



Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Kegiatan Ekonomi Kreatif Siswa SMAN 1 Alalak

Rully Rezki Saputra^{1*}, Syamsudin Noor¹, Susilawati¹

¹Jurusan Teknik Elektro Politeknik Negeri Banjarmasin, Indonesia

Email Korespondensi: rullysaputra@poliban.ac.id

Info Artikel: Diterima: 25 September 2024; Direvisi: 01 November 2024; Disetujui: 02 November 2024; Dipublikasi: 18 November 2024

Abstrak: Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilatarbelakangi adanya perkembangan pelaku usaha muda yang berbasis kreativitas, inovasi, dan teknologi di lingkungan sekolah. Eksplorasi penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam kegiatan ekonomi kreatif siswa sangat penting dilakukan karena sangat berpotensi menambah pengetahuan siswa tentang manfaat TI dalam dunia ekonomi kreatif dan menambah pendapatan dari aspek ekonomi siswa serta menambah pengetahuan siswa tentang cara berjualan secara daring. Target peserta kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah siswa di SMAN 1 Alalak Kabupaten Barito Kuala. Kegiatan ini dilakukan dengan melakukan edukasi melalui pemberian materi dari narasumber, baik dari dosen maupun mahasiswa Politeknik Negeri Banjarmasin yang terlibat. Selanjutnya, dengan adanya pelatihan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi membantu siswa dalam mengasah kreativitas kegiatan ekonomi kreatif. Sehingga nantinya kegiatan ini akan menjadi modal utama bagi siswa untuk menjalankan perannya dalam kegiatan ekonomi kreatif di lingkungan masyarakat dan adanya ide kreatif serta strategi pengembangan usaha yang dituangkan ke dalam sebuah tulisan ataupun sebuah akun yang dapat memulai siswa berjualan di media sosial.

Kata Kunci: Pelatihan; Pemanfaatan; Teknologi informasi dan komunikasi; Ekonomi kreatif

Kutipan:

Saputra, R. R., Noor, S., & Susilawati. (2024). Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Kegiatan Ekonomi Kreatif Siswa SMAN 1 Alalak. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 5(2): 169-174. DOI: <https://doi.org/10.29259/jscs.v5i2.198>

1. PENDAHULUAN

Dunia Ekonomi kreatif saat ini sedang berkembang pesat dan menjadi andalan banyak negara untuk bersaing di pasar global termasuk di Indonesia yang mempersiapkan ekonomi kreatif sebagai kekuatan baru ekonomi nasional di masa mendatang. Meskipun berpotensi sebagai kekuatan ekonomi yang baru, kemunculan era Ekonomi Kreatif tidak serta merta membuat ekonomi informasi tertinggal, melainkan justru memperkuat peran teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam perkembangan ekonomi kreatif itu sendiri. Ekonomi kreatif merupakan perwujudan nilai tambah dari suatu ide atau gagasan kekayaan intelektual yang mengandung keorisinalan, lahir dari kreativitas intelektual manusia, berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi, keterampilan, serta warisan budaya (Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018).

Berdasarkan definisi, teknologi adalah salah satu faktor penting dalam produksi ekonomi kreatif dan TIK merupakan salah satu teknologi yang paling banyak digunakan pada sektor ini. Teknologi tersebut menjadi komponen yang tidak terpisahkan dari usaha untuk berinovasi. Teknologi juga meningkatkan konektivitas, interaksi manusia, mesin dan sumber daya lainnya.

Teknologi informasi dan komunikasi membuat banyak inovasi yang melibatkan internet di sektor ekonomi sehingga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi (Donou-Adonsou, 2019). Terlebih, era teknologi digital membuat banyak orang harus bisa menyesuaikan diri, termasuk ekonomi kreatif dituntut untuk melakukan pemasaran secara *online* dan perdagangan secara *online* dalam meningkatkan penjualan supaya bisa berdampak terhadap pendapatan pelaku ekonomi kreatif. Jika melihat dari pengguna internet dari *Meltwater*, penduduk Indonesia berada di angka 212,9 juta pengguna yang mana mengalami kenaikan 5,2% atau 10 juta dari 2022 (Murti, 2023). Data tersebut artinya ada sekitar 64 juta orang Indonesia yang sampai saat ini belum tersentuh internet sekalipun.

