DIGITAL TRANSFORMATION BAGI PELAKU EKONOMI KREATIF BINAAN BUMDES BUGISAN, PRAMBANAN, KLATEN, JAWA TENGAH

Ninik Probosari[1], Sri Luna Murdianingrum[2], Kartika Ayu Ardhanariswari[3]
[1,2,3] Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta
Email address : [1] ninik.probosari@upnyk.ac.id

Abstract

The existence of digital transformation is a new potential to encourage the expansion of tourism promotion through the use of digital technology. This PbM activity was carried out for creative economy (ekraf) actors assisted by Bumdes Bugisan in Prambanan, one of the destinations included in the DPP. To maintain and even increase the number of visits to Prambanan, of course it needs to be accompanied by programs to increase the capacity of creative and creative actors. One of them is increasing capacity in the field of Digital Transformation. The objectives of this PbM activity are 1). Creative economy players have digital transformation competence. 2). Creative economy players have the ability to utilize digital and social media marketing. 3). Creative economy actors have the ability to design graphic designs and creative content. 4). Protection of intellectual property (brands) of creative economy players' products. This PbM implementation method uses socialization, training and mentoring methods. With activities namely 1). Digital transformation outreach and training. 2). Assistance in the use of digital transformation. 3). Training and assistance in designing creative content and graphic design content. 4). Socialization and registration of KI for product brands of creative creative actors assisted by Bumdes Bugisan. From this activity, the academic output targets are Proceedings Articles with ISBN, Posters, Books with ISBN and having Copyright IPR, Mass Media Publications, Videos of PbM Activities and Increasing the Capacity of Creative Economy Actors. For partners, after this PbM activity it is hoped that creative and creative actors will be able to create graphic design content, marketing content, be able to utilize social media to market their products and brands that will be successfully registered with the Ministry of Law and Human Rights.
Keywords: *digital transformation, creative economy, tourism*

Abstrak

Pasca Pandemi Covid-19, kunci kebangkitan ekonomi nasional bertumpu pada sektor ekonomi kreatif dan pariwisata. Pemerintah saat ini tengah mendongkrak sektor pariwisata dengan memprioritaskan pembangunan di 6 (enam destinasi) pariwisata prioritas (DPP) yakni Danau Toba, Borobudur-Yogyakarta-Prambanan, Mandalika, Labuan Bajo, Bromo-Tengger-Semeru, dan Wakatobi. Keberadaan *digital transformation* merupakan potensi baru untuk mendorong perluasan promosi pariwisata melalui pemanfaatan

teknologi digital. Kegiatan PbM Ini dilaksanakan untuk pelaku ekonomi kreatif (ekraf) Binaan Bumdes Bugisan di Prambanan, salah satu destinasi yang masuk dalam DPP. Untuk mempertahankan dan bahkan meningkatkan jumlah kunjungan di Prambanan tentunya perlu dibarengi dengan program-program peningkatan kapasitas pelaku ekrafnya. Salah satunya adalah peningkatan kapasitas di bidang *Digital Transformation*. Tujuan kegiatan PbM ini adalah 1). Pelaku ekonomi kreatif memiliki kompetensi *digital transformation. 2).* Pelaku ekonomi kreatif memiliki kemampuan untuk memanfaatkan digital dan *social media marketing.* 3). Pelaku ekonomi kreatif memiliki kemampuan melakukan perancangan desain grafis dan konten kreatif. 4). Perlindungan kekayaan intelektual (merek) produk pelaku ekonomi kreatif. Metode pelaksanaan PbM ini menggunakan metode sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. Dengan kegiatan yaitu 1). Sosialisasi dan pelatihan *digital transformation.* 2). Pendampingan penggunaan *digital transformation.* 3). Pelatihan dan pendampingan perancangan konten kreatif dan konten desain grafis. 4). Sosialisasi dan pendaftaran KI merek produk pelaku ekraf Binaan Bumdes Bugisan. Dari kegiatan ini target luaran akademik adalah Artikel Prosiding ber-ISBN, Poster, Buku ber-ISBN dan memiliki HKI Hak Cipta, Publikasi Media Massa, Video Kegiatan PbM serta Peningkatan Kapasitas Pelaku Ekraf. Untuk mitra, setelah kegiatan PbM ini diharapkan para pelaku ekraf mampu membuat konten desain grafis, konten marketing, mampu memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk mereka serta merek yang berhasil didaftarkan ke Kemenkumham.
Kata kunci: *digital transformation*, ekonomi kreatif, pariwisata, BUMDes

