

INISIASI METODE SDM EKONOMI KREATIF MELALUI PEMBANGUNAN KLINIK EKONOMI DIGITAL TEKNOLOGI KOMUNIKASI INFORMATIKA (KEDILOKA)

*INITIATION OF CREATIVE ECONOMY HUMAN RESOURCES METHOD THROUGH
DIGITAL ECONOMY INFORMATICS TECHNOLOGY CLINIC (KEDILOKA) DEVELOPMENT*

Heri Eko Prasetyo
*Bidang Anggaran Direksi Keuangan
Lembaga Penyiar Publik Radio Republik Indonesia
Jakarta Pusat, Indonesia
herycepy7@gmail.com*

Abstrak

Peningkatan Kesadaran Publik akan pentingnya pelayanan membuat masyarakat menuntut setiap lembaga publik/swasta memberikan pelayanan optimal di segala aspek kehidupan. Dalam perihal strategi pelayanan masyarakat agar optimal salah satunya dengan meningkatkan sumberdaya manusia dengan membangun Klinik Ekonomi Digital Teknologi Komunikasi dan informatika (KEDILOKA) sebagai bentuk berbagai strategi pelayanan pada masyarakat dalam pengembangan keterampilan/ pemberdayaan. Penelitian menggunakan metode deskriptif yang menggambarkan objek penelitian (Moleong, 2009) penelitian menekankan pada kualitatif yang memandang realitas sosial. Penelitian dikembangkan di tempat penulis pernah bekerja di Pusat Layanan Usaha Terpadu Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Malang yang dicoba dipadukan dengan Rumah Kreatif BUMN (RKB) PT. Telekomunikasi Indonesia sebagai wujud percontohan dalam mengembangkan Kualitas Sumber Daya Manusia dalam bidang Ekonomi Digital Komunikasi dan Informasi. Dengan pola Amati, Tiru dan Modifikasi (ATM), strategi pengembangan struktur, penyederhanaan prosedur, infrastruktur, budaya, dan kewirausahaan mencoba untuk dilakukan dan dikembangkan dengan lebih baik. Pengumpulan data penelitian pengukuran terhadap fenomena sosial, melalui *observasi*, wawancara, dokumentasi, buku dan catatan (Sugiyono, 2004). Hasil penelitian ini, diharapkan dapat menginisiasi bentuk dan pemetaan pembangunan kelembagaan yang berorientasi pelayanan masyarakat pada perihal peningkatan Ekonomi dan UMKM melalui Klinik Ekonomi Digital Komunikasi dan Informatika. Strategi pelayanan pengembangan struktur organisasi menjadi lebih efisien. Strategi pengembangan berbagai program pelayanan dan konsultasi bisnis serta jejaring pasar melalui digital lebih baik, mudah, cepat, terarah dan satu pintu. Strategi pengembangan infrastruktur menyangkut penyediaan sarana dan prasaranan pelayanan yang mendukung penyediaan fasilitas. Strategi pengembangan kewirausahaan menumbuhkembangkan jiwa kewirausahaan, membuka ruang kesempatan menggali sumber pendapatan, dan tentunya akan menambah sisi pendapatan Produk Domestik Bruto (PDB) yang besar.

Kata kunci: Pengembangan SDM Ekonomi Kreatif, Strategi Pelayanan, Klinik Ekonomi Digital Teknologi Komunikasi dan Informatika (KEDILOKA)

PENDAHULUAN

Klinik Ekonomi Digital Teknologi Komunikasi dan Informatika (KEDILOKA) adalah sebuah ide gagasan pembentukan terkait pusat informasi, pusat pelatihan, pusat pelayanan dan Konsultasi, Rumah Produksi yang berisi segala macam perihal yang ada terkait pengembangan untuk para pelaku dan penggiat ekonomi serta UMKM pada khususnya dan masyarakat Indonesia pada umumnya. KEDILOKA merupakan suatu lembaga semi otonom di bawah naungan Kementerian Komunikasi dan Informatika yang berfungsi dan berperan sebagai lembaga pelayanan masyarakat sebagaimana teknis yang akan dijalankan tersebut di atas yang pembentukannya berasal dari Pendanaan Anggaran Pendapatan Belanja Negara (APBN). Pendidikan dan Pelatihan Klinik Ekonomi Digital Teknologi Komunikasi dan Informatika (KEDILOKA) pada hakikatnya merupakan bentuk pendidikan yang berorientasi pada pembentukan sumber daya manusia dengan watak kepribadian, pola pikir, visi, orientasi serta berwawasan yang paling elementer. Kedudukan dan peranan klinik Ekonomi Digital Teknologi Komunikasi dan Informatika ini adalah untuk meletakkan fundamen bagi setiap anggota dan *personal* yang dituntut siap mengemban amanah dan tanggung jawab untuk membangun bangsa Indonesia di masa depan terutama dalam perihal wawasan Ekonomi berkolaborasi dengan kemajuan industri teknologi komunikasi dan informatika karenanya. Oleh karena itu posisi kelembagaan ini sangat menentukan gerak dan dinamika para anggota maupun organisasi, sehingga apabila penanggung jawab kelembagaan ini keliru dalam mengkomunikasikan dan mensosialisasikan semangat dan gagasan dasarnya maka keliru pula segala pengembangan bentuk-bentuk pembinaan berikutnya, baik pada *upgrading* maupun aktivitas.