Indikator penentu penggunaan aplikasi digital adalah usia wirausaha, pendidikan wirausaha, pengalaman wirausaha, lokasi bisnis, ukuran perusahaan, biaya aplikasi, literasi teknis, manajemen, kecepatan akses Internet (Riyanto, 2023). Ada banyak faktor yang membuat para pelaku UMKM atau pelaku bisnis ekonomi kreatif menggunakannya aplikasi digital dalam bisnis. Salah satunya karena, persaingan yang ketat antar pelaku UMKM. Pada tahun 2021, jumlah UMKM di Indonesia akan mencapai 64 juta perusahaan, dan 19 juta perusahaan sudah menggunakan teknologi tersebut. UMKM harus mampu menghadapi tantangan global di tengah arus globalisasi dan arus yang kuat persaingan, seperti teknologi dan pengembangan manusia, mendorong inovasi produk dan jasa serta memperluas bidang pasar.

Sebagai pendekatan, dengan melakukan pelatihan pemanfaatan aplikasi digital dalam pengabdian masyarakat mempunyai arti segala bentuk perdagangan yang prosesnya terjadinya secara *online* ataupun menggunakan perangkat elektronik dan semua proses transaksi secara digital, baik proses jual dan beli maupun ketika proses transaksi iserta menggunakan metode transfer uang untuk proses transaksi. Pengaruh pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi jadi cara dan mempermudah antara konsumen dan produsen dalam melakukan transaksi. Dengan berfokus pada strategi dan fungsi yang menggunakan kemampuan elektronik serta melibatkan seluruh rantai nilai dalam proses bisnis, yaitu pembelian elektronik dan manajemen pelayanan pelanggan dan bekerjasama dengan mitrausaha. Pada teknologi informasi dan komunikasi jadi sistem bisnis berbasis internet dengan menwarkan efisiensi dan pengendalian pasar melalui kecepatan dan kemudahan akses, keluasan jangkauan pasar serta penghematan waktu dan biaya. Dengan mengalami perkembangan dan telah berhasil menciptakan media baru internet memiliki beberapa daya tarik dan keunggulan bagi para produsen dan konsumen.

Berangkat dari ini, pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat lebih menegaskan pentingnya peran teknologi informasi dan komunikasi melalui pemafaatan aplikasi guna membangun ekonomi kreatif di era digital, khususnya bagi siswa di SMAN 1 Alalak, Kecamatan Alalak, Kabupaten Barito Kuala, Kalimantan Selatan. Secara teoritis, pengabdian kepada masyarakat memberikan manfaat untuk memperkaya kajian komunikasi dalam kaitannya menggunakan beragam aplikasi yang ada pada perangkat keras. Secara praktis dapat memberikan manfaat bagi siswa SMAN 1 Alalak dalam menambah wawasan secara teknis dalam pemanfaatannya terhadap teknologi komunikasi sebagai terapan dalam membangun ekonomi kreatif.

2. STUDI PUSTAKA

Ekonomi kreatif merupakan perpaduan antara kreativitas dengan ekonomi. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif menyatakan bahwa ekonomi kreatif merupakan perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi (Howkins, 2001). Dari definisi tersebut, ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai sektor ekonomi yang bersumber dari ide-ide kreativitas manusia yang menciptakan nilai tambah dari kekayaan intelektual berbasis keterampilan, budaya, pengetahuan dan teknologi. Sejalan dengan definisi tersebut, industri kreatif termasuk sektor yang paling intensif melibatkan keterampilan dan khususnya teknologi informasi (*the most skill intensive and information technology (IT) intensive*) (Yusuf & Nabeshima, 2003). Melihat pentingnya teknologi dalam sektor ini khususnya TIK, maka menjadi sangat menarik untuk melihat bagaimana pengaruh pemanfaatan TIK terhadap kinerja sektor kreatif dan belum ada tulisan yang membahas hal tersebut.