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata dan ekonomi kreatif terus mengalami perkembangan yang pesat dengan adanya misi pemerintah untuk memprioritaskan pembangunan di 6 (enam) Destinasi Pariwisata Prioritas (DPP) yakni Danau Toba, Borobudur-Yogyakarta-Prambanan, Mandalika, Labuan Bajo, Bromo-Tengger-Semeru, dan Wakatobi. Fokus pengembangan pada tahun 2023 adalah menghadapi perubahan (disruption) dalam penguatan ekosistem pariwisata dan ekonomi kreatif berbasis digital sebagai upaya menuju kebangkitan setelah pandemi Covid-19.

Menurut Kemenparekraf (2021) kunci kebangkitan ekonomi nasional bertumpu pada sektor ekonomi kreatif dan pariwisata. Pada kedua sektor tersebut, keberadaan *digital transformation* merupakan potensi baru untuk mendorong perluasan promosi melalui pemanfaatan teknologi digital. Prambanan merupakan salah satu daerah destinasi wisata prioritas pemerintah. Dinas Kebudayaan Kepemudaan Olahraga dan Pariwisata (Disbudporpora) Kabupaten Klaten, Jawa Tengah, mencatat jumlah kunjungan di Candi Prambanan mencapai 41.745 wisatawan domestik dan 123 wisatawan mancanegara sejak libur cuti bersama

Jumat (29/4/2022) hingga data terakhir Rabu (4/5/2022). Jumlah ini terus mengalami peningkatan memasuki tahun 2023 ini (https://www.solopos.com/klaten-dibanjiri-wisatawan-ini-3-objek-wisata-paling-banyak-dikunjungi-1310936). Untuk mempertahankan dan bahkan meningkatkan jumlah kunjungan ini tentunya perlu dibarengi dengan program-program peningkatan kapasitas pelaku ekrafnya. Salah satunya adalah peningkatan kapasitas di bidang *Digital Transformation*.

Desa Bugisan merupakan salah satu desa di Prambanan yang menjadi penopang Pariwisata Prambanan. Desa Wisata Bugisan, Kecamatan Prambanan, Klaten, Jateng masuk dalam 50 desa wisata terbaik dalam program Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2022 (https://jatengprov.go.id/beritadaerah/masuk-50-besar-adwi-2022-sandiaga-uno-kunjungi-desa-wisata-bugisan/). ADWI merupakan program unggulan Kemenparekraf sebagai penggerak kebangkitan pertumbuhan ekonomi dan pengembangan pariwisata Indonesia. Berbicara tentang potensi, letak Desa Wisata Bugisan sangat strategis yakni berada di area pintu keluar Candi Prambanan yang berbatasan dengan Desa Tlogo. Desa Bugisan memiliki banyak peninggalan purbakala salah satunya Candi Plaosan. Kemegahan Candi Plaosan dengan stupa yang memadukan corak Hindu dan Budha menjadi daya tarik wisata domestik dan mancanegara. Pengelolaan desa wisata Bugisan berada di bawah manajemen BUMDes Bugisan.

