

Strategi Inovasi Bisnis Sebagai Upaya Peningkatan Keunggulan Kompetitif Dan Pertumbuhan Bisnis UMKM Industri Kreatif Di Era Digital

Rahayu Mardikaningsih
Universitas Sunan Giri, Surabaya

Didit Darmawan
Universitas Sunan Giri, Surabaya

Korespondensi penulis: rahayumardikaningsih@gmail.com*

Abstract. *This research explores business innovation strategies aimed at improving competitiveness and supporting the growth of creative industry Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the digital era. A qualitative approach, used in this study, focused on knowledge of the challenges faced by creative industry MSMEs, the role of digital technology, and the innovative strategies they implement. The findings of this study underscore the key role of e-commerce, data-driven decision-making, collaboration, and enhanced customer experience on the competitiveness and growth of creative industry MSMEs. In addition, the findings also contribute that the implementation of business innovation strategies can give creative industry MSMEs a competitive advantage through unique products and services and innovative designs. MSMEs can produce a variety of new products and services by utilizing digital technology. This can increase market appeal and enable businesses to adapt to changing consumer trends*

Keywords: *business innovation, competitiveness, business growth, MSME, digital era, digital technology, e-commerce*

Abstrak. Penelitian ini menjelajahi strategi inovasi bisnis yang ditujukan untuk meningkatkan daya saing dan mendukung pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) industri kreatif di era digital. Pendekatan kualitatif, digunakan pada penelitian ini yang fokus pada pengetahuan terhadap tantangan yang dihadapi UMKM industri kreatif, peran teknologi digital, dan strategi inovatif yang mereka terapkan. Temuan penelitian ini menggarisbawahi peran kunci e-commerce, pengambilan keputusan berbasis data, kerjasama, dan peningkatan pengalaman pelanggan terhadap daya saing dan memacu pertumbuhan UMKM industri kreatif. Selain itu, hasil temuan ini juga memberikan kontribusi implementasi strategi inovasi bisnis dapat memberikan UMKM industri kreatif keunggulan kompetitif melalui produk dan layanan yang unik dan desain yang inovatif. UMKM dapat menghasilkan variasi produk dan layanan baru dengan memanfaatkan teknologi digital. Ini dapat meningkatkan daya tarik pasar dan memungkinkan bisnis beradaptasi dengan perubahan tren konsumen.

Kata Kunci: inovasi bisnis, daya saing, pertumbuhan bisnis, UMKM, industri kreatif, era digital, teknologi digital, e-commerce

PENDAHULUAN

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan transformasi digital, perubahan paradigmatik pada dunia bisnis menjadi keniscayaan, mendorong perusahaan untuk terus berinovasi guna mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya. Era digital membawa dampak positif terhadap seluruh faktor operasional bisnis, mulai dari cara berinteraksi dengan pelanggan hingga menjalankan strategi bisnis yang efektif. Perubahan fundamental dalam perilaku konsumen, terutama dalam teknologi, menjadi salah satu faktor pendorong perubahan ini. Pelanggan kini semakin mengandalkan platform digital untuk berinteraksi dengan produk dan layanan. Untuk itu, tantangan bagi pemilik bisnis adalah menciptakan strategi bisnis yang responsif terhadap pergeseran perilaku konsumen ini (Mardikaningsih *et al.*, 2015).

Received: Agustus 31, 2023; Accepted: September 15, 2023; Published: Oktober 31, 2024

* Rahayu Mardikaningsih, rahayumardikaningsih@gmail.com

Strategi inovatif pada era digital terdiri dari penerapan teknologi baru, pengembangan produk yang berfokus pada kebutuhan konsumen digital, hingga transformasi proses bisnis agar lebih efisien dan responsif (Putra, 2022). Inovasi bisnis menjadi sangat penting dalam meningkatkan daya saing dan pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era digital (Ernawati *et al.*, 2022). Transformasi digital, khususnya melalui penggunaan platform e-commerce, telah memberikan dampak signifikan bagi UMKM dengan membuka peluang baru dan merubah paradigma bisnis tradisional. Platform e-commerce memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar mereka secara nasional dan internasional serta memberikan akses yang lebih luas kepada konsumen (Amornkitvikai *et al.*, 2022).

Menurut Bhatiasevi dan Dutot (2014), UMKM di industri kreatif merupakan sektor bisnis yang berfokus pada kreativitas dan inovasi dalam menciptakan produk atau layanan dengan nilai tambah artistik. Industri kreatif terdiri dari berbagai bidang, seperti seni, desain, musik, film, mode, periklanan, dan lainnya. UMKM di sektor ini sering kali menjadi motor penggerak keberagaman ekonomi, memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan mempromosikan keunikan budaya suatu daerah. UMKM industri kreatif dapat terlibat dalam berbagai kegiatan, seperti produksi karya seni, desain produk yang unik, pembuatan konten kreatif, atau penyediaan layanan kreatif. Pemasaran dan distribusi produk atau layanan ini seringkali melibatkan platform digital, membuka peluang lebih luas untuk menjangkau pasar global. Oleh karena itu, dukungan dan pengembangan ekosistem bisnis yang kondusif menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan UMKM di industri kreatif ini (Schiller, 1999).

UMKM dapat dipengaruhi oleh sejumlah faktor, termasuk ketersediaan sumber daya manusia yang terampil, keuangan yang memadai, dan infrastruktur yang mendukung (Hariani, 2022). Namun, mengintegrasikan metode pemasaran offline dan online dapat menjadi strategi yang efektif untuk UMKM. Strategi pemasaran digital menjadi penting. Membuat akun bisnis Google, memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk, bekerjasama dengan influencer, dan menggunakan email marketing adalah beberapa strategi yang dapat digunakan oleh UMKM. Strategi pemasaran digital ini membawa manfaat beragam, termasuk meningkatkan pangsa pasar online yang lebih baik, mengurangi biaya pemasaran dibandingkan dengan metode tradisional, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui interaksi langsung (Kingsnorth, 2022). Dengan menerapkan strategi-strategi ini, UMKM dapat memanfaatkan potensi penuh dari ekosistem digital, meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin terkoneksi, dan meraih pertumbuhan di era digital ini.

