdfunding bergantung dari usaha pembuatnya [2] yang dalam hal ini adalah sikap optimisme pelaku UMKM ekonomi kreatif Kecamatan Karanggeneng. Selanjutnya Mekari [3] menambahkan bahwa pengembangan dan pemberdayaan dapat dilakukan dengan melaksanakan kegiatan pendampingan usaha. Dengan demikian pemilihan Kecamatan Karanggeneng melalui model crowdfunding guna mendukung produk ekonomi kreatif unggulan Kabupaten Lamongan sangat potensial memenuhi keberhasilan.

Sebagai usaha marginal dan subsistem dengan jenis produksi atau transaksi kelembagaan lokal, maka permasalahan UMKM Kecamatan Karanggeneng Kabupaten Lamongan dapat terakses sebagai berikut :

- 1) Kebutuhan ekspansi pasar luas
- 2) Kebutuhan modal tambahan
- 3) Manajemen akses yang masih tradisional
- 4) Dibutuhkan pelatihan dan pengembangan guna menarik investor potensial

Melihat spektrum model crowdfunding yang sudah berada dalam skala global maka diperlukan usaha klasifikasi pelaku usaha mikro untuk dapat diidentifikasi. UMKM Kecamatan Karanggeneng merupakan kandidat signifikan untuk program tersebut.

## METODE

Metode pelaksanaan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah strategi kronologis bertahap. Adapun tahapan tersebut adalah :

- a. Tahap Persiapan, Pada tahap ini tim melakukan koordinasi pihak terkait yang terlibat, survey lokasi, identifikasi kebutuhan program, pemetaan produk unggulan dari Kecamatan Karanggeneng, mempersiapkan alat dan bahan yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan, menentukan jadwal dan penanggungjawab kegiatan pelaksanaan di lapangan.
- b. Tahap Pelaksanaan, Pada tahap pelaksanaan tim melakukan proses pemberdayaan awal, pemberian materi pelatihan, pendampingan pembuatan konten digital, realisasi aktivitas pemberdayaan diterapkan secara intensif pada tahap ini.
- c. Tahap evaluasi, merupakan tahap dimana proses pengamatan capaian program, metode evaluasi reflektif dan berkelanjutan serta pendampingan keberlangsungan program dilakukan dengan menyesuaikan kebutuhan dan perlakuan yang disesuaikan untuk diberlakukan pada masing-masing unit UMKM di Kecamatan Karanggeneng.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dimulai pada bulan Agustus 2022 di Kecamatan Karanggeneng Kabupaten Lamongan dan dilaksanakan oleh Tim yang terdiri atas Dosen dan Mahasiswa. Tim Dosen terdiri atas 2 (dua) orang dan sekaligus menjadi pemateri pada kegiatan pengabdian ini yang pembagian tugasnya adalah sebagai berikut :

1. Eka Fais Wahyuli, S.E., M.M menjadi narasumber inovasi, pemberdayaan dan pengelolaan manajemen UMKM
2. Fitri Nurjannah, S.E., M.Ak menjadi narasumber pelatihan digital marketing Pelaksanaan kegiatan pengabdian dibantu oleh satu (satu) orang mahasiswa (Muhammad Hari Mulana Yusuf) dalam penyiapan sarana prasarana, penyebaran undangan, serta dokumentasi kegiatan.

Pada tahapan ini tim pengabdian melakukan kunjungan dan koordinasi ke Pemerintah Kecamatan Karanggeneng dan melakukan survey lokasi ke tempat pelaku UMKM Kecamatan Karanggeneng untuk kemudian dilakukan pengumpulan dokumen yang diperlukan guna dilakukan pemetaan produk unggulan sesuai klasifikasi sehingga solusi yang ditawarkan dapat diinventaris sesuai dengan target kegiatan yang akan dilaksanakan di lapangan. Tahap persiapan juga mencakup persiapan gambaran road map kegiatan yang tersistem dengan pertimbangan kesesuaian pada lokasi pengabdian ketika diterapkan.

