

## ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MEMAJUKAN USAHA MADU RUMAHAN DI KAMPUNG MADU PANGANDARAN

Fitriya<sup>1\*</sup>, Dea Handayani<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Pendidikan Ekonomi, Universitas Siliwangi

E-mail: <sup>1)</sup> [202165053@student.ac.id](mailto:202165053@student.ac.id), <sup>2)</sup> [202165074@student.ac.id](mailto:202165074@student.ac.id)

### Abstrak

*Ekonomi kreatif merupakan suatu konsep ekonomi yang baru yang berdasar pada hal-hal baru yang dapat menghasilkan suatu ide yang baru dan kreatif dalam suatu proses penciptaan suatu produk ataupun jasa. Hal ini pun didorong dengan adanya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang dengan sangat cepat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran ekonomi kreatif dalam memajukan usaha madu rumahan di kampung madu pangandaran. Metode penelitian yang digunakan yakni menggunakan metode deskriptif, melalui studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digunakan untuk mengembangkan usaha baik dalam proses produksinya, promosi, hingga penjualannya yang berhasil membuat usaha ini maju dan berkembang dengan cepat. Hal ini dapat terjadi karena adanya perubahan dari suatu proses yang bersifat konvensional menjadi modern. Seiring dengan berkembangnya usaha ini diharapkan dapat membantu kondisi perekonomian para pengusaha dan masyarakat sekitar menjadi lebih baik dan dapat membuka lapangan pekerjaan baru. Dengan memanfaatkan teknologi dan peranan dari ekonomi kreatif diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap kemajuan usaha madu rumahan ini agar dapat lebih dikenal lebih luas baik itu secara nasional hingga internasional.*

Kata Kunci: *Ekonomi, Kreatif, Teknologi, Madu*

### Abstract

*Creative economy is a new economic concept based on new things that can produce a new and creative idea in a process of creating a product or service. This is also driven by the advancement of information and communication technology which is developing very quickly. This study aims to analyze the role of the creative economy in advancing the home-based honey business in the Pangandaran Honey Village. The research method used is descriptive method, through literature study. The results of the study indicate that technological developments are used to develop businesses, both in the production process, promotion, and sales which have succeeded in making this business progress and develop rapidly. This case can happen because of a change from a conventional process to a modern one. Along with the development of this business, it is hoped that it can help the economic conditions of entrepreneurs and the surrounding community become better and can open up new job opportunities. By utilizing technology and the role of the creative economy, it is hoped that it will have a positive impact on the progress of this home-based honey business so that it can be more widely known both nationally and internationally.*

Keywords: *Economic, Creative, Technology, Honey*

## 1. PENDAHULUAN

Kemiskinan daerah merupakan salah satu permasalahan utama di desa, karena sebagian besar penduduk yang miskin berada atau bermukim di perdesaan, oleh karena itu pembangunan di desa harus mendapatkan prioritas yang lebih dibandingkan dengan pembangunan di perkotaan (Hasan, 2018; Marlinah, 2017). Dimana dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat pedesaan tercermin pada sasaran pembangunan ekonomi yang pada awalnya berorientasi pada pertumbuhan yang berkelanjutan dari ekonomi skala besar kini menjadi prioritas pembangunan kedepan. Hal ini sesuai dengan instruksi presiden No. 6 Tahun 2009 tentang dukungan pengembangan ekonomi kreatif. Dukungan ini diharapkan untuk lebih berkembang kearah pengerajin ekonomi kreatif, sehingga akan berpengaruh secara nyata terhadap pemulihan ekonomi indonesia (Ibrahim et al., 2013). Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi baru yang memadukan informasi dan kreatifitas dengan mengandalkan ide, gagasan dan pengetahuan dari sumberdaya manusia sebagai faktor produksi (Edelia & Aslami, 2022). Dalam studi ekonomi dikenal ada empat faktor produksi, yaitu sumber daya alam, sumber daya manusia, modal (faktor utama) dan orientasi atau manajemen (Gusti & Santoso, 2016).