Peningkatan pengetahuan, kompetensi, dan keterampilan para pelaku UMKM menjadi kunci penting dalam mendorong inovasi dan meningkatkan kinerja bisnis. Inovasi berperan dalam membantu bisnis mencapai terobosan dan meningkatkan kinerjanya. UMKM dapat meningkatkan kapabilitas individu dan tim di dalamnya akan membuka pintu untuk peningkatan daya kreasi, penemuan solusi baru, dan adaptasi terhadap perkembangan pasar dan teknologi (Sinambela *et al.*, 2021). Inovasi di tingkat UMKM dapat melibatkan penggunaan teknologi baru, pengembangan produk dan layanan yang lebih efisien, serta perbaikan dalam proses bisnis. Dengan meningkatkan keterampilan dan pengetahuan, para pelaku UMKM dapat lebih mudah mengadopsi perkembangan teknologi terbaru, memahami kebutuhan pasar (Darmawan *et al.*, 2022a).

Peningkatan kinerja bisnis yang dihasilkan dari inovasi ini dapat memberikan kontribusi positif pada berbagai aspek ekonomi (Infante, 2022). Peningkatan pendapatan bisnis dapat terjadi melalui peningkatan penjualan dan ekspansi pasar. Di samping itu, inovasi juga dapat menciptakan peluang pekerjaan baru, meningkatkan daya saing UMKM di pasar global dan memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi (Mardikaningsih *et al.*, 2022). Artinya, pengembangan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM merupakan langkah penting untuk meningkatkan daya saing bisnis (Eniola & Ektebang, 2014). Langkah-langkah inovatif yang diambil seharusnya tidak melanggar prinsip-prinsip etika, dan perusahaan harus bertanggung jawab terhadap konsekuensi dari inovasinya (Darmawan *et al.*, 2022b).

Lanskap lingkungan bisnis global yang terus berubah, didorong oleh kemajuan teknologi yang cepat, telah menciptakan perubahan paradigma dalam cara operasional bisnis. Perkembangan era digital telah mengubah secara mendasar model bisnis konvensional dan menghadirkan tantangan sekaligus peluang bagi perusahaan di berbagai skala. Sektor UMKM di industri kreatif muncul sebagai kekuatan pendorong pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja di berbagai negara. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk menginvestigasi strategi inovasi bisnis yang efektif dalam meningkatkan daya saing dan prospek pertumbuhan UMKM di sektor industri kreatif, khususnya dalam era digital. Dengan menyelidiki tantangan dan peluang unik yang dihadapi oleh perusahaan-perusahaan ini, penelitian ini bertujuan memberikan wawasan yang dapat diimplementasikan, memberdayakan UMKM di industri kreatif untuk mengambil keuntungan dari teknologi digital demi kemajuan mereka.

METODE

Penelitian ini melibatkan pendekatan kualitatif dengan desain penelitian studi kasus untuk mendapatkan pemahaman tentang implementasi strategi inovatif dalam bisnis era digital. Populasi penelitian terdiri dari sejumlah perusahaan dari berbagai sektor industri yang telah berhasil menerapkan strategi inovatif dalam operasional mereka. Pendekatan studi kasus memberikan ruang untuk menyelidiki implementasi strategi inovatif pada tingkat individual perusahaan, memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi, proses, dan dampak strategi inovasi pada bisnis. Proses analisis data dilakukan menggunakan pendekatan analisis isi, yang melibatkan langkah-langkah seperti klasifikasi tematik, penyusunan pola, dan penarikan kesimpulan. Klasifikasi tematik digunakan untuk mengidentifikasi pola-pola tematik yang muncul dari data, sementara penyusunan pola membantu menyusun hubungan antar temuan. Proses ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi kerangka konseptual dan teoretis yang mendasari implementasi strategi inovatif dalam bisnis era digital. Triangulasi digunakan sebagai strategi untuk meningkatkan kevalidan dan reliabilitas hasil analisis. Pendekatan triangulasi juga membantu mengurangi bias dan memperkuat interpretasi hasil penelitian.

HASIL

1. Peran UMKM Industri Kreatif dalam Pembangunan Ekonomi

UMKM industri kreatif memegang peran yang signifikan dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Berikut adalah beberapa peran UMKM industri kreatif dalam pembangunan ekonomi:

a. Penciptaan Lapangan Kerja

UMKM industri kreatif memainkan peran yang sangat penting dalam penciptaan lapangan kerja dengan mengandalkan kreativitas dan inovasi sebagai pendorong utama. Di dalam ekosistem industri kreatif, desainer, seniman, teknisi, dan pelibatan kerja memiliki peran yang beragam dan penting. Desainer berkontribusi untuk menciptakan estetika dan fungsionalitas produk-produk kreatif. Dengan keahlian desain mereka, mereka menciptakan nilai tambah yang mendalam pada produk atau layanan, mencerminkan identitas merek dan memenuhi ekspektasi pasar yang terus berkembang. Selanjutnya, seniman memiliki peran dalam memberikan dimensi artistik pada produk atau karya yang dihasilkan. Karya seni ini meningkatkan nilai estetika. Teknisi berkontribusi dalam pengembangan infrastruktur teknologi yang mendukung proses produksi dan distribusi. Mereka memastikan bahwa perangkat keras dan perangkat lunak yang digunakan dalam industri kreatif berjalan dengan maksimal, mendukung kinerja maksimal dan inovasi. Selain itu, pelibatan pekerja, seperti

pemasaran, manajemen bisnis, dan dukungan pelanggan, memberikan dukungan fungsional dalam menjalankan operasional sehari-hari UMKM industri kreatif. Manajemen strategi termasuk suatu pendekatan terstruktur untuk merencanakan, melaksanakan, dan mengelola strategi organisasi guna mencapai kinerja bisnis secara maksimal (Mardikaningsih, 2017; Darmawan *et al.*, 2023a). Para profesional ini membantu membangun dan memelihara hubungan baik dengan pelanggan, memastikan kelancaran program, dan meningkatkan visibilitas produk atau layanan kreatif di pasar.