Gambar 1.
Beberapa produk pelaku ekonomi kreatif binaan Bumdes Bugisan

Produk pelaku ekraf binaan Bumdes Bugisan tergolong bagus dan sangat berkualitas. Produk yang dihasilkan antara lain produk olahan makanan yakni olahan pepaya, jahe instan, aneka peyek, gethuk, aneka kue basah, jamu gendong, tahu bakso, manggleng, dan kering kentang. Sedangkan untuk produk kriya antara lain batik *ecoprint,* patung, topeng, souvenir tas, souvenir kayu dan pahat batu putih. Namun sayangnya dalam memasarkan produknya belum didukung oleh media pemasaran yang tepat terutama media digital. Berdasarkan data BUMDes Bugisan (2023), seperti kondisi pada umumnya pelaku ekraf di Indonesia, pelaku ekraf di Prambanan, terutama di wilayah Bugisan juga masih sangat kurang dalam pemahaman *digital transformation*. Baru sekitar 20% dari sekitar 17 pelaku ekraf aktif binaan BUMDes Bugisan yamg memanfaatkan *digital transformation* dalam mendukung kegiatan usahanya secara kontinyu (BUMDes Bugisan, 2023). Kendala yang dihadapi adalah belum adanya inklusifitas penggunaan teknologi untuk kegiatan produktif dan kemampuan SDM untuk beradaptasi dengan perkembangan digital masih tergolong rendah. Pengembangan *digital transformation* mendesak perlu dilakukan untuk mendukung penuh pembangunan kawasan Prambanan sebagai daerah penyangga Destinasi Pariwisata Super Prioritas dan juga Destinasi Pariwisata Prioritas melalui program-program seperti pelatihan dan pendampingan. *Digital transformation* merupakan salah satu strategi yang menjadi kebaruan *(novelty)* dalam program ini seperti optimalisasi *website brand, google ads, email marketing, WA business, sosial media ads, dan e-commerce.* Selain itu diharapkan pelaku ekonomi kreatif tidak hanya kompeten dalam pengusaan *tools digital marketing* tetapi juga bisa membuat konten *marketing* yang kreatif dan efektif. Terakhir produk dan konten dari pelaku ekonomi kreatif yang sudah diberi pelatihan akan didaftarkan perlindungan kekayaan intektual (hak cipta, merek dagang, dan desain industri). Tujuan kegiatan yang diajukan dalam PbM ini antara lain: 1). Meningkatkan kompetensi pelaku ekonomi kreatif dalam bidang *digital transformation, 2).* Meningkatkan kemampuan pelaku ekonomi kreatif dalam pemanfaatan *digital* dan *social media marketing, 3).* Meningkatkan kemampuan pelaku ekonomi kreatif untuk melakukan perancangan desain grafis dan konten kreatif, dan 4). Meningkatkan pemahaman pelaku ekraf mengenai pentingnya perlindungan kekayaan intelektual (merek) produk pelaku ekonomi kreatif sehingga bersedia mendaftarkan merek produknya ke Kemenkumham.

METODE DAN PELAKSANAAN

Metode

Metode pelaksanaan kegiatan PbM ini dengan metode sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. Yang terdiri dari 4 tahapan sebagai berikut: 1). Sosialisasi, pelatihan dan pendampingan *digital transformation*. Tahapan sosialisasi dan

pelatihan dilatarbelakangi masih banyaknya pelaku usaha masih menggunakan strategi pemasaran secara konvensional dalam memasarkan produknya sehingga ruang lingkup pemasaran masih terbatas, seperti mengikuti pameran, penerimaan order dari suatu pihak/instansi, dititipkan pada galeri sehingga usaha kurang berkembang. Sehingga pelaku ekonomi kreatif khususnya di Bugisan perlu memiliki kompetensi *digital marketing* seperti seperti *sosial media ads (Instagram)*. Sedangkan pada tahapan Pendampingan optimalisasi *digital transformation*, tahapan ini didasarkan pada keberadaan pelaku usaha yang masih minim pengetahuan dan keahlian dalam memanfaatkan media sosial dan digital sebagai sarana pemasaran sehingga pelaku usaha masih bingung bagaimana cara melakukan pemasaran dan bertransaksi secara online. Sehingga perlu dilalukan pendampingan bertahap dan berkala agar setelah pelatihan, pelaku ekonomi kreatif benar-benar bisa mengoptimalisasikan digital transformation, 2). Pelatihan dan pendampingan perancangan konten kreatif *marketing*. Untuk pelatihan konten kreatif ini akan difokuskan pada pembuatan konten kreatif pada media sosial, melakukan praktek pembuatan konten yang menarik dengan memperhatikan estetika fotografi, videografi, caption dan stategi kreatif pesan, 3). Pelatihan dan pendampingan perancangan desain grafis, dimaksudkan agar pelaku ekonomi kreatif mempunyai penguasan *tool digital* seperti *canva* yang membantu dalam membuat desain grafis konten *marketing, dan 4).* Sosialisasi dan Pendaftaran Kekayaan Intelektual (Merek Dagang dan Hak Cipta), tahapan ini merupakan tahapan akhir yang bertujuan agar pelaku usaha pariwisata dan ekonomi kreatif mengetahui dan memahami secara detail tentang manfaat perlindungan kekayaan intelektual serta pendaftaran merek ke Kemenkumham.