Berkaitan dengan persoalan tersebut sangat dibutuhkan lembaga serta forum yang

mencurahkan konsentrasi pemikiran pada pengembangan kualitas para pengelola latihan, kemampuan konsepsi maupun manajerial. Output anggota yang berkualitas dihasilkan oleh proses perkaderan yang berkualitas pula. Untuk menghasilkan proses keanggotaan yang berkualitas diperlukan sistem yang dirancang sedemikian rupa sesuai dengan kondisi organisasi dan kebutuhannya. Selain sistem yang baik,; dibutuhkan sumberdaya manusia yang handal dalam mengimplementasikan sistem. Untuk mencetak anggota yang handal dalam aplikasinya, maka perlu dibuat suatu pola pembinaan yang standar, sebagai bentuk standarisasi pengelola latihan.

Model pembinaan yang dikembangkan oleh Klinik Ekonomi Digital Teknologi Komunikasi Informatika (KEDILOKA) disusun secara sadar, berkesinambungan, sistematis, dan progresif dalam rangka penataan diberbagai ruang lingkup kelembagaan. Pola pembinaan diarahkan dengan tiga bentuk operasional yakni model formal (pendidikan), informal (aktivitas) dan model non formal (jaringan kerja / Net Work).

Pola Pembinaan Pengelola Latihan pada dasarnya merupakan acuan yang digunakan untuk melaksanakan dan menerapkan secara proporsional dan profesional aktifitas serta kreatifitas anggota dengan pola pembinaan terpadu.

Pemberdayaan ekonomi merupakan serangkaian upaya untuk menolong peluang usaha perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha kecil menurut undang- undang agar lebih berdaya dalam meningkatkan sumber daya manusia dan berusaha mengoptimalkan sumberdaya tersebut sehingga dapat meningkatkan kapasitas dan kemampuannya dalam memanfaatkan potensi yang dimilikinya (Adi Fahrudin, 2012:16)

Berawal dari kesadaran dan tanggung jawab yang mendalam tersebut maka penulis menginisiasi ide gagasan pembentukan Klinik Ekonomi Digital Teknologi Komunikasi Informatika (KEDILOKA)

METODE

A. Kajian Tentang Pelayanan Publik

Lahirnya reformasi pelayanan publik dimulai dari *New Public Service* (NPS) merupakan suatu paradigma baru dalam administrasi publik yang berkaitan dengan pelayanan publik. *New Public Service* memberikan pengertian bahwa pemerintah bergerak bukan layaknya sebuah bisnis, tetapi sebagai sebuah demokrasi (Pasolong, 2007). Terjadinya pergeseran paradigma dalam administrasi publik memiliki tujuan untuk memperbaiki kualitas pelayanan publik. Oleh sebab itu, nilai demokrasi sangat dijunjung tinggi oleh negara karena digunakan sebagai norma atau aturan bagi warga negara agar memperoleh pelayanan publik yang baik dari aparaturnya.

Pengertian Pelayanan Publik Kegiatan pelayanan dalam suatu organisasi mempunyai peranan yang sangat strategis, terutama pada organisasi yang aktifitas pokoknya adalah pemberian jasa. (Sianipar,1999). Pelayanan oleh (Hardiansyah,2011) adalah sebagai aktifitas yang diberikan untuk membantu, menyiapkan dan mengurus baik itu berupa barang atau jasa dari satu pihak kepada pihak lain. Sementara itu, (Kotler dan Amstrong dalam Hutasoit, 2011) mengatakan, pelayanan adalah kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada yang lain pada dasarnya tidak kasat mata dan tidak mengakibatkan kepemilikan. Muhtar mengemukakan bahwa, pelayanan adalah produk-produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan, (Jurnal Administrasi Negara, 2010)

Kementrian Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 25 tahun 2004, pelayanan publik mengatakan: “segala kegiatan pelayanan dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima layanan dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan”.