Melalui keragaman peran ini, UMKM industri kreatif menciptakan ekosistem lapangan kerja yang beragam. Kreativitas dan inovasi yang menjadi pusat dari kegiatan ini yang menciptakan lapangan kerja dalam sektor kreatif itu sendiri dan pertumbuhan sektor-sektor terkait, seperti layanan pendukung, logistik, dan pemasaran. Artinya, UMKM industri kreatif menciptakan produk dan layanan yang inovatif yang menjadi penggerak dalam menciptakan peluang kerja yang bervariasi dan mendukung pertumbuhan ekonomi.

b. Peningkatan Pendapatan Masyarakat

UMKM industri kreatif memiliki dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat melalui aktivitas ekonomi yang dihasilkan. Produksi dalam industri kreatif, terbuka peluang baru bagi pengusaha dan pekerja di sektor ini. Pengusaha dapat memperluas usaha mereka, menciptakan lebih banyak lapangan kerja, dan menjelajahi pasar yang lebih luas. Hal ini memberikan manfaat finansial bagi pemilik usaha yang kontribusi pada pertumbuhan ekonomi mikro dan regional.

Peningkatan penjualan produk kreatif juga menjadi faktor kunci dalam peningkatan pendapatan masyarakat. Dengan adanya permintaan yang meningkat untuk produk-produk inovatif dan kreatif, UMKM industri kreatif memiliki kesempatan untuk memaksimalkan pemasaran dan distribusi produk mereka. Hal ini menciptakan siklus positif di mana peningkatan penjualan menghasilkan pendapatan tambahan, yang menghasilkan investasi kembali dalam inovasi, dan akhirnya mendukung kinerja bisnis serta pertumbuhan ekonomi (Putra *et al.*, 2016). Selain itu, peran pekerja dalam UMKM industri kreatif juga menjadi aspek penting dalam peningkatan pendapatan masyarakat. Seiring dengan pertumbuhan bisnis, terdapat peluang bagi pekerja di berbagai bidang, termasuk desainer, seniman, teknisi, pemasar, dan pekerja dukungan, untuk mendapatkan pekerjaan yang lebih baik dan mendapatkan kompensasi yang lebih baik. Kreativitas dan keahlian mereka menjadi aset berharga yang dicari oleh perusahaan dalam meningkatkan kualitas dan daya tarik produk atau layanan. Dengan memberdayakan pengusaha dan pekerja, UMKM industri kreatif memainkan peran yang nyata dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat secara luas.

c. Peningkatan Daya Saing Global

Produk dan layanan kreatif yang dihasilkan oleh UMKM industri kreatif meningkatkan daya saing suatu negara di pasar global. Dengan menciptakan merek dan produk yang inovatif, UMKM ini telah memenuhi tuntutan konsumen dalam negeri yang membuka peluang baru untuk ekspansi internasional. Merek yang kuat menciptakan identitas yang dikenali dan diinginkan di pasar global dan hal ini memberikan keunggulan kompetitif. Produk yang inovatif dapat memenuhi kebutuhan konsumen secara unik yang kemudian menarik perhatian pasar internasional yang cenderung mencari solusi baru dan kreatif. Dengan membuka peluang ekspor, UMKM industri kreatif dapat meningkatkan pendapatan negara dan mengoptimalkan potensi ekonomi yang dapat bersaing secara global. Hal ini menggambarkan bagaimana kreativitas dan inovasi dalam produk dan layanan dapat menjadi daya pendorong utama bagi pertumbuhan ekonomi dan posisi bersaing suatu negara di panggung internasional.

d. Pengembangan Infrastruktur Kreatif

Keberadaan UMKM industri kreatif tidak hanya menciptakan produk dan layanan inovatif, tetapi juga memiliki dampak positif pada pengembangan infrastruktur kreatif suatu daerah. Kegiatan kreatif UMKM dapat merangsang investasi dalam pembangunan pusat seni, studio kreatif, dan wilayah kreatif yang mendukung ekosistem industri ini. Pusat seni menjadi tempat bagi seniman dan kreatif untuk berkumpul, bekerjasama, dan memamerkan karya mereka, menciptakan pusat kegiatan budaya dan seni yang dapat memperkaya kehidupan masyarakat setempat. Studio kreatif dan wilayah kreatif memberikan ruang bagi UMKM dan individu untuk bekerja, berinovasi, dan berkembang. Selain itu, infrastruktur ini menciptakan suasana yang mendukung pertumbuhan sektor ini dengan menyediakan fasilitas, sumber daya, dan konektivitas yang diperlukan untuk kreativitas. Dapat dijelaskan bahwa kehadiran UMKM industri kreatif telah memberikan dampak positif yang nyata pada pertumbuhan sektor, dan meningkatkan investasi dalam infrastruktur kreatif yang berperan sebagai fondasi bagi ekosistem kreatif yang berkembang pesat.