Pelaksanaan Kegiatan

Semua kegiatan PbM ini dilaksanakan di Desa Bugisan, Prambanan, Klaten, Jawa Tengah selama kurang lebih 3 bulan mulai bulan Juni-Agustus 2023. Dengan jumlah peserta sekitar 16 pelaku ekraf binaan BUMdes Bugisan. Peserta dalam kegiatan ini adalah para pelaku ekonomi kreatif di bidang kuliner dan kerajinan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasar pada permasalahan yang dihadapi mitra seperti yang diuraikan di pelaksanaan kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Yogyakarta adalah sebagai berikut yaitu Sosialisasi, pelatihan dan pendampingan *digital transformation*, Pelatihan dan pendampingan perancangan konten kreatif marketing. Untuk pelatihan konten kreatif ini akan difokuskan pada pembuatan konten kreatif pada media sosial, melakukan praktek pembuatan konten yang menarik dengan memperhatikan estetika fotografi, videografi, caption dan stategi kreatif pesan. Pelatihan dan pendampingan

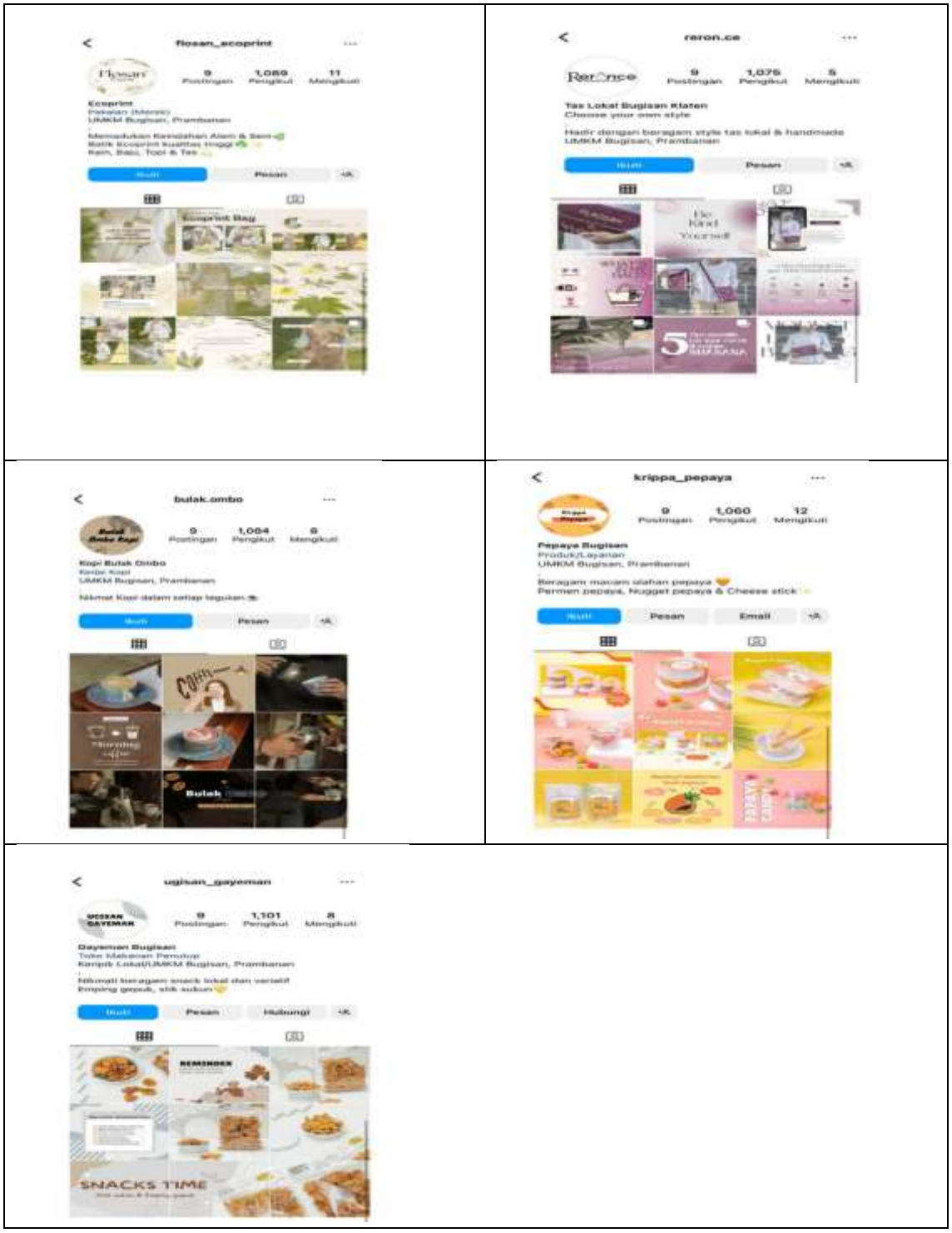
perancangan desain grafis, dimaksudkan agar pelaku ekonomi kreatif mempunyai penguasan tool digital seperti canva yang membantu dalam membuat desain grafis konten marketing.

