

Pengaruh Kreativitas UMKM Serta Kontribusinya Di Era Digitalisasi Terhadap Perekonomian Indonesia

RM Rionaldi Bakrie*, Siti Atikah Suri*, Nabila*, Alda Sahara*, Verdy H Pratama*, Firmansyah**

* Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Sriwijaya

** Dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Sriwijaya

ARTICLE INFO

Riwayat Artikel:

Diterima 20 Juni 2024

Disetujui 21 Juli 2024

Keywords:

Cretivity

MS MEs

Contribution

Creative Economy

PDB

ABSTRAK

Abstract : *The creative economy is important in economic development in various countries because creativity provides the main impetus in the economic sector which focuses on innovative ideas, creation and distribution of products and services that have added value in terms of their beauty or uniqueness. According to Tambunan (2012), in Indonesia, MSMEs were very helpful in overcoming the 1997 economic crisis. Micro and small businesses (MSMEs) are businesses owned by individuals or business entities that meet the requirements for micro businesses. This study uses a quantitative methodology that focuses on cause and effect relationships. According to data collected by the Ministry of Cooperatives and SMEs, small and medium enterprises (MSMEs) occupy 99% of all business units in Indonesia. The contribution of MSMEs to GDP is 60.5%, and labor absorption is 96.9%. This data shows that with 64 million business units, MSMEs are able to absorb 123.3 thousand workers, helping to reduce the unemployment rate in Indonesia.*

Abstrak : Ekonomi kreatif menjadi penting dalam perkembangan ekonomi di berbagai negara karena kreativitas memberikan dorongan utama dalam sektor ekonomi yang menitikberatkan pada ide-ide inovatif, pembuatan, dan penyebaran produk dan layanan yang memiliki nilai tambah dalam hal keindahan atau keunikannya. Menurut Tambunan (2012), di Indonesia, UMKM sangat membantu mengatasi krisis ekonomi 1997. Usaha mikro kecil (UMKM) adalah bisnis yang dimiliki oleh individu atau badan usaha yang memenuhi syarat usaha mikro. Studi ini menggunakan metodologi kuantitatif yang berfokus pada hubungan sebab akibat. Menurut data yang dikumpulkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM, usaha kecil dan menengah (UMKM) menempati 99% dari seluruh unit usaha di Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap PDB adalah 60,5%, dan penyerapan tenaga kerja adalah 96,9%. Data ini menunjukkan bahwa dengan 64 juta unit usaha, UMKM mampu menyerap 123,3 ribu tenaga kerja, membantu mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia.

Open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Alamat Korespondensi :

RM Rionaldi Bakrie,

Mahasiswa Program Pendidikan Ekonomi,

Universitas Sriwijaya,

JL. Raya Palembang-Prabumulih KM.32, Indralaya, Ogan Ilir

E-Mail : rionb20@gmail.com

PENDAHULUAN

Salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi di banyak negara adalah ekonomi kreatif. Kontribusi kreativitas dalam ekonomi kreatif telah membuka peluang baru bagi inovasi, pembangunan berkelanjutan, dan penciptaan lapangan kerja. Kreatifitas memainkan peran sentral dalam menggerakkan

sektor ekonomi yang berfokus pada pemikiran kreatif, produksi, dan distribusi barang dan jasa yang memiliki nilai tambah dari segi estetika atau keunikan.