2. Tantangan yang Dihadapi UMKM Industri Kreatif di Era Digital

UMKM industri kreatif menghadapi sejumlah tantangan yang signifikan di era digital. Beberapa dari tantangan tersebut termasuk:

a. Pembiayaan dan Modal

Pembiayaan menjadi salah satu kendala utama yang dihadapi UMKM industri kreatif, mengingat pentingnya investasi dalam pengembangan produk atau layanan kreatif, serta penyesuaian dengan model bisnis digital. Proses pengembangan produk kreatif seringkali memerlukan dana yang tinggi untuk riset, desain, prototipe, dan produksi. UMKM ini

menghadapi kesulitan dalam memperoleh pinjaman atau modal ventura tradisional karena ketidakpastian yang terkait dengan produk kreatif dan risiko bisnis yang lebih tinggi. Selain itu, transisi menuju model bisnis digital juga memerlukan investasi yang cukup besar. UMKM industri kreatif perlu paham terhadap teknologi terkini, membangun dan memelihara platform online, serta mengelola kebutuhan infrastruktur digital. Biaya ini terdiri dari pembuatan dan pemeliharaan situs web, integrasi sistem pembayaran digital, serta strategi pemasaran dan promosi online.

Kendala untuk memperoleh pembiayaan dapat menghambat UMKM industri kreatif merespon cepat terhadap peluang pasar atau menghadapi perubahan kebutuhan konsumen. Selain itu, ketidakmampuan untuk mengakses pembiayaan dapat membatasi potensi inovasi dan pengembangan produk kreatif yang dapat meningkatkan daya saing di pasar digital. Untuk mengatasi tantangan ini, UMKM industri kreatif dapat mencari solusi alternatif pembiayaan, seperti program bantuan pemerintah, sumber pembiayaan berbasis teknologi seperti crowdfunding, atau kerjasama dengan investor atau mitra strategis yang berbagi visi mereka. Dengan strategi pembiayaan yang tepat, UMKM industri kreatif dapat mengatasi hambatan keuangan dan membuka pintu untuk pertumbuhan dan inovasi di era digital.

b. Hak Kekayaan Intelektual (HKI)

Perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI) menjadi tantangan kritis dalam industri kreatif, terutama bagi UMKM yang memfokuskan kegiatan pada kreativitas dan inovasi. Pembajakan dan pelanggaran hak cipta dapat menyebabkan dampak serius terhadap bisnis dan keberlanjutan karya-karya kreatif. UMKM industri kreatif sering kali menghadapi kesulitan dalam memahami dan menerapkan mekanisme perlindungan HKI yang efektif. Proses pendaftaran dan penegakan hak cipta, merek dagang, dan paten bisa rumit dan memerlukan sumber daya yang signifikan.

Pembajakan menjadi ancaman nyata, terutama di era digital yang memungkinkan reproduksi dan distribusi karya dengan cepat. UMKM dengan kreativitas tinggi dan produk inovatif menjadi sasaran utama bagi pihak yang tidak bertanggung jawab. Ini tidak hanya berdampak pada hilangnya pendapatan akibat penjualan ilegal, tetapi juga dapat merusak reputasi merek dan mematikan insentif untuk terus berinovasi. Perlindungan HKI semakin meningkat seiring dengan globalisasi dan penetrasi pasar internasional. Tanpa perlindungan yang memadai, UMKM industri kreatif enggan untuk memasuki pasar global karena risiko pembajakan yang lebih tinggi di tingkat internasional. Hal ini dapat menghambat potensi ekspansi dan pertumbuhan bisnis di pasar global, tempat di mana UMKM dapat mengeksplorasi peluang baru. Untuk mengatasi tantangan ini, pemerintah dan lembaga terkait

perlu memberikan dukungan dalam meningkatkan kesadaran dan memfasilitasi proses perlindungan HKI. UMKM perlu dilibatkan dalam pelatihan dan pendidikan mengenai pentingnya hak cipta dan cara melindungi karyanya. Selain itu, kerjasama dengan lembaga hukum, kepolisian, dan penyedia platform digital dapat membantu meningkatkan penegakan hukum dan mengurangi risiko pembajakan. Dengan perlindungan yang kuat terhadap HKI, UMKM industri kreatif dapat melindungi nilai kreatifitas mereka yang akan meningkatkan kepercayaan pelanggan dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi di sektor ini.

c. Perubahan Model Bisnis

Pergeseran ke model bisnis digital menimbulkan tantangan yang signifikan bagi UMKM industri kreatif yang memerlukan penyesuaian dan adaptasi yang cepat agar tetap bersaing dalam lingkungan yang terus berkembang. UMKM perlu memahami dan mengikuti tren konsumen yang terus berubah di era digital. Konsumen semakin cenderung berbelanja secara online, menggunakan platform digital, dan menuntut pengalaman yang lebih personal dan terhubung secara digital. Oleh karena itu, UMKM perlu merinci strategi pemasaran dan distribusi online yang efektif, serta membangun atau meningkatkan kehadiran mereka di platform digital.

Penyesuaian juga diperlukan dalam hal operasional dan proses bisnis. Penerapan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional, manajemen rantai pasokan, dan interaksi dengan pelanggan menjadi suatu keharusan. Selain itu, UMKM perlu mengembangkan kemampuan analisis data untuk memahami perilaku konsumen dan mengambil keputusan berbasis data. Mengubah model bisnis tradisional ke model digital juga menuntut investasi dalam infrastruktur teknologi, pelatihan karyawan, dan kemungkinan restrukturisasi organisasi. UMKM perlu memastikan bahwa mereka memiliki sumber daya yang memadai dan keterampilan teknologi yang diperlukan untuk mengimplementasikan perubahan ini.