Teknologi informasi secara singkat dapat diartikan sebagai perpaduan antara *hardware* (perangkat keras), *software* (perangkat lunak), dan *brainware*. 2 Teknologi informasi dan komunikasi memungkinkan untuk mengkomunikasikan informasi-informasi baik melalui *e-mail*, forum diskusi, kotak *chatting*, halaman *web*, video konferensi, dan aplikasi-aplikasi yang memungkinkan terjadinya interaksi atau komunikasi (Hepp, et al., 2004). Menurut Ramqvist (Muroyama, & Stever, 1988), komputer, *software* yang memadai serta perangkat komunikasi yang dapat diandalkan merupakan teknologi yang mendasar untuk menciptakan sebuah sistem informasi. Pemanfaatan TIK menunjukkan signifikansi yang relatif tinggi terhadap produktivitas baik di tingkat usaha, industri maupun negara (Papaioannou & Dimelis, 2002). Tujuan utama penggunaan TIK oleh suatu usaha adalah untuk mendapatkan *profit* (keuntungan) yaitu melalui penciptaan pendapatan (*revenue generation*) dan pengurangan biaya produksi (*cost reduction*) (Mithas, et al., 2012).

Cost reduction umumnya hanya terkait 2 hal yaitu: (1) otomatisasi transaksi; dan (2) berbagi informasi yang dapat dengan mudah ditiru oleh unit usaha lainnya. Dalam *cost reduction* unit usaha memfokuskan pada hulu untuk mengurangi biaya sementara *revenue generation* berfokus di hilir bagaimana untuk mendiferensiasikan produk barang dan jasa yang dihasilkan agar lebih selaras dengan kebutuhan konsumen dan meningkatkan kepuasan konsumen serta memperluas jangkauan konsumen baru yang pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan unit usaha. Pendekatan *revenue generation* lebih baik dibandingkan *cost reduction* karena sifatnya lebih kompleks dan cenderung mengarahkan unit usaha ke penyusunan kembali proses bisnisnya. Dengan demikian, metode ini lebih bertahan dan tidak mudah untuk ditiru oleh unit usaha lainnya serta menghasilkan keunggulan komparatif di samping meningkatkan pendapatan (Mithas, et al., 2012).

Dalam sektor ekonomi kreatif, selain kedua mekanisme *profit* di atas, teknologi didefinisikan sebagai basis kreativitas yang berarti teknologi mendorong terjadinya kreativitas yang pada gilirannya akan meningkatkan produksi dan pendapatannya. Pada sektor ekonomi kreatif secara khusus, TIK telah mengubah tidak hanya pola produksi produk ekonomi kreatif namun juga pola distribusi dan konsumsi (Mawardi, 2020). Hal ini dapat dengan jelas dilihat dari sektor aplikasi dan game developer, dimana untuk menciptakan aplikasi dibutuhkan komponen TIK, yaitu komputer dan didistribusikan melalui website atau aplikasi yang membutuhkan jaringan internet dengan perantara media hardware seperti komputer atau telepon genggam atau lainnya serta dikonsumsi melalui media produk TIK. Di subsektor Film, Animasi, Video konsumsi yang dilakukan melalui *Compact Disc* (CD) atau *Digital Video Disc* (DVD) sudah sangat berkurang pada saat ini. Produk-produk di sektor subsektor Film, Animasi, Video lebih banyak diproduksi secara daring, dipasarkan secara daring dan dikonsumsi secara daring juga. Demikian juga produk-produk di subsektor musik, arsitektur, dan penerbitan yang saat ini sudah diproduksi secara daring. Kačerauskas (2012) menyatakan bahwa teknologi sangat penting dalam sektor ekonomi kreatif yang mengharuskan kebaruan dalam penciptaan nilai ekonomi.

3. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dengan berbagai metode, seperti ceramah, diskusi interaktif, dan simulasi. Kegiatan ini akan dijalankan dengan menggunakan langkah-langkah yang terstruktur, yang meliputi metode ceramah, metode diskusi interaktif, dan metode simulasi. Adapun pada tahap metode ceramah, peserta diberikan pengetahuan tentang pengenalan jenis-jenis ekonomi kreatif dan sektor pekerjaan industri kreatif, dan pengenalan jenis-jenis ekonomi kreatif. selanjutnya di tahap metode diskusi interaktif, peserta diberikan kesempatan untuk berdiskusi mengenai masalah-masalah terkait dengan bisnis ekonomi kreatif. selbihnya, di tahap metode simulasi, peserta diberikan kesempatan untuk membuat akun *online shop* dan praktik langsung pengambilan foto produk yang menarik.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Kegiatan Ekonomi Kreatif Siswa SMAN 1 Alalak ini mendapatkan jawaban dan jadi pembahasan dalam pengabdian ini. Para siswa di SMAN 1 Alalak masih banyak yang belum memanfaatkan teknologi informasi dan