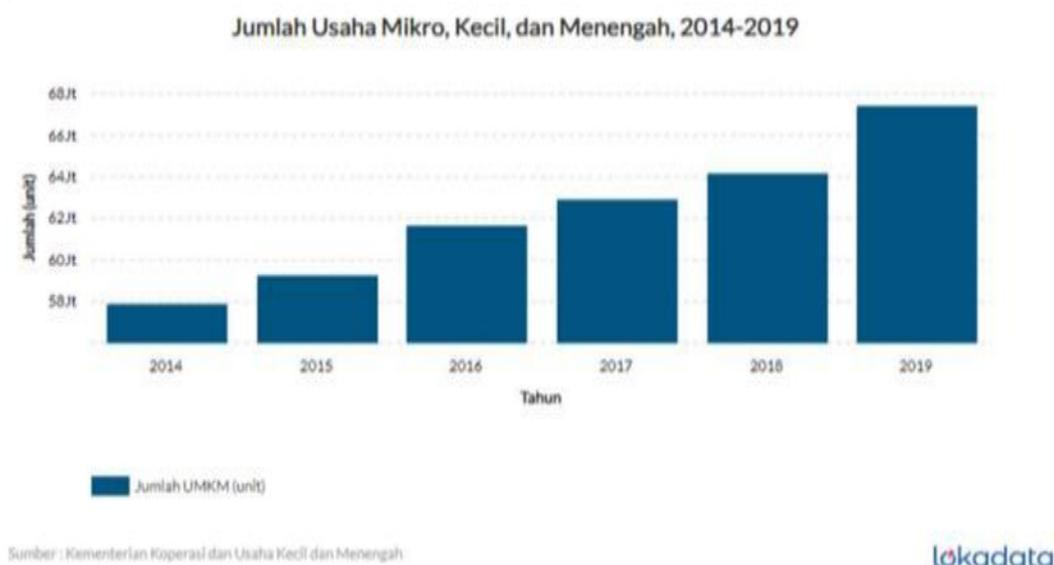
Selain itu, kreativitas berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat, memfasilitasi inklusi sosial, serta menciptakan ruang bagi individu untuk mengekspresikan ide-ide inovatif mereka. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang peran kreativitas dalam mendukung pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, ekonomi kreatif sangat penting dan inklusif.

Sebagai sebuah konsep yang dinamis dan berkembang, kreatifitas terus berubah seiring dengan perubahan pola pikir masyarakat, perkembangan teknologi, dan tuntutan pasar. Dengan demikian, mendalami kreativitas dan kontribusinya dalam ekonomi kreatif menjadi suatu keharusan bagi para pelaku industri, pemerintah, dan masyarakat umum agar dapat menjawab tantangan dan peluang dalam era ekonomi global yang terus berubah. Menurut Tambunan (2012), UMKM di Indonesia telah terbukti memainkan peran penting dalam mengatasi dampak dan akibat dari krisis ekonomi 1997, ketika banyak perusahaan besar bangkrut, sedangkan UMKM mampu bertahan.

Banyak orang masih percaya bahwa usaha kecil masyarakat (UMKM) hanya menguntungkan pihak tertentu karena mereka didirikan berdasarkan inisiatif atau keinginan seseorang. Namun, faktanya adalah hal ini terjadi karena lebih banyak kesempatan kerja yang tersedia, Bisnis kecil dan menengah (UMKM) memiliki kapasitas untuk menurunkan tingkat pengangguran di Indonesia. Selain itu, sektor ini memiliki kapasitas untuk meningkatkan pendapatan per kapita atau PDB Indonesia.

Bab 1 (Ketentuan Umum) UU Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM mengatur usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), menyatakan bahwa “usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perseorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang tersebut”. UMKM memanfaatkan sumber daya alam yang menguntungkan di wilayah yang belum dieksploitasi secara ekonomi. UMKM memiliki kemampuan untuk membantu bagaimana mengolah sumber daya alam yang ada di setiap wilayah, yang dapat meningkatkan pendapatan lokal dan nasional Indonesia.

UMKM menjadi salah satu sektor sumber pendapatan pemerintah terbesar, oleh sebab itu, Pemerintah, pemerintah daerah, dunia usaha, dan masyarakat umum harus meningkatkan kemampuan dan peranan dalam perekonomian nasional secara menyeluruh, sinergis dan berkesinambungan. Seperti yang telah dijelaskan diatas bahwa sektor UMKM telah meningkatkan pendapatan per kapita atau Product Domestic Bruto (PDB) Indonesia, maka dari itu kami membahas Bagaimana Pengaruh Kreativitas UMKM serta Kontribusinya dalam Perekonomian di Indonesia.



Gambar 1. Jumlah UMKM Sumber: lokadata.beritagar.id (2020)

Dari grafik di atas, terlihat bahwa jumlah UMKM di Indonesia terus mengalami peningkatan tiap satu tahun sekali, menandakan pertumbuhan dan perkembangan yang berkelanjutan. Dengan bertambahnya jumlah UMKM, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, memaksa para pengusaha untuk terus berinovasi guna menghadapi dinamika bisnis yang terus berkembang seiring dengan waktu.