Ketidakpastian dan persaingan yang intens di lingkungan digital menekankan pentingnya inovasi berkelanjutan. UMKM industri kreatif harus terus mencari peluang baru untuk berinovasi dalam produk, layanan, dan cara berbisnis. Hal ini melibatkan kerjasama dengan perusahaan teknologi, menjajaki model bisnis baru, atau mengadopsi teknologi baru yang dapat meningkatkan daya saing. Kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan lingkungan digital akan menjadi kunci keberhasilan jangka panjang bagi UMKM ini yang memungkinkan mereka untuk tetap berdaya tahan di pasar yang terus berubah.

d. Pasar Global yang Kompetitif

Pasar global menawarkan peluang ekspansi yang besar bagi UMKM industri kreatif, kenyataannya juga membawa persaingan yang sangat ketat (Sigita & Al Hakim, 2022). Untuk dapat bersaing secara global, UMKM melaksanakan strategi pemasaran digital yang efektif. UMKM harus memahami profil dan perilaku konsumen di pasar global yang ditargetkan. Hal ini melibatkan analisis pasar dan penelitian tren.

Pemasaran digital menjadi kunci dalam menjangkau audiens global. UMKM perlu memanfaatkan media sosial, periklanan online, dan strategi konten yang relevan dan menarik untuk menarik perhatian konsumen di berbagai wilayah. Membangun kehadiran daring yang kuat melalui situs web yang responsif dan platform e-commerce dapat membuka pintu bagi pelanggan global untuk menjelajahi dan membeli produk atau layanan. Selain itu, membangun merek menjadi landasan penting dalam bersaing di pasar global. Merek yang terpercaya dan dikenal memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan. UMKM perlu mengidentifikasi nilai unik mereka dan menyampaikannya dengan jelas kepada konsumen global. Hal ini melibatkan desain brand yang konsisten, narasi merek yang kuat, dan pengelolaan reputasi yang baik.

Kerjasama dan kemitraan strategis juga dapat menjadi aspek penting dari strategi global. UMKM dapat menjajaki kerjasama dengan influencer, distributor, atau platform e-commerce terkenal di pasar target untuk memperluas jangkauan mereka dan membangun kepercayaan konsumen. Namun, persaingan yang ketat memerlukan inovasi terus-menerus. UMKM perlu selalu mengikuti perkembangan tren industri dan mendengarkan keinginan pelanggan. Dengan demikian, UMKM industri kreatif dapat memanfaatkan peluang global dengan membangun strategi pemasaran digital yang menghasilkan inovasi yang dibutuhkan oleh pasar global.

e. Perubahan Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen yang berubah dengan cepat merupakan tantangan yang signifikan bagi UMKM industri kreatif. Di era digital, tren konsumen dapat berubah dengan cepat sebagai respons terhadap perkembangan teknologi, perubahan sosial, dan faktor-faktor lainnya. Oleh karena itu, UMKM perlu memahami dan merespons tren konsumen ini dengan cepat agar tetap relevan dan dapat memenuhi ekspektasi pasar. UMKM harus secara aktif mengumpulkan data konsumen dan menganalisisnya untuk mendapatkan wawasan tentang preferensi, perilaku pembelian, dan harapan konsumen. Hal ini dapat melibatkan penggunaan alat analisis data dan survei pelanggan untuk memahami tren dan pola yang sedang berkembang. Selanjutnya, UMKM perlu membangun fleksibilitas dalam model bisnis mereka. Kemampuan untuk dengan cepat menyesuaikan produk, layanan, atau strategi pemasaran dengan tren konsumen baru

adalah kunci keberhasilan. Dengan memahami tren konsumen, UMKM dapat mengubah atau memperluas lini produk mereka dan mengganti strategi pemasaran.

Komunikasi yang efektif dengan konsumen juga menjadi penting. UMKM harus tetap terhubung dengan pelanggan melalui media sosial, surat elektronik, dan platform komunikasi lainnya. Interaksi ini dapat memberikan wawasan langsung tentang perubahan dalam preferensi dan kebutuhan konsumen. Selain itu, kerjasama dengan influencer atau mitra strategis dapat membantu UMKM untuk terus mengikuti tren dan memperluas jangkauan mereka. Influencer seringkali memiliki wawasan yang mendalam tentang tren konsumen dan dapat membantu memperkenalkan produk atau layanan kepada audiens yang lebih luas. Artinya, respons cepat terhadap perubahan dalam perilaku konsumen memahami nilai dan kebutuhan inti pelanggan. Dengan terus memantau dan merespons tren konsumen, UMKM industri kreatif dapat membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan dan memenangkan persaingan di pasar yang selalu berubah (Hertley *et al.*, 2015).

3. Strategi Inovasi Digital untuk UMKM Industri Kreatif

Strategi inovasi digital merupakan langkah kunci bagi UMKM industri kreatif untuk tetap bersaing dan berkembang di era digital. Berikut adalah beberapa strategi inovasi digital yang dapat diterapkan:

a. E-Commerce dan Penjualan Online

Penerapan model bisnis e-commerce menjadi langkah strategis bagi UMKM industri kreatif. Dengan memanfaatkan platform e-commerce, UMKM dapat membuka peluang baru untuk menjual produk atau layanan mereka secara langsung kepada konsumen, membawa sejumlah keuntungan yang signifikan. Model e-commerce secara drastis meningkatkan keterjangkauan bisnis. UMKM tidak lagi terbatas oleh batasan geografis atau infrastruktur fisik, yang dapat menjangkau konsumen di berbagai wilayah, bahkan global. Hal ini memberikan peluang ekspansi yang lebih besar dan diversifikasi pasar. Selain itu, model bisnis e-commerce memberikan pengalaman belanja yang lebih nyaman bagi pelanggan. Konsumen dapat dengan mudah menjelajahi katalog produk, melihat detail, dan membuat pembelian tanpa harus meninggalkan rumah. Fasilitas pembayaran online dan opsi pengiriman yang fleksibel memberikan tingkat kenyamanan yang tinggi, memungkinkan konsumen untuk mendapatkan produk atau layanan dengan cara yang lebih efisien.