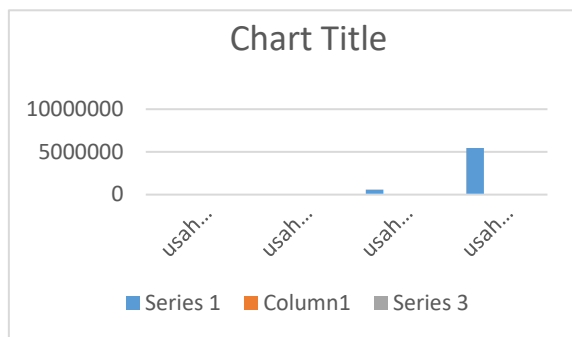
B. Strategi Pelayanan Publik

Strategi adalah kerangka acuan yang terintegrasi dan komprehensif yang mengarahkan pilihan-pilihan yang menentukan bentuk dan arah aktivitas-aktivitas organisasi menuju pencapaian tujuan-tujuannya (Simamora, 2000). Terdapat strategi pelayanan yang digunakan oleh pelayan public agar dapat meningkatkan pelayanan public. Subarsono dalam (Dwiyanto,2008) merumuskan tentang strategi *Know Yours Customers* (KYC) yang merupakan salah satu strategi pelayanan yang digunakan untuk memberikan pelayanan primabagi pengguna layanan dengan cara mengenali kebutuhan dan keinginan dari pengguna layanan tersebut. Strategi KYC pada pelayanan public digunakan untuk mengenali kebutuhan, kepentingan dan aspirasi pengguna layanan agar penyelenggaraan layanan bersifat responsive. Strategi KYC adalah untuk memberikan kualitas pelayanan public yang prima agar masyarakat memperoleh kepuasan atas pelayanan yang diberikan

C. Maksud dan Tujuan

Maksud dan tujuan diinisiasi Klinik Ekonomi Digital Teknologi Komunikasi Informatika (KEDILOKA) sebagai sentra pusat sarana dan prasarana, digital, teknologi, komunikasi dan informasi dalam perihal terkait pembangunan SDM Manusia yang kompeten, unggul dan berintegritas tinggi khususnya dalam perihal terkait sektoral perekonomian bangsa yang diwujudkan salah satunya dengan pengembangan UMKM yang bisa menambah Pendapatan Nasional Bruto (PDB) semakin besar.

Berdasarkan data Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia (LPPI) tahun 2015, menyatakan bahwa usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian di Indonesia. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. (LPPI dan BI,2017)



Gambar 1. Perbandingan UMKM dengan usaha besar di Indonesia (Sumber: Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia Bank Indonesia, 2015)

Berdasarkan gambar 1.1 di atas, jumlah usaha yang termasuk dalam kategori besar adalah 4.952 ribu unit atau 0,01%. Pada usaha kategori usaha menengah berjumlah 44.280 ribu unit atau 0,08%. Usaha kecil berada di urutan kedua untuk jumlah usaha terbanyak yaitu 602.195 ribu unit atau 1.09% sedangkan usaha mikro yang beromzet pertahun sampai 250 juta memiliki porsi terbanyak, yaitu sebesar 54599 juta unit atau 98,82%. Jumlah yang banyak ini berbanding lurus dengan kontribusi UMKM terhadap PDB dan juga membantu penyerapan tenaga kerja karenanya.

D. Fungsi

1. Pola Pembinaan Pengelola Klinik Ekonomi Digital Teknologi Komunikasi dan Informatika (KEDILOKA) berfungsi sebagai penuntun dan pegangan dalam melaksanakan seluruh kegiatan-kegiatan KEDILOKA, sehingga tetap mengarah kepada pencapaian tujuan.
2. Pola Pembinaan Pengelola Latihan KEDILOKA juga berfungsi sebagai parameter keberhasilan seluruh aktifitas
3. Terbentuknya sumber daya manusia yang mempunyai wawasan ekonomi yang bertumpu dan beradaptasi pada *turbulensi* kemajuan teknologi, komunikasi dan informatika yang semakin cepat dan masif sehingga menjadi pribadi anggota yang tangguh, berintegritas, mempunyai value yang optimal dan berdaya guna.

Dalam pemberdayaan Klinik Ekonomi Digital Teknologi dan Informatika (KEDILOKA) terdapat akses permodalan, pola pelatihan ekonomi dan entrepreneurship, kelembagaan akses pasar, peningkatan kualitas produk, akses kelembagaan

- a. Akses permodalan adalah akses mempermudah guna mendapat pinjaman modal seperti bank perkreditan, Program Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan bantuan permodalan yang disediakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika yaitu dana bergulir
- b. Pola Pelatihan Ekonomi dan entrepreneurship adalah pola pelatihan yang memberikan layanan untuk masyarakat sebagai wadah dan tempat memajukan terkait perihal ekonomi dan juga produksi entrepreneur.
- c. Akses pasar adalah memberikan kemudahan bagi para pegiat anggota salah satunya dengan menggunakan sarana teknologi informatika melalui jejaring komunitas ataupun bisa dengan menggelar pameran dan bazar secara rutin
- d. Peningkatan kualitas produk adalah perihal terkait pegiat pelaku entrepreneur yang perlu meningkatkan efisiensi operasional, kualitas produk dan meningkatkan sumber daya manusianya. Peningkatan kualitas produk merupakan kunci dari strategi pemberdayaan UMKM (Nixon, D. A., Akasha, M. A., dan Anderson, 1988 :121-129)
- e. Peningkatan kelembagaan adalah bentuk kerjasama dan juga termasuk di dalamnya adalah kelegalitasan dari perijinan bauran hasil yang ada seperti PIRT, SIUP, Sertifikasi Halal.