DATA UMKM INDONESIA TAHUN 2023			
Jenis Usaha	Jumlah Usaha	Persentase Penyerapan Tenaga Kerja	Omset/Tahun
Usaha Mikro	63.955.369	99.62%	< 2 M / Tahun
Usaha Kecil	193.959	0.30 %	2MS.D15M
Usaha Menengah	44.728	0.06 %	15MS.D50M
Usaha Besar	5.550	0.01 %	> 50 M / Tahun

Gambar 2. Data UMKM Indonesia Tahun 2023

Source: Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia 2023

Menurut informasi yang diperoleh dari Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM memiliki kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional. Mereka berhasil menyerap hingga 99% dari total angkatan kerja di Indonesia, menandakan peran penting UMKM sebagai pendorong utama ekonomi negara. Data ini menunjukkan bahwa UMKM memegang peranan krusial dalam mengurangi tingkat pengangguran di Indonesia, dengan 64 juta unit usaha mampu menyerap 123,3 ribu tenaga kerja. Melibatkan lebih banyak tenaga kerja dalam UMKM diharapkan dapat membantu mengurangi tingkat pengangguran secara keseluruhan di negara ini.

Dengan mempertimbangkan konteks yang telah diuraikan sebelumnya, penulis ingin melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kreativitas UMKM Serta Kontribusinya Dalam Perekonomian Indonesia”.

RUMUSAN MASALAH

Pertanyaan penelitian yang diajukan adalah apakah kreativitas UMKM dan kontribusinya memengaruhi ekonomi Indonesia, berdasarkan informasi yang telah disampaikan sebelumnya

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini merujuk pada teori Resource-Based View (RBV) yang diperkenalkan oleh Meekaewkunchorn et al. (2021). Teori ini menekankan pentingnya sumber daya internal perusahaan sebagai fondasi untuk mencapai keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja. RBV juga menggarisbawahi bahwa kinerja UMKM dapat ditingkatkan melalui alokasi sumber daya internal yang tepat oleh para wirausahawan, responsif terhadap perubahan pasar, serta mampu mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang sambil mengambil risiko dalam menerapkan inovasi.

UMKM adalah pilar utama ekonomi Indonesia, berkontribusi lebih dari 60% terhadap PDB dan mempekerjakan sekitar 97% tenaga kerja di negara ini. Dengan perkembangan teknologi dan digitalisasi, kreativitas UMKM menjadi faktor penting untuk tetap bertahan dan berkembang di pasar yang semakin kompetitif. UMKM membutuhkan sebuah kreativitas untuk menjalankannya,

Kreativitas UMKM

Kreativitas merupakan kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru dan inovatif yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Dalam dunia bisnis, kreativitas mencakup pengembangan produk atau layanan baru, model bisnis yang inovatif, dan strategi pemasaran yang unik. Kreativitas UMKM di Indonesia sangat beragam, dari produk kerajinan tangan hingga aplikasi digital.

Terdapat 3 Faktor Pendorong Kreativitas, yaitu :

1. Lingkungan Kerja Lingkungan kerja yang mendukung dan mendorong inovasi dapat meningkatkan kreativitas. Contohnya, menyediakan akses ke pelatihan dan berbagai sumber daya kreatif.
2. Teknologi Kemajuan teknologi seperti internet, media sosial, dan platform e-commerce mempermudah UMKM dalam berinovasi dan menjangkau pasar yang lebih luas.
3. Kolaborasi Kerjasama dengan berbagai pihak seperti pemerintah, institusi pendidikan, dan perusahaan besar dapat membuka peluang untuk munculnya ide-ide baru.

Digitalisasi dan UMKM

Perkembangan zaman yang semakin maju juga harus di ikuti dalam pengembangan UMKM. Era digitalisasi menawarkan peluang besar bagi UMKM untuk berkembang. Digitalisasi mengacu pada penerapan teknologi digital untuk mengubah cara bisnis beroperasi dan berinteraksi dengan pelanggan. Studi oleh McKinsey (2018) menunjukkan bahwa UMKM yang mengadopsi teknologi digital cenderung mengalami pertumbuhan yang lebih cepat dibandingkan dengan yang tidak mengadopsinya. Ada beberapa manfaat digitalisasi bagi UMKM, yaitu :

1. Akses Pasar Lebih Luas Dengan menggunakan e-commerce, UMKM bisa mencapai pelanggan di luar wilayah mereka, termasuk pasar internasional.
2. Efisiensi Operasional Teknologi seperti software akuntansi dan manajemen inventori membantu UMKM mengelola bisnis mereka dengan lebih efisien.
3. Peningkatan Visibilitas Media sosial dan pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk mempromosikan produk mereka dengan biaya rendah namun dengan jangkauan yang luas.