Selain itu, UMKM dapat memanfaatkan data konsumen untuk memahami perilaku belanja dan preferensi pelanggan. Hal ini memungkinkan personalisasi pengalaman belanja, penargetan iklan yang lebih efektif, dan pengembangan strategi pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Analisis data juga membantu UMKM dalam mengelola stok dan

merencanakan produksi dengan lebih akurat. Tidak hanya itu, kehadiran online memungkinkan UMKM untuk membangun merek mereka secara lebih terukur. Desain toko online, konten visual yang menarik, dan komunikasi merek yang konsisten dapat membantu menciptakan citra merek yang kuat di mata konsumen. UMKM dapat memanfaatkan media sosial dan promosi digital untuk membangun komunitas pelanggan yang loyalitas. Walaupun tantangan seperti persaingan sengit dan keamanan data harus diatasi, model bisnis e-commerce merupakan langkah yang membuka pintu untuk pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Dengan memanfaatkan potensi e-commerce, UMKM industri kreatif dapat meningkatkan daya saing mereka, meningkatkan visibilitas, dan memperluas pasar dengan memberikan pengalaman belanja yang lebih modern dan efisien bagi pelanggan.

b. Analisis Data dan Kepintaran Buatan (AI)

Memanfaatkan analisis data dan kecerdasan buatan (AI) adalah strategi yang sangat penting bagi UMKM industri kreatif untuk mendapatkan wawasan tentang perilaku konsumen, tren pasar, dan peluang inovatif. Analisis data UMKM untuk mengumpulkan dan menginterpretasi data yang dihasilkan dari interaksi konsumen, transaksi, dan kegiatan lainnya. Kecerdasan buatan, di sisi lain, menggunakan algoritma dan teknik pembelajaran mesin untuk mengidentifikasi pola, membuat prediksi, dan memberikan wawasan (Gupta *et al.*, 2021). UMKM dapat memahami preferensi, kebiasaan pembelian, dan preferensi produk. Analisis data juga dapat membantu UMKM dalam mengidentifikasi tren konsumen yang muncul, sehingga mereka dapat merespons perubahan pasar dengan cepat. Selain itu, analisis data dan kecerdasan buatan dapat membantu UMKM mengidentifikasi efisiensi operasional dan peluang penghematan biaya. Dengan melihat data terkait rantai pasokan, inventaris, dan proses operasional, UMKM dapat memaksimalkan efisiensi mereka dan meningkatkan produktivitas.

Pada tingkat strategis, wawasan dari analisis data dan kecerdasan buatan dapat membantu UMKM mengidentifikasi peluang inovatif. Mereka dapat menemukan celah di pasar, mengembangkan produk atau layanan baru berdasarkan tren yang teridentifikasi, atau bahkan menjajaki kemitraan yang potensial dengan pihak lain yang terlihat dari pola data. Langkah-langkah yang diambil berdasarkan analisis data dan kecerdasan buatan memberikan langkah tentang perilaku konsumen dan merespons pasar. Keputusan bisnis yang didasarkan pada wawasan data membantu mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan akurasi perencanaan bisnis. Dengan demikian, memanfaatkan analisis data dan kecerdasan buatan merupakan langkah kunci menuju strategi inovasi bagi UMKM industri kreatif di era digital (Borges *et al.*, 2021).

c. Pemasaran Konten Kreatif

Mengadopsi strategi pemasaran konten yang kreatif dan berfokus pada cerita adalah langkah penting bagi UMKM industri kreatif untuk menarik perhatian konsumen dan membangun hubungan. Konten kreatif memiliki kekuatan untuk memicu emosi, membangun merek, dan menciptakan pengalaman yang lebih personal bagi konsumen. Sebuah video tutorial yang informatif, adegan behind-the-scenes yang memberikan wawasan tentang proses kreatif, atau cerita pribadi yang menggambarkan perjalanan bisnis UMKM dapat menjadi sarana yang efektif untuk berkomunikasi dengan audiens. Konten kreatif untuk menonjolkan di tengah persaingan yang ketat. Dengan menyajikan cerita-cerita yang unik dan kreatif, UMKM dapat membedakan diri mereka dari pesaing dan menarik perhatian konsumen. Misalnya, video tutorial dapat memberikan nilai tambah kepada konsumen dengan memberikan panduan penggunaan produk atau memberikan tips kreatif terkait industri mereka.

Konten yang bersifat behind-the-scenes memberikan pandangan tentang kehidupan sehari-hari bisnis, menunjukkan proses produksi, kreativitas, dan orang-orang di balik layar. Hal ini membantu menciptakan kedekatan dan kepercayaan dengan pelanggan yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas konsumen. Konsumen cenderung lebih tertarik pada merek atau produk yang memiliki cerita dan nilai-nilai yang dapat mereka identifikasi. Cerita pribadi juga memiliki kekuatan untuk mengaitkan merek dengan pengalaman manusia. Konsumen tidak hanya membeli produk atau layanan, tetapi juga menjadi bagian dari perjalanan dan cerita yang dibangun oleh UMKM. Selain itu, konten kreatif dapat secara efektif disebarluaskan melalui berbagai platform media sosial dan situs berbagi video online. Dengan memanfaatkan kekuatan distribusi digital, UMKM dapat mencapai audiens yang lebih luas dan mendapatkan eksposur yang lebih besar.