Daya saing adalah keunggulan kompetitif perusahaan pada suatu institusi yang ditentukan oleh jangkauan bersaingnya, yaitu akan keluasaan pasar sasaran untuk bisnis atau perusahaan. Beberapa faktor pendukung pemberdayaan Klinik Ekonomi Digital Teknologi Komunikasi dan Informatika

(KEDILAKA) adalah jumlah populasi yang bergerak di sektoral ekonomi dan *entrepreneurship* sangat banyak dan beragam, Nilai dari PNB (Produk Nasional Bruto) yang besar, Sumber Daya Alam yang banyak dan beragam, Produk kreativitas masyarakat yang beragam jenis yang ada karenanya. (Kuncoro, Jede, 2017:89)

Faktor Pendukung dan Penghambat Pemberdayaan di Klinik Ekonomi Digital Teknologi Komunikasi dan Informatika

Faktor pendukung adalah hal- hal yang mempengaruhi nilai akan sesuatu menjadi berkembang, memajukan, menambah dan menjadi untuk lebih dari sebelumnya. Faktor pendukung KEDILOKA adalah hal- hal yang mempengaruhi perkembangan dan kemajuan pemberdayaan KEDILOKA yang akan dilaksanakan, dengan jumlah populasi yang banyak dan luas, Nilai PNB (Produk Nasional Bruto) yang besar, Sumber Daya Alam yang banyak dan beragam. Produk kreativitas masyarakat yang beragam jenis. Indonesia yang terdiri dari berbagai pulau dan suku daerah yang memiliki produk kreativitas yang beragam pula.

Faktor penghambat adalah hal- hal yang berpengaruh terhadap sedikit atau bahkan menghentikan sesuatu menjadi lebih dari sebelumnya. Jadi faktor penghambat pemberdayaan KEDILOKA adalah hal- hal yang berpengaruh negatif atau bahkan dapat menghentikan proses pemberdayaan ini sendiri seperti kurangnya akases permodalan, kualitas manajemen yang rendah, kesulitan dalam pemasaran, (Sudaryanto dan Hanim, Anifatul. 2002)

Klinik Ekonomi Digital Teknologi Informasi dan Teknologi (KEDILOKA) akan tumbuh dan berkembang di beberapa titik cabang. Meningkatnya jumlah UMKM dan para pegiat ekonomi akan menjadi acuan bagi pemerintah dan para pegiat pelaku untuk bisa menciptakan upaya guna meningkatkan daya saing produk dan perbagai hal yang ada agar dapat diberdayakan di pasaran domestik

maupun internasional. Para pegiat UMKM dan Ekonomi dengan dibantu konsultan KEDILOKA tentunya harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untu menambah nlai jual dari binaan KEDILOKA itu sendiri, utamanya agar dapat bersaing dengan produk- produk asing yang kian membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia, mengingat UMKM itu sendiri adalah sektor ekonomi yang mampu menyerap jumlah tenaga kerja terbesar di Indonesia (Sudaryanto, 2011:45).

Dalam pemberdayaan KEDILOKA ada pihak paguyuban dan komunitas Ekonomi maupun UMKM yang turut andil dalam pemberdayaan itu sendiri. Di mana nantinya juga mereka akan melakukan sesi sharing kebutuhan apa saja yang dibutuhkan oleh para pelaku ekonomi dan UMKM untuk usahanya seperti permodalan dan pemasaran lalu memberikan pelatihan pemasaran dan perihal lainnya bertempat di KEDILOKA (Klinik Ekonomi Digital Teknologi Komunikasi dan Informatika) itu sendiri.

Pemerintah, BUMN dan swasta memiliki tujuan yang sama untuk terus memberdayakan ekonomi dan UMKM yang dapat dilakukan dengan perbagai cara yaitu memberikan fasilitas secara finansial maupun non finansial yaitu dengan memberikan pembinaan Sumber Daya Manusia (SDM) dengan memberikan bimbingan dan konsultasi ekonomi dan kewirausahaan berupa pelatihan-pelatihan terhadap UMKM dan membahas inovasi- inovasi baru dengan sistem ngaji atau sinau bareng KEDILOKA, sebagai center information dan juga produk center sehingga produk UMKM akan mempunyai daya Tarik tersendiri di pasar

Dalam proses pemberdayaannya KEDILOKA yang memiliki perihal sebagai pusat Informasi, pusat pelatihan serta pelayanan yang didukung dengan kerjasama yang diberikan oleh Badan Usaha Milik Negara