Kontribusi UMKM di Era Digitalisasi terhadap Perekonomian Indonesia

Kontribusi UMKM yang kreatif dan terdigitalisasi terhadap perekonomian Indonesia sangat signifikan. Beberapa kontribusi utama adalah

1. Peningkatan Pendapatan UMKM yang berhasil dalam digitalisasi cenderung mengalami peningkatan pendapatan yang signifikan, yang berdampak langsung pada PDB.
2. Penciptaan Lapangan Kerja Pertumbuhan UMKM menciptakan lebih banyak lapangan kerja, membantu mengurangi tingkat pengangguran.
3. Inklusi Keuangan Digitalisasi memberi UMKM akses ke layanan keuangan seperti pinjaman digital dan crowdfunding, yang mendukung pertumbuhan bisnis mereka.

Daya Saing Global UMKM yang inovatif dan adaptif terhadap teknologi memiliki potensi untuk bersaing di pasar global, meningkatkan ekspor dan pendapatan devisa Negara.

METODE PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan hubungan kausal antara variabel-variabel. Metode asosiatif digunakan sebagai pendekatan kuantitatif. Pendekatan asosiatif diterapkan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antar variabel, di mana variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independen. (Sugiyono, 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kreativitas UMKM dalam perekonomian

Kreativitas memberikan dampak signifikan terhadap kesuksesan Pentingnya UMKM di Indonesia dalam mendorong pertumbuhan ekonomi negara dan menjadi fokus utama dalam pembangunan ekonomi. Inovasi dan kreativitas menjadi faktor vital bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia, khususnya dalam konteks UMKM. Dengan bantuan program-program seperti pembiayaan terjangkau, pelatihan kewirausahaan, dan peluang akses pasar yang lebih luas, UMKM dapat terus berinovasi dan berkembang sebagai mesin penggerak pertumbuhan ekonomi Indonesia. Alfrian dan Pitaloka (2020) menyimpulkan bahwa UMKM telah berhasil bertahan dalam situasi krisis, seperti yang terjadi pada tahun 1998 dan 2012, dengan tren pertumbuhan yang tetap positif.

Kreativitas yang menggunakan teknologi dan media sosial semakin mempengaruhi UMKM, dengan era digital menjadi elemen yang vital untuk kemajuan UMKM. Strategi yang dapat diaplikasikan pada bisnis UMKM, seperti produk yang menarik, pahami target pasar, dan pengembangan e-commerce, sangat penting untuk menyesuaikan diri terhadap pasar dan konsumen karena hal tersebut bisa berdampak. Dalam era digital saat ini, bisnis kecil lebih cenderung menggunakan strategi pemasaran yang terus berkembang, seperti pemasaran online atau digital marketing. Bisnis ini banyak menggunakan strategi ini untuk berinteraksi dengan pelanggan melalui media online, menghilangkan kebutuhan untuk berbicara secara langsung dengan konsumen setiap kali mereka berinteraksi.

Penggunaan media online melalui internet dapat memperluas jangkauan pemasaran produk UMKM, sehingga produk tidak hanya dikenal di wilayah UMKM, tetapi juga dapat menjangkau seluruh pelosok yang sulit ditempuh untuk menemui konsumen secara langsung. Menurut Setiawan (2018), penting bagi UMKM untuk mulai memasuki era digitalisasi. Laporan dari Menurut studi Sehubungan dengan UKM sebagai penggerak kemajuan Indonesia, menurut Deloitte Access Economics, tingkat penggunaan teknologi digital oleh UMKM masih sangat rendah. Meskipun pelaku usaha sudah menggunakan internet dalam operasi bisnis mereka, tingkat pemahamannya masih rendah, menurut penelitian Setiawan (2018). 36% usaha kecil dan menengah (UMKM) tidak memiliki akses internet secara offline, dan 37% hanya menggunakan internet