### Tahap Pelaksanaan

Pada tahapan ini tim pengabdian melakukan kegiatan yang sudah direncanakan sebagai berikut :

1. Proses pemberdayaan awal program dengan tujuan mengklasifikasi kebutuhan serta observasi materi sesuai dengan kebutuhan dan permasalahan masing-masing unit produk ekonomi kreatif yang terdiri atas beragam jenis sehingga *treatment* yang diberikan dapat sesuai dengan sasaran dan kebutuhan unit ekonomi kreatif tersebut. Pada proses ini diharapkan sasaran kegiatan dalam hal ini adalah pelaku UMKM mampu menerima dengan baik proses-proses yang akan dilakukan oleh pengabdian sehingga tahap-tahap yang akan dilakukan selanjutnya akan lebih mudah tersampaikan dan terserap secara maksimal kepada pelaku UMKM Kecamatan Karanggeneng.
2. Pemberian materi pelatihan khususnya unit ekonomi kreatif yang sudah terpilih dan dipetakan sesuai klasifikasi diberikan materi umum mengenai digital marketing yang berguna dalam penyaringan program crowdfunding serta materi mengenai penguatan UMKM. Tahap ini merupakan tahap inti dimana materi-materi pengabdian diberikan kepada sasaran dengan harapan

terlaksananya program dapat memberikan khasanah keilmuan baru bagi sasaran program yakni pelaku UMKM Kecamatan Karanggeneng.

3. Pendampingan pembuatan konten digital yang inovatif, memiliki ciri khas serta mampu menarik donator dalam program crowdfunding sehingga sasaran utama program yaitu terjadinya perubahan positif oleh pelaku UMKM Kecamatan Karanggeneng pada era digital kini dapat tercapai secara efektif.
4. Pendampingan akses menuju platform digital yang merupakan kerjasama dari Universitas Islam Lamongan dengan dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Lamongan sebagai pihak yang menjembatani kepentingan pelaku UMKM dengan instansi pemerintah yang tentunya akan memudahkan tercapainya program pendanaan melalui metode *crowdfunding*.
5. Realisasi aktivitas yang dilakukan melalui pengembangan aktivitas pelatihan secara konsisten serta menyediakan kebutuhan akses, sarana prasarana, maupun dukungan *softskill* dan *hardskill* guna kebutuhan pemberdayaan program yang tercapai sesuai target yang diinginkan.



Gambar 2. Tahap Pelaksanaan UMKM

Hasil analisis dari kegiatan yang sudah dilakukan, diperoleh bahwa :

1. Motivasi mitra (pelaku UMKM Kecamatan Karanggeneng) sangat tinggi. Hal ini didukung dengan antusiasme pelaku UMKM Kecamatan Karanggeneng untuk semakin unggul dan optimis dalam pelaksanaan program pelatihan. Hal tersebut sesuai dengan prediksi awal kegiatan dimana sasaran program memiliki kemauan dan kemampuan untuk maju yang perlu untuk diasah dan dikembangkan.
2. Pengetahuan pelaku UMKM mengenai program *crowdfunding* dan kesadaran mengenai pentingnya digital marketing sebagai media promosi meningkat, hal ini dibuktikan dalam test pra dan pasca pelatihan serta aktivitas promosi yang meningkat dari masing-masing unit UMKM Kecamatan Karanggeneng.
3. Praktek pendampingan pembuatan konten digital marketing yang menarik serta memiliki *value* yang mampu bersaing pada era digital.

#### Tahap Evaluasi

Evaluasi keberlangsungan program dalam rangka peningkatan produk ekonomi kreatif unggulan melalui program crowdfunding UMKM Kecamatan Karanggeneng Kabupaten Lamongan dilaksanakan melalui 3 tahap, yaitu:

1. Proses pengamatan capaian program melalui perkembangan pendanaan crowdfunding secara intensif dan berkesinambungan
2. Pendampingan keberlangsungan program melalui evaluasi secara bertahap yang dilakukan setiap bulan, trisemester dan tahunan
3. Monitoring dan evaluasi yang reflektif dan berkelanjutan bersama mitra untuk mengetahui kekurangan dalam pelaksanaan program sehingga selanjutnya dapat diperbaiki bersama.