(BUMN) dan pelayanan dari pihak swasta kepada masyarakat dengan diperlukannya langkah- langkah yang berkaitan dengan bagian visi yang dijabarkan menjadi misi dan saran untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pemberdayaannya Klinik Ekonomi Digital Teknologi Komunikasi dan Informatika (KEDILOKA) adalah dapat digunakan sebagai pusat informasi dan teknologi multi tepat guna , rumah produksi dan kreatif bagi produk UMKM, mempermudah akses permodalan, membuka pelatihan bagi UMKM dan memberikan akses pasar serta kemudahan bagi produk untuk dapat masuk ke pasaran. Ada 3 (tiga) rangkaian strategi yang bisa diterapkan KEDILOKA dalam pemberdayaan ekonomi dan UMKM:

1. Membuat produk yang berkualitas tinggi dengan modal yang kecil
2. Mengembangkan cara kapasitas UMKM yang tentunya dapat berinovasi membuat produk yang lain daripada yang lain, sehingga akan menarik minat calon konsumen
3. Mengupayakan pelaku UMKM untuk fokus pada satu produk sehingga diharapkan usahanya dapat berkembang
4. Pusat Informasi, Data, Rumah Produksi dan Kreatif yang ditunjang dengan sarana dan prasarana yang dipergunakan untuk para pelaku ekonomi dan UMKM

Dalam memperoleh modal usaha untuk mengembangkan usahanya, para pelaku UMKM mendapatkan berbagai fasilitas dari Klinik Ekonomi Digital Teknologi Komunikasi dan Informatika (KEDILOKA). Fasilitas yang diberikan kepada UMKM dan pegiat ekonomi diantaranya adalah kemudahan mendapat pinjaman modal seperti di bank pengkreditan, Program Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan bantuan permodalan yang disediakan dalam perihal dana bergulir.

Untuk memperluas pasar para pelaku dan pegiat ekonomi dan UMKM yang memerlukan tambahan modal lebih biasanya diperoleh dari perputaran uang dari produk yang dijual, namun dalam posisi sulit maka para pegiat dan pelaku Ekonomi dan UMKM bisa memanfaatkan pinjaman Kredit yang di lakukan oleh KEDILOKA bernama Dana Bergulir yang bisa dimanfaatkan oleh pelaku ekonomi dan UMKM dengan syarat yang ringan dan mudah

Akses Permodalan

Dengan perkuatan modal untuk para pelaku UMKM dan pegiat ekonomi lainnya. KEDILOKA bisa membantu para pelaku UMKM untuk mengembnagkan usahanya dengan memberikan pinjaman modal, yang biasa disebut dengan Dana Bergulir, dengan pemberian modal melalui dana bergulir ini diharapkan akan benar- benar dapat meningkatkan pertumbuhan usaha para pelaku dan pegiat ekonomi dan UMKM. Karena dana bergulir ini hersumber pendanaannya dari APBN maka penggunaannya harus tepat sasaran. Alokasi APBN untuk anggaran dana bergulir di tahun 2018 mencapai 7,7 miliar dan yang sudah terserap menurut data yang telah diperoleh mencapai 5,4 milyar atau 70% (tujuh puluh persen). Kredit dana bergulir ini memberikan bunga yang sangat ringan, yaitu $\frac{1}{2}$ (setengah) persen perbulan untuk pinjaman maksimal Rp.5.000.000 (Lima juta Rupiah) dan bunga yang sama untuk pinjaman lebih dari Rp.5.000.000 (Lima juta rupiah) namun dengan menggunakan jaminan, jaminan yang dipersyaratkan hanya senilai 30% (tiga puluh persen) dari nilai pinjaman.

Pemberdayaan Klinik Ekonomi Digital Teknologi Komunikasi dan Informatika (KEDILOKA)

Meningkatnya jumlah pelaku UMKM dan pegiat ekonomi lainnya menjadi acuan pemerintah untuk bisa menciptakan upaya guna meningkatkan daya saing produk UMKM agar dapat diberdayakan di pasaran domestik

maupun internasional. Klinik Ekonomi Digital Komunikasi Komunikasi dan Informatika (KEDILOKA) berupaya turut membantu dan meningkatkan para pelaku dan pegiat ekonomi dan UMKM, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi serta perluasan area pemasaran. Selain itu pemberdayaan dilakukan dengan cara memperbaiki akses UMKM terhadap teknologi, informasi, produksi serta memperbaiki iklim usaha dan mengembangkan potensi sumber daya lokal seperti menginformasikan kepada pelaku dan pegiat ekonomi dan UMKM cara- cara meningkatkan kualitas produk dan strategi pemasaran yang bisa dan dapat dilakukan dengan mengadakan seminar, pelatihan ataupun penyediaan sarana prasarana rumah produksi di KEDILOKA dengan harapan tentunya dapat meningkatkan nilai produk yang berdaya saing dengan produk- produk luar.