komunikasi untuk kegiatan ekonomi kreatif. Hal ini tidak lepas dari kurangnya akses para siswa terhadap teknologi informasi dan komunikasi itu sendiri. Kurangnya akses tersebut menyebabkan para siswa pelaku bisnis di SMAN 1 Alalak masih menggunakan gaya konvensional. Penggunaan gaya konvensional, misalnya jenis usaha yang dikembangkan tidak mengangkat ide kekininian dan proses penjualan yang masih secara manual.

Kehadiran tim Pengabdian Kepada Masyarakat dalam melaksanakan pelatihan ini, membuka wawasan atau menjadi pengetahuan baru bagi siswa dalam pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi. Teknologi informasi dan komunikasi dalam perannya pada aplikasi jual beli *online* digunakan untuk melakukan komunikasi dalam bisnis, membantu pemasaran produk dan jasa, berkomunikasi dengan pelanggan, pemasok, melengkapi merk, mengurangi biaya serta penjualan *online*. Teknologi informasi dan komunikasi jadi pendekatan pemasaran dari sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan jejaring sosial, bahkan hingga forum dunia virtual. Mengharapkan pelaku ekonomi kreatif bisa lebih mengoptimalkan dan meningkatkan pengetahuan mengenai aplikasi digital melalui dalam memasarkan produk-produk dari ekonomi kreatif akan dapat lebih dikenal oleh masyarakat, pemesanan bisa dilakukan secara *online*, memudahkan pembeli dan pelaku ekonomi kreatif bertransaksi jual beli.

Adapun upaya untuk meningkatkan pengetahuan dalam pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam membangun ekonomi kreatif di era digital memiliki tantangannya tersendiri, terlebih dengan demokrasi yang beragam serta tantangan lokalisasi yang punya keunikannya sendiri. Dengan menjalankan pelatihan yang dilakukan oleh tim pengabdian Kepada Masyarakat di SMAN 1 Alalak ini jadi dapat mempengaruhi pola pikir siswa untuk dapat mengembangkan usaha atau bisnis ekonomi kreatif secara *online*. Dari hasil penyampaian ide siswa, banyak inovasi-inovasi yang akan mereka lakukan ke depannya untuk memberikan manfaat positif serta kemudahan dan sebagai cara baru dalam melakukan aktivitas meningkatkan kontribusi pertumbuhan ekonomi di masyarakat.

Selebihnya tim Pengabdian Kepada Masyarakat atau narasumber dalam kegiatan pelatihan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi ini menjelaskan tentang konsep ekonomi kreatif membutuhkan kreativitas. Hal itu karena industri kreatif merupakan inti dari bidang ekonomi kreatif yang digerakan oleh para kreator dan inovator. Berikutnya, narasumber menjelaskan tentang industri ekonomi kreatif meliputi banyak sektor pekerjaan di dalamnya. Jenis-jenis ekonomi kreatif dibagi menjadi 14 sektor industri, di antaranya kerajinan, fotografi, makanan, periklanan, dll. Untuk memastikan produk yang ditawarkan menarik, narasumber juga menyampaikan tentang pengaruh foto produk dalam *branding* yang menjelaskan secara detail tentang teknik-teknik fotografi agar gambar yang dihasilkan bagus dan berkualitas. Selanjutnya, narasumber juga menjelaskan tentang pengaruh *caption* (kata-kata singkat) dalam kegiatan *online shop*. Siswa memahami bahwa kata-kata juga sangat mempengaruhi hasil penjualan yang terpampang di media sosial. Semakin mahir membuat kata-kata promosi, maka barang yang dijual akan semakin laris atau laku. Setelah narasumber menyampaikan beberapa materi tersebut, siswa diminta membuat akun *online shop* yang dibimbing langsung dari perwakilan mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Mahasiswa tersebut juga menekankan pentingnya memiliki akun tersebut untuk menunjang kegiatan ekonomi kreatif siswa nantinya. Kegiatan terakhir, siswa diminta menguraikan ide kreatif dan strategi pengembangan usaha yang akan dilakukan ke depannya melalui *google form* yang sudah disiapkan tim.

