

PENDAMPINGAN EKONOMI KREATIF MELALUI TRANSFORMASI DIGITAL PADA PELUKIS KONVENSIONAL DI KOTA MAKASSAR

Faidul Adzim^{1*}, Mira², Masrullah³

¹Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhamamdiyah Makassar

²Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhamamdiyah Makassar

³Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhamamdiyah Makassar

*e-mail: faidul.adzim@unismuh.ac.id

Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mampu bertransformasi digital secara cepat. Di era pandemi virus corona atau Covid-19 mendorong seluruh aktivitas ekonomi dari yang semula tatap muka menjadi termediasi oleh teknologi digital. Mengikuti perkembangan dan kondisi mengubah kebiasaan lama yang konvensional menjadi digitalisasi, diharapkan industri kreatif termasuk didalamnya pengrajin pelukis konvensional dapat berkarya menggunakan sistem digital marketing. Digital marketing ini selanjutnya, dapat diakses dan di lihat dari berbagai kalangan, daerah, bahkan negara lain. Era digital terakselerasi sangat cepat khususnya di era pandemi. Mendorong produk yang telah menggunakan digital marketing mampu bersaing dengan produk luar, bukan hanya dari dalam kota namun di luar kota juga. Dalam hal ini pendampingan ekonomi kreatif pada pelukis konvensional yang ada di Kota Makassar agar memanfaatkan digital mengikuti perkembangan agar dapat meluaskan pasar. Adapun metode yang digunakan dalam pengabdian ini yaitu pemberian materi kepada para penggiat tentang digital marketing, pemberian latihan dan pemahaman penggunaan digital marketing, dan Pendampingan langsung pada proses penggunaan pemasaran digital marketing. Hasil dari pengabdian ini adalah peningkatan kemampuan penggiat seni rupa pelukis konvensional dalam memasarkan hasil karya, adanya pengenalan dan kemampuan memilih digital marketing yang diinginkan memacu penggiat seni rupa pelukis konvensional untuk terus berkarya, dan Penggiat seni rupa pelukis konvensional tren sudah dapat memasarkan dengan sendirinya hasil karyanya tanpa bantuan pendamping.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif; Pelukis Konvensional; Transformasi Digital

Abstract

This community service activity aims to be able to transform digital quickly. In the era of the corona virus pandemic or Covid-19, it has pushed all economic activities from those that were originally face-to-face to mediated by digital technology. Following the developments and conditions of changing conventional old habits into digitization, it is hoped that the creative industry, including conventional painters, can work using a digital marketing system. Next, digital marketing can be accessed and seen from various groups, regions, and even other countries. The digital era is accelerating very quickly, especially in the pandemic era. Encouraging products that have used digital marketing to be able to compete with foreign products, not only from within the city but outside the city as well. In this case,

creative economy assistance to conventional painters in Makassar City to utilize digital to keep up with developments in order to expand the market. The methods used in this service are providing material to activists about digital marketing, providing training and understanding of using digital marketing, and direct assistance in the process of using digital marketing. The result of this dedication is an increase in the ability of conventional painters to market their works, the introduction and ability to choose the desired digital marketing encourages conventional painters to continue working, and conventional painters are able to market their work by themselves. without the help of a companion.

Keywords: *Creative Economy; Conventional Painter; Digital Transformation*

A. Pendahuluan

Keterbatasan jarak akibat larangan *physical distancing* selama pandemi COVID-19 memunculkan baru di masyarakat. Salah satu gaya hidup yang mulai berubah adalah cara berkomunikasi yang bergantung pada media digital. Tidak hanya berdampak pada pola berkomunikasi perseorangan, digitalisasi komunikasi juga berpengaruh pada ranah usaha, termasuk dalam sektor ekonomi kreatif. Untuk memasarkan produknya pelaku ekonomi kreatif (Ekraf) perlu beradaptasi dan mengikuti perubahan tersebut. Membawa promosi produk ke ranah digital menjadi hal yang wajib dilakukan.

Pasalnya, penggunaan media digital turut meningkat secara signifikan selama pandemi COVID-19. Berdasarkan data dari YouGov, yang dikutip Facebook for Business, penggunaan media sosial naik hingga 38% selama pandemi COVID-19. Angka tinggi ini sudah selayaknya ditangkap sebagai peluang bagi pelaku ekonomi kreatif di Indonesia untuk melakukan digitalisasi. Terlebih, pandemi COVID-19 memberikan dampak yang cukup besar bagi sektor ekonomi kreatif secara global. Hal ini dapat dilihat dari sektor ekonomi kreatif Amerika Serikat pada April- Juli 2020, berdasarkan data Creative Economy Final, tercatat ada 2,7 juta pekerjaan dan sekitar US\$150 miliar pemasukan hilang akibat penurunan sektor industri kreatif nasional di AS.