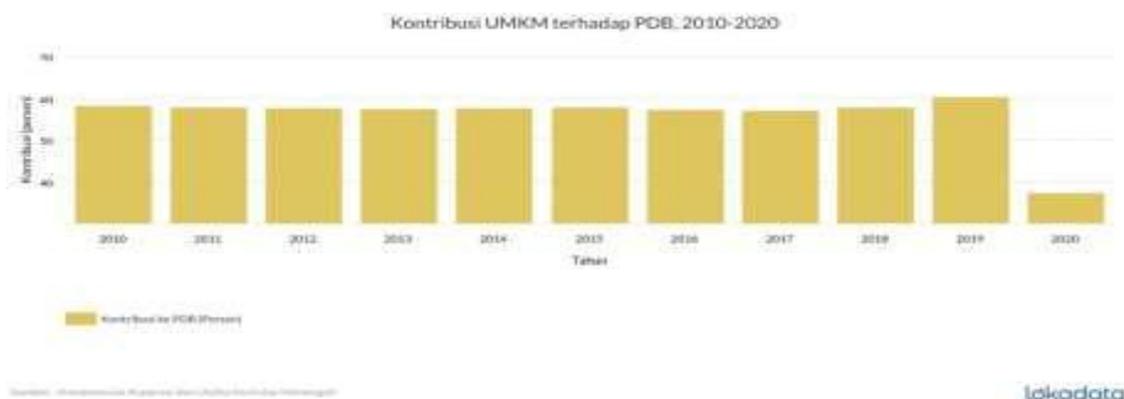
untuk kebutuhan dasar seperti media sosial, dan 18% UMKM sudah berada di tingkat, di mana produsen tidak hanya menggunakan sosial namun mampu mengintegrasikannya dengan interaksi pelanggan.

Kontribusi UMKM dalam Perekonomian

Kontribusi adalah pengaruh individu atau organisasi terhadap perekonomian secara keseluruhan. Pembayaran dapat berupa pemasukan, pengeluaran, dan pendapatan. Kontribusi juga memiliki makna Partisipasi, terlibat, aktif terlibat, serta kontribusi. Ini berarti bahwa kontribusi bisa berupa bantuan material atau tindakan. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia sangat banyak, mulai dari meningkatkan pendapatan per kapita atau Product Domestic Bruto (PDB) Indonesia, mengurangi pengangguran, dan masih banyak lagi. Salah satu contoh nya UMKM sangat penting sebagai "critical engine" perekonomian nasional, yang memerlukan dukungan pemerintah untuk melanjutkan pertumbuhan. Berbagai program pemerintah, seperti kemitraan dan bina lingkungan (PKBL), Mekar PNM, Bank Wakaf Mikro, Pembiayaan Ultra Mikro (UMi), dan Kredit Usaha Rakyat (KUR), telah diberikan dukungan. Menurut Mulyadi (2018), kemandirian masyarakat menjadi ukuran penting untuk menilai kesejahteraan mereka. Kemandirian ini terlihat dari usaha masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan mereka dengan menjadi wirausaha dan mendorong iklim investasi. Selain itu, motivasi untuk berwirausaha dapat mempengaruhi minat calon pelaku UMKM, yang bisa berasal dari dorongan internal maupun faktor eksternal.

Dengan 99% dari unit usaha dan dengan kontribusi sebesar 96,9% dari tenaga kerja nasional dan 60,5% dari PDB, UMKM memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. UMKM sangat penting untuk perekonomian Indonesia, sehingga memerlukan dukungan dan perlunya untuk melanjutkan pertumbuhan dan kemajuan. Dukungan pemerintah dan program yang diberikan, seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), Pembiayaan Ultra Mikro (UMi), dan KUR Super Mikro, sangat penting untuk membantu UMKM terus berkembang dan mempertahankan kontribusi mereka terhadap perekonomian.