4. Dampak Strategi Inovasi Digital

Strategi inovasi digital memiliki dampak signifikan pada berbagai aspek bisnis, terutama dalam konteks UMKM industri kreatif. Berikut adalah beberapa dampak dari strategi inovasi digital, yaitu:

a. Peningkatan Keterjangkauan dan Akses Pasar

Model bisnis digital, khususnya e-commerce, menjadi kunci bagi UMKM industri kreatif untuk meraih konsumen secara global. Dengan memanfaatkan e-commerce, UMKM dapat mengatasi batasan geografis dan membuka peluang ekspansi pasar yang tak terbatas. Melalui platform online, UMKM dapat menawarkan produk atau layanan mereka kepada konsumen di berbagai belahan dunia tanpa kendala. Hal ini meningkatkan keterjangkauan bisnis serta membuka pintu untuk peningkatan penjualan yang signifikan (Wahyudi *et al.*,

2021). UMKM dapat meraih pelanggan baru dari pasar internasional yang memiliki potensi pelanggan yang lebih besar dan bersaing secara global. Selain itu, keberadaan di pasar global memungkinkan UMKM untuk diversifikasi pangsa pasar dan menciptakan ketahanan bisnis di tengah fluktuasi pasar. Artinya, UMKM dapat memperluas cakupan global mereka, meraih peluang bisnis baru, dan memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan bisnis mereka di era digital ini (Cueto *et al.*, 2022).

b. Analisis Data dan Pengambilan Keputusan yang Lebih Baik

Pemanfaatan analisis data menjadi pondasi bagi UMKM industri kreatif untuk memahami perilaku konsumen, tren pasar, dan kinerja bisnis mereka. Analisis data memungkinkan UMKM untuk menggali wawasan signifikan tentang preferensi dan kebiasaan konsumen, membuka peluang untuk personalisasi yang lebih baik dalam strategi pemasaran dan pengembangan produk. Selain itu, pemantauan tren pasar melalui analisis data memungkinkan UMKM untuk merespons dengan cepat terhadap perubahan kondisi pasar, memitigasi risiko, dan memaksimalkan strategi bisnis. Kemampuan untuk mengidentifikasi peluang inovatif juga menjadi aspek kunci, dengan data memberikan landasan yang kuat untuk pengambilan keputusan berbasis bukti. Dengan menganalisis data, UMKM dapat mengidentifikasi tren yang muncul, mendeteksi peluang baru, dan menyesuaikan strategi mereka sesuai dengan kebutuhan pasar.

c. Peningkatan Daya Saing

Strategi inovasi digital merupakan kunci bagi UMKM industri kreatif untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya di pasar yang terus berubah dengan cepat. Adopsi teknologi terbaru, seperti kecerdasan buatan, augmented reality, atau teknologi blockchain, memberikan peluang untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang signifikan. Kecerdasan buatan dapat digunakan untuk analisis data yang mendalam, personalisasi pengalaman pelanggan, dan otomatisasi proses bisnis. Augmented reality membuka peluang baru untuk interaksi yang lebih mendalam dengan konsumen melalui pengalaman visual yang ditingkatkan (Wedel *et al.*, 2020). Teknologi blockchain, di sisi lain, memberikan transparansi dan keamanan tambahan pada rantai pasokan serta transaksi keuangan.

d. Pengembangan Produk dan Layanan Baru

Inovasi digital menjadi pendorong utama bagi UMKM industri kreatif untuk mengembangkan produk dan layanan baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar yang terus berubah. Pemanfaatan teknologi memungkinkan UMKM untuk melakukan eksperimen dan pengujian dengan lebih cepat, mengurangi waktu dari ide sampai peluncuran produk (Darmawan *et al.*, 2023b). Dengan memanfaatkan platform digital, UMKM dapat dengan

mudah melakukan survei pasar, dan memantau tren industri secara berkala. Hal ini memberikan fleksibilitas dan kecepatan dalam menanggapi keinginan konsumen serta mengidentifikasi peluang inovatif. Kemampuan untuk meluncurkan prototipe produk dengan cepat secara instan memungkinkan UMKM untuk merancang produk atau layanan yang lebih sesuai dengan preferensi dan kebutuhan konsumen.

e. Peningkatan Resilience Bisnis

Inovasi digital berperan dalam meningkatkan ketahanan bisnis UMKM industri kreatif terhadap perubahan eksternal yang tidak terduga. Penggunaan sistem analisis data dan kecerdasan buatan memungkinkan UMKM untuk memantau secara cepat tren pasar, perilaku konsumen, dan indikator ekonomi, sehingga memungkinkan mereka untuk merespons dengan cepat terhadap perubahan kondisi eksternal. Selain itu, teknologi cloud computing dan model bisnis digital memungkinkan UMKM untuk melakukan operasi mereka secara fleksibel dan efisien, bahkan dalam situasi yang tidak terduga seperti krisis atau perubahan paradigma bisnis (Saratchandra & Shrestha, 2022). Dengan demikian, inovasi digital memberikan keunggulan dalam adaptasi terhadap perubahan serta membantu menciptakan dasar yang kokoh untuk ketahanan bisnis jangka Panjang.

KESIMPULAN

Inovasi digital memiliki dampak yang signifikan pada UMKM industri kreatif, memungkinkan mereka untuk tetap kompetitif di era yang terus berubah dengan cepat. Adopsi teknologi terbaru, analisis data, dan strategi pemasaran konten kreatif memberikan UMKM kesempatan untuk mencapai konsumen secara global, meningkatkan efisiensi operasional, dan mengembangkan produk yang lebih relevan. Inovasi digital juga membantu UMKM menghadapi tantangan seperti perubahan pasar, persaingan global, dan ketidakpastian ekonomi. Dengan memanfaatkan teknologi dengan bijak, UMKM dapat meningkatkan ketahanan bisnis mereka dan menciptakan peluang pertumbuhan yang konsisten.