Sosial media Instagram dapat dijadikan media mempromosikan produk-produk pelaku Ekraf dari konten-konten yang bersifat visual. Sehingga diharapkan dengan mempromosikan produk pelaku ekraf dan desa wisata Bugisan melalui media sosial media instagram akan menarik minat pengunjung wisatawan. Konten pada media sosial instagram meliputi produk-produk pelaku ekraf Desa Bugisan Di bawah binaan BUMDes Bugisan.

Sosialisasi dan Pendaftaran Kekayaan Intelektual (Merek Dagang dan Hak Cipta), tahapan ini merupakan tahapan akhir yang bertujuan agar pelaku usaha pariwisata dan ekonomi kreatif mengetahui dan memahami secara detail tentang manfaat perlindungan kekayaan intelektual serta pendaftaran merek ke Kemenkumham.

Gambar 2.
Salah satu pelaksanaan kegiatan digital tranfsormation

Selain itu sebagai persiapan untuk semakin mengembangkan pelaku ekraf di Bugisan, Tim PbM UPN Veteran Yogyakarta juga berusaha mengoptimalkan media sosial sebagai media promosi. Tim PbM UPN Veteran Yogyakarta berusaha membantu mengoptimalkan peran Prambanan sebagai salah satu DPP dengan memberdayakan pelaku ekraf di Bugisan. Sehingga pelaku usaha desa wisata telah kembali siap dan meyakinkan wisatawan untuk berkunjung kembali. Melalui instagram, langkah selanjutnya adalah menyebarluaskan tautan Instagram tersebut untuk dibagikan ke berbagai media sosial atau platform digital yang lainnya. Berikut hasil konten Instagram hasil kegiatan PbM Digital Transformation:



Gambar 3.
Hasil Sosialisasi dan Pendampingan Digital Tranformation pada Instagram

Selain kegiatan digital transformation, untuk memastikan bahwa agar merek-merek produk pelaku ekraf Bugisan ini semakin terkenal dan memiliki kekuatan hukum, maka dilakukan pula kegiatan Sosialisasi mengenai Perlindungan

HKI Merek Dagang bagi pelaku ekonomi kreatif Bugisan sekaligus juga memfasilitasi pendaftarannya. Kegiatan ini dilaksanakan dengan pertimbangan belum ada kesadaran mengenai pentingnya perlindungan hukum mengenai Hak Kekayaan Intelektual mengenai Merek Dagang dan Desain Industri pada pelaku Ekraf Bugisan. Sehingga dikhawatirkan produknya akan ditiru oleh orang lain atau dituntut secara hukum karena ada produk yang memiliki merek dagang yang sama. Di bawah ini adalah data Daftar merek dagang pelaku Ekraf Bugisan yang difasilitasi oleh Tim PbM UPN Veteran Yogyakarta yang telah didaftarkan di Direktorat Jenderal kekayaan Intelektual Kemenkumham, antara lain:

Tabel 1.
Data Merek Yang Telah Didaftarkan Di DJKI Kemenkumham

No	Nama Pemilik	Nama Merek	Jenis Produk
1.	Heru Nugroho	Flosan	Ecoprint/Kain Batik
2.	MUCH. SUDJAI SARDJONO	Reronce	Dompet
3.	Pantjer Budi Santoso	Kopi Mbulak Ombo	Kedai Kopi
4.	RINI KARYANINGSIH	GAYEMI SAK LAWASE	Roti kering
5.	SRI DWININGSIH	Krippa	Makanan Ringan berbahan dasar buah

PENUTUP

Simpulan

Pasca Pandemi Covid-19, kunci kebangkitan ekonomi nasional bertumpu pada sektor ekonomi kreatif dan pariwisata. Pemerintah saat ini tengah mendongkrak sektor pariwisata dengan memprioritaskan pembangunan di 6 (enam destinasi) pariwisata prioritas (DPP) yakni Danau Toba, Borobudur-Yogyakarta-Prambanan, Mandalika, Labuan Bajo, Bromo-Tengger-Semeru, dan Wakatobi. Keberadaan *digital transformation* merupakan potensi baru untuk mendorong perluasan promosi pariwisata melalui pemanfaatan teknologi digital.