Data tersebut menegaskan bahwa usaha mikro memiliki cakupan yang luas dan menyerap banyak karyawan. Usaha mikro memiliki beragam jenis usaha dengan dasar yang kokoh untuk menghadapi krisis, serta transaksi yang cepat. Produk-produk UMKM sering kali terkait erat dengan kebutuhan primer masyarakat dan secara umum terlihat sebagai produk domestik. Pernyataan serupa juga dinyatakan oleh Sarfiah et al. (2019), yang menekankan peran strategis dan pentingnya UMKM dalam perekonomian nasional. UMKM memiliki keberadaan yang kuat di setiap sektor ekonomi, karena mereka memiliki potensi besar dalam menyerap tenaga kerja dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap PDB, melebihi sektor-sektor lainnya.



Gambar 2. Kontribusi UMKM Terhadap PDB

Source: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah

Kondisi perekonomian sangat mendukung keberadaan UMKM. Ekonomi sebagai ukuran pembangunan, mencerminkan upaya masyarakat untuk memperbaiki masa depan dan meningkatkan taraf hidup mereka. Masyarakat harus terlibat langsung dalam proses pembangunan negara, termasuk berkontribusi dalam sektor ekonomi UMKM. Data menunjukkan bahwa UMKM terus mendukung pertumbuhan ekonomi dari waktu ke waktu. Dengan penyerapan tenaga kerja, distribusi pendapatan yang lebih merata, dan dominasi dalam pembentukan PDB, UMKM terbukti berkontribusi. Hal tersebut menjelaskan bahwasanya UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian, sebagaimana dibuktikan

oleh kontribusinya terhadap PDB dan penyediaan lapangan kerja yang membantu mengurangi kemiskinan dan pengangguran.

Faktor Penghambat UMKM dalam Perekonomian

Selain menunjukkan pertumbuhan yang positif dalam perekonomian, UMKM juga menghadapi berbagai kendala dalam perkembangannya. UMKM di daerah pedesaan sering kali mengalami keterbatasan akses terhadap informasi mengenai dana bantuan, minimnya permodalan, rendahnya tingkat pendidikan para pelaku UMKM, serta kecenderungan untuk menjalankan usaha berdasarkan tradisi keluarga yang bersifat turun-temurun. Kendala permodalan dan sumber daya manusia ini sangat mempengaruhi pertumbuhan UMKM di pedesaan, memberikan dampak negatif terhadap perkembangan mereka.

Masalah tambahan, seperti pandemi yang berlangsung pada pertengahan tahun 2020 dan masih berlanjut hingga sekarang telah menyebabkan gangguan dalam perekonomian, meskipun pemerintah telah melakukan upaya untuk memulihkan kondisi ekonomi setelah pandemi yang panjang tersebut sejak pandemi dimulai, UMKM telah berkurang karena penerapan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) dan pembatasan fisik. Kurangnya aktivitas masyarakat di luar rumah sangat mempengaruhi kelancaran usaha kecil yang sebelumnya tidak mengalami kendala serupa.

Dampak Digitalisasi Marketing Terhadap UMKM

Digital marketing adalah metode pemasaran yang berhubungan dengan pelanggan dengan menggunakan perangkat elektronik atau internet. Digital marketing memiliki potensi besar bagi UMKM untuk meningkatkan visibilitas, memperluas target pasar dan meningkatkan keuntungan. Bisnis digital melibatkan promosi dan penawaran pasar melalui media digital secara online menggunakan berbagai platform seperti media social (Purwana, et.al, 2017). Secara sederhana, marketing atau kegiatan pemasaran berarti sebagai upaya membangun dan mempertahankan hubungan yang saling memuaskan antara perusahaan dan konsumen melalui berbagai media sosial.

Penggunaan teknologi digital dalam pemasaran mungkin tidak menjadi masalah bagi pengusaha generasi milenial atau Gen Z. Tidak seperti beberapa pelaku bisnis yang belum terbiasa dengan teknologi digital, hal ini dapat menyebabkan plagiarisme bisnis. Akibatnya, volume produksi akan turun, yang dapat menyebabkan perusahaan bangkrut. Pelaku UMKM harus mempelajari beberapa hal penting, seperti alternatif marketing dan penjualan lain, penggunaan sumber daya modal, penyebaran dana sementara, dan menaikkan pengetahuan mereka dalam pemasaran digital (Novita & Wulandari, 2022).