DAFTAR REFERENSI

- Amornkitvikai, Y., S. Y. Tham, C. Harvie, & W. W. Buachoom. (2022). Barriers and Factors Affecting the E-Commerce Sustainability of Thai Micro-, Small-and Medium-Sized Enterprises (MSMEs). *Sustainability*, 14(14), 8476.
- Andayani, D. & D. Darmawan. (2011). Determinan Variabel Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasi, Kinerja Karyawan Sebagai Kontributor Perilaku dan Kinerja Organisasi Berbasis Keunggulan Bersaing, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(2), 35-54.

- Bhatiasevi, V. & V. Dutot. (2014). Creative Industries and Their Role in the Creative Value Chain—A Comparative Study of Smes in Canada and Thailand. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 18(5-6), 466-480.
- Borges, A. F., F. J. Laurindo, M. M. Spínola, R. F. Gonçalves, & C. A. Mattos. (2021). The Strategic Use of Artificial Intelligence in the Digital Era: Systematic Literature Review and Future Research Directions. *International Journal of Information Management*, 57, 102225.
- Cueto, L. J., A. F. D. Frisnedi, R. B. Collera, K. I. T. Batac, & C. B. Agaton. (2022). Digital Innovations in Msmes During Economic Disruptions: Experiences and Challenges of Young Entrepreneurs. *Administrative Sciences*, 12(1), 8.
- Darmawan, D., R. Nurani, A. R. Putra, R. Mardikaningsih, & S. N. Halizah. (2022a). Pengaruh Literasi Bisnis dan Toleransi Risiko Terhadap Keterampilan Kewirausahaan Karyawan. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 3(4), 143-149.
- Darmawan, D., A. H. R. Fuady, R. Mardikaningsih, & E. Retnowati. (2022b). Tiga Pilar Sukses: Perilaku Kewirausahaan, Etika Bisnis, dan Modal Sosial untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 3(5), 185-192.
- Darmawan, D., P. N. L. Sari, S. A. Jamil, & R. Mardikaningsih. (2023a). Penerapan Manajemen Strategi: Kontribusi Orientasi Pasar dan Orientasi Teknologi Terhadap Kinerja Bisnis UMKM. *Journal of Management and Economics Research*, 1(2), 64-70.
- Darmawan, D. et al. (2023b). *Wirausaha Bidang Teknologi: Peluang dan Ide-Ide Bisnis Menggunakan Teknologi Informasi*. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Eniola, A. A. & H. Ektebang. (2014). SME Firms Performance in Nigeria: Competitive Advantage and its Impact. *International Journal of Research Studies in Management*, 3(2), 75-86.
- Ernawati, E., R. Mardikaningsih, D. Darmawan, E. A. Sinambela. (2022). Pengembangan Keunggulan Kompetitif UMKM Melalui Strategi Orientasi Pasar dan Inovasi Produk. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 5(2), 144-153.
- Gupta, R., D. Srivastava, M. Sahu, S. Tiwari, R. K. Ambasta, & P. Kumar. (2021). Artificial Intelligence to Deep Learning: Machine Intelligence Approach for Drug Discovery. *Molecular Diversity*, 25, 1315-1360.
- Hariani, M. (2022). Determination of a Marketing Strategy to Develop Shrimp Crackers MSMEs Using the Swot Method, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 1(3), 24–30.
- Hartley, J., W. Wen, & H. S. Li. (2015). *Creative Economy and Culture: Challenges, Changes and Futures for the Creative Industries*. Sage.
- Infante, A. & R. Mardikaningsih. (2022). The Potential of social media as a Means of Online Business Promotion, *Journal of Social Science Studies*, 2(2), 45-49.
- Kingsnorth, S. (2022). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing*. Kogan Page Publishers.

- Mardikaningsih, R., A. Gunawan, D. Darmawan & A. Karina. (2015). *Manajemen, Teknologi, dan Bisnis*. Addar Press, Jakarta.
- Mardikaningsih, R. (2017). *Perencanaan Bisnis*. Metromedia, Surabaya.
- Mardikaningsih, R., E. I. Azizah, N. N. Putri, M. N. Alfian, M. M. D. H. Rudiansyah. (2022). Business Survival: Competence of Micro, Small and Medium Enterprises, *Journal of Social Science Studies*, 2(1), 1 – 4.
- Putra, A. R., S. Arifin, R. Mardikaningsih, & M. Hariani. (2016). Peran Karakteristik Kewirausahaan dan Inovasi Terhadap Kinerja UMKM di Kota Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 29-34.
- Putra, A.R. & D. Darmawan. (2022). Competitive Advantage of MSMEs in Terms of Technology Orientation and Entrepreneurship Competence, *International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology*, 2(1), 15–20.
- Saratchandra, M. & A. Shrestha. (2022). The Role of Cloud Computing in Knowledge Management for Small and Medium Enterprises: A Systematic Literature Review. *Journal of Knowledge Management*, 26(10), 2668-2698.
- Schiller, D. (1999). *Digital Capitalism: Networking the Global Market System*. MIT press.
- Sigita, D. S. & Y. R. Al Hakim. (2022). The Effect of Service Quality, Digital Marketing and Brand Image on Customer Satisfaction, *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 2(2), 59-72.
- Sinambela, E. A. D. Nurmalasari, D. Darmawan, & R. Mardikaningsih. (2021). The Role of Business Capital, Level of Education, and Technology in Increasing Business Income, *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 1(1), 77-92.
- Wahyudi, W., R. N. K. Kabalmay, & M. W. Amri. (2021). Big Data and New Things in Social Life, *Studi Ilmu Sosial Indonesia*, 1(1), 1-12.
- Wedel, M., E. Bigné, & J. Zhang. (2020). Virtual and Augmented Reality: Advancing Research in Consumer Marketing. *International Journal of Research in Marketing*, 37(3), 443-465.