Terdapat tujuh hal yang menjadi skala prioritas strategi bagi Klinik Ekonomi Digital Teknologi Komunikasi dan Informatika (KEDILOKA) dalam usaha meningkatkan kinerjanya. Pertama, mempermudah pelaku dan pegiat ekonomi dan UMKM untuk mengakses permodalan. Kedua, memperluas jaringan pemasaran. Ketiga, meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang kompetitif dan berdaya guna. Keempat, tersedianya sarana dan prasarana usaha yang memadai. Kelima, terciptanya iklim usaha yang kondusif, Keenam, teknologi yang tepat guna. Dan terakhir pusat Komunikasi dan Informatika yang menyeluruh, akuntabel dan bernilai guna. Pemberdayaan UMKM khususnya diarahkan pada peningkatan kualitas dan standar produk agar mampu meningkatkan kinerja guna menghasilkan produk- produk yang berdaya saing tinggi. Peningkatan daya saing dengan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi juga mutlak diperlukan oleh para pelaku dan pegiat ekonomi dan UMKM untuk menghadapi persaingan usaha yang semakin berat.

Menurut Adi Fahrudin pemberdayaan UMKM merupakan serangkaian upaya untuk menolong peluang usaha perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha kecil menurut undang- undang agar lebih berdaya dalam meningkatkan sumber daya manusia dan berusaha mengoptimalkan sumber daya tersebut sehingga dapat meningkatkan kapasitas dan kemampuannya dalam memanfaatkan potensi yang dimilikinya.

Klinik Ekonomi Digital Teknologi Komunikasi dan Informatika (KEDILOKA) merupakan salah satu layanan atau wadah bagi para pelaku dan pegiat ekonomi dan UMKM untuk mengembangkan usahanya. Fungsi utama dari KEDILOKA adalah sebagai pusat informasi, komunikasi dan konsultasi bisnis bagi pelaku dan pegiat ekonomi dan UMKM sekaligus juga menjadi rumah produksi sarana dan prasarana bagi para pelaku ekonomi dan UMKM karenanya. Layanan konsultasi ini diberikan secara gratis . Cara kerja EDILOKA ini adalah dengan membuat jadwal konsultasi untuk para pelaku dan pegiat ekonom dan UMKM yang berminat untuk melakukan konseling dan juga bisa mengadakan pelatihan dan seminar terkait pengembangan kompetensi teknis lainnya seperti bimtek untuk membuat produk, pelatihan kewirausahaan dan pelatihan manajemen usaha, manajemen keuangan pribadi atau umkm.

KEDILOKA mempunyai implikasi terhadap pemberdayaan ekonmi dan UMKM dengan menerapkan sistem E-commerce dan Financial Technology, Digital Cyber Web dalam pemasaran produk UMKM, yang tentu akan berdampak pada meningkatnya omzet penjualan yang didapatkan oleh para pelaku usaha. Selain memberikan pelatihan E-commerce . Klinik Ekonomi Digital Teknologi Komunikasi dan Informatika ini juga bisa memberikan pelatihan desain kemasan produk yang memiliki tujuan supaya produk yang ditawarkan memiliki wadah yang menarik. Peran KEDILOKA dalam memberikan pelatihan program design branding pada produknya menunjukkan implikasi pada

peningkatan penjualan produk. Dengan adanya design yang dibuat pada kemasan produk dapat menambah daya Tarik produk, yang dimungkinkan akan semakin laris di pasaran

Akses Pasar

Klinik Ekonomi Digital Teknologi Komunikasi dan Informatika (KEDILOKA) memberikan kemudahan akses pemasaran bagi para pelaku dan pegiat ekonomi dan UMKM. Salah satu caranya dengan mengadakan gelaran pameran dan bazar secara rutin serta memasukkan produk hasil karya para pelaku tersebut dalam jejaring pasar produk di jejaring online maupun offline yang banyak dicari dan dinikmati oleh konsumen di manapun waktu dan tempat itu berada. Tentu saja tujuannya adalah untuk mengenalkan produk- produk yang dimiliki oleh para pelaku dan pegiat ekonomi dan UMKM, yang memberi kesempatan besar kepada mereka untuk melebarkan promosi usahanya. Keberadaan daripada hal tersebut dapat menjadi ajang untuk unjuk kinerja dan prestasi di sana. Pameran yang dilakukan secara berkala yaitu berupa kegiatan bazar dan promosi, Bazar Ramadhan, Expo, Bazar event tertentu hingga gelaran giat dan event di luar kota sekalipun.

Banyak manfaat yang bisa diperoleh ketika UMKM dan pegiat ekonomi lainnya bisa mengikuti bazar, seperti pengenalan usaha dan produk, survey pasar dan peluang untuk membangun kerjasama bisnis.

Peningkatan Kualitas Produk

Agar siap, UMKM perlu meningkatkan efisiensi operasional, kualitas produk dan meningkatkan sumber daya manusianya. Peningkatan kualitas produk merupakan kunci dari strategi pemberdayaan KEDILOKA. Inovasi diperlukan agar menarik minat dari konsumen. Sesuatu yang baru yang dikembangkan dari produk yang sudah ada maupun yang baru. Landasan seseorang untuk berinovasi adalah harapan inovasi yang arahnya ke pada sesuatu yang lebih baru untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.