Kondisi yang sama peliknya juga terjadi pada sektor ekonomi kreatif di Kota Makassar terkhusus pada penggiat seni rupa pelukis konvensional yang sampai saat ini masih berkerja dan memasarkan hasil karyanya secara konvensional. Penggunaan digital maketing pada penggiat seni rupa pelukis konvensional sangat dibutuhkan. Mengingat betapa terbatasnya pelaku seni dalam memasarkan karyanya. Melalui kegiatan pendampingan ekonomi kreatif ini dapat menjadi wadah bagi penggiat seni rupa pelukis konvensional untuk mengembangkan pemasaran hasil karya agar dapat meluaskan pasar ke berbagai daerah bahkan negara

B. Masalah

Berdasarkan latar belakang analisis situasi yang diuraikan sebelumnya, berbagai permasalahan yang dapat teridentifikasi pada Pendampingan ekonomi kreatif melalui transformasi digital pada pelukis konvensional di kota Makassar, yaitu:

1) Aspek Sosial

- a. Belum adanya forum yang menjadi wadah pemasaran hasil lukisan pelukis konvensional di kota Makassar menggunakan digital marketing.
- b. Karena belum adanya wadah, sehingga penggiat seni rupa pelukis konvensional tidak dapat mengembangkan pasar lebih luas.

2) Aspek Ekonomi

- a. Penjualan yang tidak menentu membuat karya-karya pada penggiat seni rupa pelukis konvensional tersimpan yang selanjutnya mempengaruhi kreativitas pelukis untuk terus berkarya karena kekurangan modal.
- b. Penjualan masih sangat terbatas dan tidak ada permintaan karya Lukis dari pasar umum.

C. Metode Pelaksanaan

Sasaran pengabdian ini adalah Pelukis Konvensional yang ada di Makassar, Salah Satunya Adalah Art Gallery. Adapun pendekatan yang digunakan dalam program pengabdian masyarakat (PKM) ini adalah melalui 2 tahapan yaitu seminar dan pendampingan. Metode pelaksanaan Program PKM ini melalui Pemberian materi kepada para penggiat tentang digital marketing. Pemberian Latihan dan pemahaman penggunaan digital marketing, dan Pendampingan langsung pada proses penggunaan pemasaran digital marketing.

D. Pembahasan

1. Tahapan Seminar

Pada tahapan seminar dilakukan untuk mengenalkan dan memahami terkait tentang digital marketing yang berbasis aplikasi, jenis-jenis digital marketing berbasis aplikasi dan Penggunaan digital marketing dalam memasarkan hasil karya.

2. Tahap Pendampingan

Kegiatan PKM ini khususnya yang berkaitan dengan pendampingan dilaksanakan dengan terlebih dahulu pada tahapan Seminar. Pada tahapan ini kami memberikan

pendampingan kepada Art Gallery Terapung dengan pengenalan sistem pemasaran menggunakan digital marketing, pemilihan penggunaan jenis digital marketing yang dirasakan sesuai dengan pasar dan memajang hasil karya menggunakan digital marketing yang dipilih seperti penggunaan aplikasi.



Gambar 1. Proses Pendampingan

Dari hasil Seminar dan Pendampingan yang dilakukan pada Seluruh Art Gallery Terapung dapat kita lihat bahwa respon dan keikutsertaan mengikuti Kegiatan ini sangat baik, sehingga mencapai Target yang ingin dicapai diantaranya adalah Peningkatan Kemampuan Penggiat Seni Rupa Pelukis Konvensional dalam memasarkan hasil karya, Adanya pengenalan dan kemampuan memilih digital marketing yang diinginkan memacu penggiat seni rupa pelukis konvensional untuk terus berkarya dan Penggiat seni rupa pelukis konvensional sudah dapat memasarkan dengan sendirinya hasil karyanya tanpa bantuan pendamping.

E. Kesimpulan

Adapun simpulan dari Pelaksanaan PKM yaitu Para anggota Art Gallery Terapung dapat meningkatkan Kemampuan Penggiat Seni Rupa Pelukis Konvensional dalam memasarkan Hasil Karya, untuk terus berkarya dan sudah dapat memasarkan dengan sendirinya hasil karyanya tanpa bantuan pendamping.

F. Ucapan Terima Kasih

Kegiatan ini merupakan salah satu kegiatan yang didanai oleh Universitas Muhammadiyah Makassar melalui bentuk Hibah Pengabdian Internal Tahun Anggaran 2022, untuk kami mengucapkan banyak terimakasih dan Pihak Art Gallery Terapung yang

telah memberikan kami kesempatan untuk melakukan pendampingan di Gallery tersebut, selanjutnya ucapan terimakasih untuk FEB atas support dan dukungan untuk suksesi pelaksanaan kegiatan PKM ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aris Risdiana. (2020). Analisis Strategi Digital Marketing Produk Industri Kreatif di Kecamatan Rajapolah, Tasikmalaya. *Aplikasi Jurnal* Volume 20, Nomor 1, 2020
- Darmastuti, R. (2012). *Media Relations: Konsep, Strategi dan Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI.
- E.S. Purwana, Dedi., dkk. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*
- Rugova & Prenaj. (2016). Social media as marketing tool for SMEs: opportunities and challenges. *Academic. Journal of Business, Administration, Law and Social Sciences*.
- Wardhana, A. (2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya padaKeunggulan Bersaing UKM di Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional FKBIIV*. Yogyakarta.