Adapun salah satu kegiatan pendampingan tentang pengaruh foto produk dalam *branding* yang menjelaskan mana narasumber menjelaskan secara detail tentang teknik-teknik fotografi dapat di lihat pada gambar 1 berikut ini.



Gambar 1. Kegiatan pembekalan materi tentang teknik-teknik fotografi

Diharapkan materi yang disampaikan dalam kegiatan pelatihan ini bisa menjadi solusi bagi siswa di SMAN 1 Alalak yang merasa kesulitan untuk mengembangkan bisnisnya melalui pemanfaatan teknologi informasi dan teknologi atau aplikasi digital.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di SMAN 1 Alalak berupa pelatihan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam kegiatan ekonomi kreatif dapat terlaksana dengan baik. Siswa memahami tentang jenis-jenis kegiatan ekonomi kreatif, bisa mempraktikkan pembuatan akun *online shop*, dan menguraikan ide kreatif dan strategi pengembangan usaha yang akan dilakukan kedepannya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Politeknik Negeri Banjarmasin melalui Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M) yang telah mendanai kegiatan pengabdian masyarakat tahun anggaran 2024. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh civitas SMAN 1 Alalak dan tim pengabdian masyarakat yang telah membantu, sehingga kegiatan ini berjalan dengan baik dan sukses.

REFERENSI

- Angelia, F. (2020). Peran Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada Sektor Ekonomi Kreatif di Indonesia. *Jurnal Kebijakan Ekonomi*, 15 (2): 1-23.
- Donou-Adonsou, F. (2019). Technology, education, and economic growth in Sub-Saharan Africa. *Telecommunications Policy*, 43(4), 353–360. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2018.08.005>
- Endriastuti, A., & Permatasari, M. P. (2018). Pelatihan Pemasaran, Pemberdayaan Toko Online, dan Pengenalan M-Commerce Pada Produk Unggulan Jagung Tortiladi Kecamatan Trucuk Kabupaten Bojonegoro. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 56-66. <http://dx.doi.org/10.31604/jpm.v1i2.56-66>
- Kačerauskas, T. (2012). Creative Economy and Technologies: Social, Legal and Communicative Issues. *Journal of Business Economics and Management*, 13 (1): 71-80. <https://doi.org/10.3846/16111699.2011.620151>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2015). *Pemanfaatan dan Pemberdayaan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada Petani dan Nelayan*. Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengembangan Penyelenggaraan Pos dan Informatika.
- Kementerian Koordinator Perekonomian Bidang & Indonesia. (2022). *Perkembangan UMKM*

- sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah.* <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>. Diunduh pada tanggal 1 Juni 2024.
- Mawardi, M. K. (2020). Ecosytem Kewirausahaan Dan Dampaknya Pada Minat Berwirausaha. *Profit*, 14(02), 39–47. 10.21776/ub.profit.2020.014.02.5
- Hepp, K. P., Hinostroza, S. E., Laval, M. E., & Rehbein, L. F. (2004). *Technology in Schools: Education, ICT and the Knowledge Society*. Washington D.C.: World Bank.
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: The Penguin Press.
- Mithas, S., Tafti, A., Bardhan, I., & Mein, J. G. (2012), Information Technology and Firm Profitability: Mechanisms and Empirical Evidence. *MIS Quarterly*, 36 (1): 205-224. 10.2307/41410414
- Muliati, N. K. (2020). Pengaruh Perekonomian Indonesia di Berbagai Sektor Akibat Corona Virus Disease 2019. *Widya Akutansi & Keuangan*, 2 (2): 1-9. <https://doi.org/10.32795/widyaakuntansi.v2i2.874>
- Papaioannou, S. K., & Dimelis, S. P. (2007). Information technology as a factor of economic development: Evidence from developed and developing countries. *Economics of Innovation and New Technology*, 16(3), 179-194. 10.1080/10438590600661889.
- Riyanto, A, D. (2023). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>
- Romadhan, M. I., & Rusmana, D. S. A. (2017, October). Potensi Media Sosial Sebagai Sarana Media Promosi Pariwisata Berbasis Partisipasi Masyarakat. In *Prosiding Seminar Dan Call For Paper*, 85-90.
- Yusuf, S., & Nabeshima, K. (2005). Creative industries in east Asia. *Cities*, 22(2), 109-122. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2005.01.001>