KEDILOKA mendorong peningkatan kualitas produk UMKM agar dapat bersaing dalam pasar global. Para pelaku dan pegiat ekonomi dan UMKM dituntut untuk mampu bertahan dan berkembang. UMKM sendiri harus mampu menghadapi tantangan globalisasi ekonomi dunia, dan mengantisipasi perkembangan perubahan lingkungan yang cepat dengan fokus membangun daya saing produk UMKM yang berkelanjutan di pasar domestik dan pasar luar negeri. Produk Indonesia harus mampu berkompetensi dengan produk- produk yang dihasilkan Negara ASEAN. Hal ini menjadikan tantangan pelaku UMKM apabila kualitas produknya tidak memenuhi standart dan minimnya kemampuan SDM para pelaku usaha dan pegiat ekonomi.

Ada tiga cara supaya produk yang ditawarkan dapat tetap bertahan dan berkembang di pasaran. Pertama pelaku UMKM dan pegiat ekonomi lainnya harus membuat produk yang unik, tidak mudah untuk ditiru. Produk yang unik, terlebih mampu menjawab kebutuhan konsumen, tentu menjadi magnet tersendiri yang mampu menggugah minat orang lain yang tertarik untuk membeli. Kedua konsisten dengan jenis barang yang ditawarkan dan ketiga memperhatikan kualitas produk.

Faktor pendukung lainnya adalah perlunya pelaksanaan pemberdayaan ekonomi dan UMKM dengan menumbuhkan jiwa dan semangat entrepreneurship dan wirausaha. Dengan semakin banyak pengusaha, pengrajin, pedagang yang kreatif dan inovatif maka produk karya mereka pun bisa merambah pasar internasional dikarenakan keindahan dan kualitasnya.

Nilai PNB (Produk Nasional Broto) yang Banyak

Banyaknya permintaan membuat nilai PNB semakin tinggi sehingga nilai PNB akan mendukung pula untuk pengembangan ekonomi dan UMKM karenanya.

Produk Kreativitas Masyarakat yang Beragam Jenis

Penerapan dalam pemilihan pekerja sudah mendukung untuk perkembangan ekonomi dan UMKM. Seperti tenaga kerja yang harus memiliki keterampilan agar dapat menuangkan ide-ide kreatifnya terhadap produk. Para pekerja juga harus cekatan dalam proses produksi, karena produksi yang lancar artinya tidak pernah kekurangan dalam hasil produksi menjadi faktor pendukung pemberdayaan UMKM.

Faktor Penghambat

Faktor penghambat utama dalam pemberdayaan UMKM dan pegiat ekonomi adalah:

1. Kurangnya permodalan

Modal untuk biaya produksi kebanyakan dari UMKM hanya mengandalkan modal pribadi ini berarti untuk biaya produksi kurang sehingga belum mampu untuk memenuhi permintaan konsumen

2. Sumber Daya Manusia Terbatas dan Kualitas Masih Rendah

Faktor penghambat lainnya adalah sumber daya manusia yang rendah dan rendahnya kesadaran di mana tidak memiliki upaya dan niatan untuk memperluas jangkauan pemasaran dengan belajar memahami dan mengoperasikan penjualan berbasis *E-Commerce* dan *Financial Technology*

3. Kualitas Manajemen Rendah

Kurangnya pemahaman manajemen oleh pelaku dan pegiat ekonomi serta UMKM merupakan faktor penghambat, yang juga disertai dengan pelatihan yang tidak berkelanjutan dan kurangnya sistem pengawasan dan kontrol serta follow up sebagai tindakan hasil yang sudah dilatih tersebut.

4. Kesulitan Dalam Pemasaran

Faktor penghambat dalam pengembangan UMKM yang terjadi adalah keterbatasan

memperluas jaringan dan akuntansi pembukuan yang masih tradisional dan sangat sederhana. Hal ini sangat disayangkan karena mereka akan tertinggal dengan pengusaha UMKM lainnya. Oleh karena itu diperlukan peran Klinik Ekonomi Digital Teknologi Komunikasi dan Informatika (KEDILOKA) dalam memberikan pembinaan dan pelatihan terkait ekonomi, kewirausahaan, teknologi informasi, teknik produksi, pengembangan pasar serta pemberian pelatihan bagi Manajemen Usaha Kecil bagi UMKM

KESIMPULAN

Berdasar hasil pengumpulan data di lapangan yang telah disajikan, dianalisis, dan diinterpretasikan, dapat ditarik kesimpulan bahwa perlunya Klinik Ekonomi Digital Teknologi Komunikasi dan Informatika (KEDILOKA) terkait guna pemberdayaan dan peningkatan Sumber Daya Manusia pada umumnya terutama para pelaku dan pegiat ekonomi dan UMKM. Pemberdayaan ini dapat berhasil dilakukan dengan kerjasama tiga elemen pemberdayaan yang pertama Pihak Pemerintah yaitu Kementerian Komunikasi Teknologi dan Informatika dibantu dengan adanya pendirian Klinik Ekonomi Digital Teknologi Komunikasi dan Informatika, kedua BUMN dan juga pihak swasta.