Kegiatan PbM Ini dilaksanakan untuk pelaku ekonomi kreatif (ekraf) Binaan Bumdes Bugisan di Prambanan, salah satu destinasi yang masuk dalam DPP. Untuk mempertahankan dan bahkan meningkatkan jumlah kunjungan di Prambanan tentunya perlu dibarengi dengan program-program peningkatan kapasitas pelaku ekrafnya. Salah satunya adalah peningkatan kapasitas di bidang *Digital Transformation* dan Pendaftaran Merek Dagang. Kerjasama tim pengabdian masyarakat dari berbagai bidang program studi dalam rangka pemberdayaan pelaku ekraf Bugisan tentunya dapat memberikan kontribusi yang besar bagi mereka sehingga berpotensi meningkatkan perekonomian.

Saran

Disarankan kepada pengelola dan pelaku ekonomi kreatif di bawah binaan BUMDes Bugisan, Prambanan, Klaten dapat terus selalu berinovasi dan mengoptimalkan kegiatan usaha yang dilakukan agar dapat meningkatkan produktivitas mampu bersaing dengan desa wisata yang lainnya.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) UPN Veteran Yogyakarta yang telah memberikan bantuan dana untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada mitra kegiatan pengabdian kepada pengurus dan pelaku ekraf di bawah binaan BUMDes Bugisan, Prambanan, Klaten

DAFTAR PUSTAKA

Ari Wijayani, Prayudi, Ninik Probosari, Kartika Ayu A, Sri Luna Murdianingrum, hendro Widjanarko, R. Hnedri Gusaptono., Sosialisasi dan fasilitasi pendaftaran HKI di 8 kota di Indonesia : Ternate, Tanjung Selor, Langsa, Jambi, Bojonegoro, Poso, Lubuk Linggau, Sumbawa (2018 dan 2019/BEKRAF)

Gamplong Sentra Tenun Yogyakarta (2022/UPN "Veteran" Yogyakarta) https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=_rR6310AAAAJ&citation_for_view=_rR6310AAAAJ:qUcmZB5y_30C

https://jatengprov.go.id/beritadaerah/masuk-50-besar-adwi-2022-sandiaga-uno-kunjungi-desa-wisata-bugisan/.

https://www.solopos.com/klaten-dibanjiri-wisatawan-ini-3-objek-wisata-paling-banyak-dikunjungi-1310936.

Kartika Ayu A, Ninik P, Ari Wijayani., 2020., Strategi Branding Melalui Sosial Media Ads Dan Penerapan HKI Pada UMKM Kopi Wonogiri (2020/ UPN "Veteran" Yogyakarta) - https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=_rR6310AAAAJ&citation_for_view=_rR6310AAAAJ:LkGwnXOMwfcC

Kartika Ayu A, Ninik P, Ari Wijayani., 2021., Pengelolaan Desain Visual Pada Konten Media Sosial Dan Perlindungan HKI Merek Dagang Pada Perkumpulan Wonosantri Kopi Arjuno Malang (2021/UPN "Veteran" Yogyakarta) - http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/prosidingLPPM/article/view/6177

Ninik Probosari dan Kartika Ayu A., 2019., Pendampingan Optimalisasi Branding Dan Sosialisasi HKI Pada Komunitas UMKM Kompak Jogis dan Forkom Karya Manunggal Yogyakarta (2019/UPNVY) – https://www.krjogja.com/berita-lokal/read/411644/upnvy-dukung-umkm-jogja-sadar-branding-dan-hki

Ninik Probosari dan Kartika Ayu A., 2022., Perancangan Destination Branding Desa Wisata Gamplong Sentra Tenun Yogyakarta

https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=_rR6310AAAAJ&citation_for_view=_rR6310AAAAJ:qUcmZB5y_30C

Nurhayati Darubekti, dkk. 2022. Increasing the Digital Literacy among Tourism Awareness Groups for Sustainable Tourism Village Development. MITRA: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat, Vol. 6 No. 2.

Prayudi, Ardhanariswari, K. A., Sagita, V. A., Probosari, N., Murdianingrum, S. L., Wijayani, A., & Susilowati, D. 2022. Implementation of Creative Economy Digital Transformation at Mandalika Lombok Super Priority Tourism Destination. Journal of Social and Political Sciences, 5(4), 118-125.

Profil BUMDes Bugisan, 2023. Tidak Dipublikasikan: Prambanan, Klaten, Jawa Tengah

Redono, Daru. 2013. Simple Promotion dan Branding untuk Usaha Kecil Menengah. Penerbit Universitas Brawijaya Press (UB Press): Malang

Rustan, Surianto. 2009. Mendesain Branding melalui Media Sosial. Penerbit Gramedia Pustaka Utama: Jakarta