Kriteria keberhasilan kegiatan ini dapat diukur dengan tercapainya 4 (empat) kriteria yang menjadi target capaian kegiatan, yaitu : tingkat partisipasi, tingkat pemahaman, tingkat keterampilan dan keberlanjutan program. Adapun indikator dari status capaian program ini dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 1. Kriteria Keberhasilan Kegiatan

Indikator	Kriteria Capaian Program	Capaian Program
Tingkat Partisipasi	Kehadiran peserta 100%	Tercapai (peserta yang hadir 20 orang dari 20 undangan yang disebar)
	Terlaksananya pelatihan dan penyuluhan UMKM Kecamatan Karanggeneng	Tercapai (terlaksana kegiatan pelatihan dan penyuluhan)
Tingkat Pemahaman	Meningkatnya pemahaman pelaku UMKM Kecamatan Karanggeneng tentang pendanaan melalui model crowdfunding	Tercapai (Melalui kuisisioner)
	Meningkatnya pemahaman pelaku UMKM Kecamatan Karanggeneng tentang digital marketing	Tercapai (berdasarkan hasil kuisisioner)
Tingkat Keterampilan	Meningkatnya keterampilan pembuatan konten digital	Tercapai (berdasarkan hasil observasi saat pelatihan)
Keberlanjutan	Ada dan mengalami peningkatan	Tercapai

## SIMPULAN

Dari hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat melalui program pendanaan model crowdfunding pada UMKM Kecamatan Karanggeneng Kabupaten Lamongan diperoleh kesimpulan sebagai berikut : Tim dari Universitas Islam Lamongan yang terdiri dari Dosen dan Mahasiswa telah melaksanakan pelatihan, pendampingan kepada pelaku UMKM Kecamatan Karanggeneng dalam upaya untuk memperkuat ekspansi pasar pelaku UMKM Kecamatan Karanggeneng melalui program penguatan dana dengan model crowdfunding yang dalam hal ini pula melibatkan pembentukan konten digital sebagai sarana digital marketing yang diharapkan mampu serta memenuhi kriteria pendanaan dengan harapan yang baik. UMKM Kecamatan Karanggeneng merupakan produk unggulan dengan kearifan lokal yang unik serta memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai kebanggaan Kabupaten Lamongan pada khususnya dimana memiliki peran vital untuk mendukung pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah. Pendekatan partisipatif, reflektif dan inovatif yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini merupakan pendekatan yang positif dan cocok untuk menumbuhkan minat dan motivasi pelaku UMKM Kecamatan Karanggeneng dalam rangka penguatan usahanya.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Beier, Michael Dan Kerstin Wagner., (2015) . Crowdfunding Success : A Perspective From Social Media And E-Commerce “ Thirty Sixth International Conference On Information Systems (December 2015) : 1-22
- Kaur, Harmeet., Jaya Gera . (2017) . “Effect Of Social Media Connectivity On Success Of Crowdfunding Campaigns “ The 5th International Conference On Information Technology And Quantitative Management 122 : 767-774
- Mekari (2021) . Pentingnya Memiliki Izin Usaha Mikro Kecil (Iumk) Di Indonesia. Entrepreneur. <https://www.jurnal.id/blog/2018-pentingnya-memiliki-izin-usaha-mikro-kecil-iumk-bagi-umkm-di-indonesia/>
- Rosyad, S., & Priambodo, W. (2020). Pengembangan Sentra Industri Ukm Krupuk Terasi Dalam Menghadapi Era New Normal: Studi Ukm Budi Jaya Makmur Di Desa Budenlamongan. Jurnal Karya Abdi Masyarakat, 4(2), 284–287. <https://doi.org/10.22437/jkam.v4i2.10537>
- Syairozi, M. I. (2019). Keterkaitan Variasi Produk Dan Tenaga Kerja Terhadap Peningkatan Laba Bengkel Ahas Pandaan. In The Relation Of Product Variations And Labor To Increase In Profit At Ahas Pandaan Workshop.