Kementerian Komunikasi dan Informatika memberikan upaya kepada Pegiat ekonomi dan pelaku UMKM terkait upaya pemberdayaan UMKM dengan dilakukan komitmen dan kerja sama dengan banyak pihak guna meningkatkan kinerja, yaitu :

Akses Permodalan

Fasilitas yang diberikan kepada pegiat Ekonomi dan Pelaku UMKM diantaranya adalah kemudahan mendapatkan pinjaman modal seperti di bank perkreditan, Program Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan bantuan permodalan yang disediakan oleh Kementerian yaitu dana bergulir. Yang tujuan dari dana bergulir ini adalah membantu para pelaku dan

pegiat UMKM yang tergabung di KEDILOKA untuk meningkatkan kualitas UMKM nya di pasaran. Sumber pendanaan dana bergulir adalah dari APBN

Pelatihan UMKM

Pelatihan UMKM di KEDILOKA dilakukan melalui Klinik Ekonomi Digital Teknologi Komunikasi dan Informatika, yang mempunyai fungsi sebagai pusat komunikasi, rumah produksi dan juga sarana konsultasi bisnis bagi para pelaku dan pegiat ekonomi dan UMKM. Pelatihan yang diberikan berupa pelatihan *E-Commerce*, Desain Web, Gapura Digital, pelatihan membuat design produk untuk kemasan produknya, serta pelatihan manajemen usaha. Pihak bank atau BUMN juga bisa memberikan dan menyelenggarakan seminar di KEDILOKA seperti mengenai ekonomi makro, ekonomi mikro, perbankan, guna menambah wawasan yang ada serta bisa juga melakukan kerjasama dengan penyalur kredit dengan perusahaan yang berbasis keuangan (*Financial Technology*) guna mempermudah UMKM mendapat pinjaman modal.

Akses Pasar

Klinik Ekonomi Digital Teknologi Komunikasi dan Informatika (KEDILOKA) memberikan kemudahan akses pemasaran bagi pelaku dan pegiat ekonomi dan UMKM. Salah satunya dengan menyelenggarakan pameran dan bazar, melakukan pemasaran digital secara rutin guna meningkatkan dan mengenalkan produk-produk yang dimiliki.

Peningkatan Kualitas Produk

Melalui Klinik Ekonomi Digital Teknologi Komunikasi dan Informatika (KEDILOKA) bisa memberikan dorongan dan pelatihan bagi para pegiat pelaku Ekonomi dan UMKM untuk membuat produk yang unik dan tidak mudah ditiru, yang konsisten dengan jenis barang yang ditawarkan dan memperhatikan kualitas produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Huraihah (2008). *Pengorganisasian dan Pengembangan Masyarakat Model dan Strategi Pembangunan yang Berbasis Kerakyatan* (hal. 82). Bandung: Humaniora
- Afifudin dan Beni Ahmad (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia
- Ashariyadi (2016). *Mewujudkan UMKM Berdaya Saing di Era MEA* (hal. 4-5). Majalah Masyarakat Asean Edisi 12
- Astuti, M.A, Catur, Sulistyowati, Q., Udisubakti, Putu Dana K (2013). *Peningkatan Produktivitas Usaha Kecil & Menengah (UKM) Berbasis Technology Content Untuk Mendukung Pelaksanaan Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (mp3ei) 2011-2025*. Prosiding Call for Paper 2013: Bidang Studi Pembangunan
- Dinda Audriene Mutmainah (2019). *Kontribusi UMKM terhadap PDB Tembus Lebih Dari 60 Persen*. CNN Indonesia diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20161121122525-92174080/kontribusi-umkm-terhadap-pdb-tembus-lebih-dari60-persen/> diakses pada tanggal 30 Agustus 2019
- Donald C.L. Mochamad S.T, Ami F.U, Achmad Ghazali (2016). *Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM di Indonesia: Validasi Kuantitatif Model*. Jurnal Manajemen Teknologi, 15 (10:77-93)
- Hardiansyah (2011). *Kualitas Pelayanan Publik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kuncoro, Mudrajad (2007). *Ekonomika Industri Indonesia: Menuju Negara Industri Baru 2030*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- LPPI dan BI (2019) *Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Diakses dari www.bi.go.id. Pada tanggal 30 Agustus 2019
- Moleong (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Patilima, Hamid. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif* Jakarta: Alfabeta
- Sinabela, (2007). *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sirajuddin, (2007). *Hukum Pelayanan Publik Berbasis Partisipasi dan Keterbukaan*. Yogyakarta: Pelajar Pustaka.
- Sugiyono, (2006). *Metode Penelitian Administrasi* Ed-VI, Bandung: Alfabeta.
- Yuniarti. (2013). *Pendekatan Ekonomi Dalam Politik Internasional*. Interdependence – Jurnal Hubungan Internasional