Peran pemerintah di sini sangat penting. Khususnya bagi pelaku UMKM, terutama di pedesaan, penting untuk terus mendapat pelatihan, bimbingan, dan pendampingan dalam mengadopsi digital marketing. Tujuannya adalah agar mereka lebih terampil dalam menggunakan platform digital untuk mempromosikan produk mereka kepada masyarakat lebih luas, bahkan sampai ke luar kota atau ke seluruh negeri. Ini bisa dilakukan melalui koordinasi dengan dinas koperasi dan UMKM setempat, yang dapat menyelenggarakan pelatihan, bimbingan, dan sosialisasi melalui kelompok usaha. Dengan demikian, setiap pelaku usaha mikro dapat saling mendukung dan memperkuat potensi masing-masing. Menurut Winarto (2020), teknologi keuangan telah berkembang pesat di Indonesia dan mampu menyumbang Rp25,9 triliun pada perekonomian nasional.

Dampak pandemi pada sektor UMKM telah mengingatkan akan pentingnya revitalisasi dalam bidang pemasaran. Oleh karena itu, pemahaman yang lebih mendalam mengenai digitalisasi pemasaran menjadi krusial bagi pelaku UMKM. Dengan mengadopsi strategi pemasaran digital, pelaku UMKM dapat dengan lebih efisien mempromosikan produk mereka kepada masyarakat melalui platform online. Pelaku UMKM harus memiliki literasi keuangan yang tinggi jika mereka ingin bertahan, mereka tidak hanya perlu memiliki kemampuan digital, tetapi juga harus lebih mengenal sektor keuangan (Sabilla & Wijayangka, 2019). Mereka tidak hanya perlu memiliki kemampuan digital, tetapi juga harus lebih mengenal sektor keuangan. Pembelajaran dari pengalaman pandemi menekankan bahwa peningkatan pemahaman mengenai konsep pemasaran digital sangatlah penting bagi kelangsungan usaha UMKM, terutama ketika pemasaran konvensional tidak dapat dilakukan karena pembatasan yang diberlakukan pemerintah untuk mengendalikan penyebaran virus corona.

KESIMPULAN

Kreativitas (kreativitas) merupakan faktor daya tarik dalam pengembangan produk yang memungkinkan individu atau perusahaan menciptakan produk unik yang mampu bersaing di pasar. Hal ini juga memungkinkan untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi produk yang ada, yang dapat berdampak positif bagi perekonomian negara. Di sisi lain, Kontribusi mengacu pada dampak yang dimiliki individu atau perusahaan terhadap perekonomian suatu negara. Dampak tersebut dapat terjadi dalam berbagai bentuk, seperti peningkatan pendapatan, investasi, pengembangan inovasi, pengembangan infrastruktur, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Kreativitas dan kontribusi keduanya saling terkait, karena produk atau pelayanan inovatif dapat menguntungkan ekonomi dengan meningkatkan pendapatan, mendorong inovasi, dan memperluas infrastruktur. Namun, beberapa aspek perlu mendapat perhatian khusus, antara lain:

UMKM memegang bagian yang signifikan dari ekonomi nasional dengan kontribusi terbesar terhadap PDB dan menjadi pilar stabil setelah krisis pandemi COVID-19.

Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) mensyaratkan bisnis untuk menyesuaikan diri dengan berbagai platform pemasaran online, yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan memperkuat kelangsungan UMKM di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfrian G. R, P. E. (2020). Strategi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) bertahan pada kondisi pandemik Covid-19 di Indonesia. Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV), 139-146.
- B, S. (2018). Edukasi E-Commerce Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kota Palembang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 2(2).
- Meekaewkunchorn, N. Et Al. (2021) 'Entrepreneurial Orientation And Sme Performance: The Mediating Role Of Learning Orientation', *Economics And Sociology*, 14(2), Pp. 294–312
- Novita,D & Wulandari, S. (2022). Pengaruh Media Sosial terhadap Peluang Usaha Warga RT.04 Rw.08 Kelurahan Tugu Depok. *Journal Of Applied Business And Economic (JABE)*, 8(1).
- Purwana D, R. R. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.
- Sabilla,S & Wijayangka, C. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Pertumbuhan Usaha pada UMKM. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1).
- Sarfiah S, e. a. (2019). UMKM Sebagai Pilar Pembangunan Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta Tambunan, T. (2012). *UMKM di Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia. Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. (n.d.).
- Winarto, W. W. A. (2020). Peran Fintech dalam Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(1), 61–73