Dimana setiap daerah memiliki potensi yang berbeda-beda dari daerah yang lain yang dimanfaatkan untuk berlangsungnya hidup mereka, dari adanya potensi daerah yang berbeda maka akan menciptakan aktivitas yang berbeda pula, sehingga setiap daerah memiliki perbedaan dalam memanfaatkan SDA (Sumber Daya Alam) sesuai dengan potensi yang ada di desanya. Sebagaimana halnya Sumber Daya Alam yang ada di desa kertayasa kampung madu pangandaran, yaitu Madu lebah, karena banyaknya madu dimanfaatkan oleh warga sekitar dijadikan usaha industri rumahan. Kebutuhan modal menjadi tantangan bagi para usaha madu dikampung madu. Dimana keinginan selalu untuk mengembangkan usaha dengan inovasi maupun ekspansi menjadikan modal sebagai salah satu faktor terpenting.

Madu sangat banyak sekali jenisnya dan manfaatnya, jenis madunya yakni jenis Apis cerana, Apis cerana ini merupakan jenis lebah yang banyak di temukan di indonesia, Afganistan, cina dan jepang, dimana jenis lebah ini sangat mudah untuk dibudidayakan secara tradisioanal baik modern dalam sebuah kotak yang bisa di pindah-pindahkan, dimana di dalam kotak tersebut bisa dipanen sebanyak 3 kali dengan produksi madu 2-5kg per tahun. Dimana jenis madu yang dihasilkan oleh lebah jenis Apis cerana ini sangat banyak manfaatnya atau khasiatnya yang berguna bagi pemeliharaan kesehatan (obat-obatan), kosmetik dan farmasi Royal jelly (susu ratu) disekresikan dari Pharyngeal lebah pekerja dimanfaatkan untuk stamina dan penyembuhan penyakit, sebagai bahan campuran kosmetika, bahan campuran obat-obatan. - Bee Pollen (tepung sari) dimanfaatkan untuk campuran bahan obat-obatan/ kepentingan farmasi. - Lilin lebah (malam) dimanfaatkan untuk industri farmasi dan kosmetika sebagai pelengkap bahan campuran. - Propolis (perekat lebah) untuk penyembuhan luka, penyakit kulit dan membunuh virus influenza (Andaruisworo, 2015).

Pengembangan usaha madu rumahan masih banyak sekali kendala-kendala yang ada, seperti jika panen sedang banyak penjualan atau pemasaran madu menjadi lambat karena distribusi jaringan konsumen belum dikelola dengan baik. Pemasaran berbasis online menjadi target pangsa pasar lintas daerah dengan produk-produk yang terkini. Dengan memanfaatkan beberapa media sosial seperti facebook, Instagram, Twitter, dan media lain yang lainnya seperti *marketplace* shopee dan lainnya. Dimana terdapat pelatihan inovatif

guna melatih masyarakat desa untuk terus berinovasi dengan madu yang sudah ada di tengah-tengah masyarakat. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran ekonomi kreatif dalam memajukan usaha madu rumahan di kampung madu pangandaran.

## **2. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam pemecahan permasalahan kali ini yakni menggunakan metode deskriptif, melalui studi kepustakaan sehingga dapat memberikan gambaran tentang aspek-aspek kehidupan tertentu dari kehidupan masyarakat yang diteliti (Sugiyono, 2013). Data yang digunakan dalam penelitian ini yakni terdapat dua data yaitu data primer dan data sekunder, data primer diperoleh atau bersumber dari wawancara dengan masyarakat di wilayah kampung madu pangandaran, dan data sekunder diperoleh dari Patriot desa yang dibentuk oleh (DPMD) di desa tersebut. Kegiatan wawancara hanya dilakukan beberapa responden saja, atau hanya sedikit yang melakukan wawancara dimana respondent tersebut merupakan pelaku yang membudidayakan madu di rumahnya.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Ekonomi, dapat disebut sebagai perekonomian, perekonomian merupakan sebuah kegiatan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, seperti kebutuhan papan, pangan dan sandang. Sedangkan di desa karangkamal kampung madu sebagian besar perekonomian mereka tergantung dari hasil budidaya rumahan madu tersebut, ekonomi kreatif yang ada dalam kampung madu ini ialah madu (Ma'arif, 2021), Konsep ekonomi kreatif adalah konsep ekonomi yang didasarkan pada kemampuan dan keterampilan manusia. Hal ini sesuai dengan pernyataan pernyataan Toffler (1970), secara keseluruhan, Toffler membagi peradaban manusia menjadi tiga gelombang ekonomi. Pergeseran paradigma dalam pembangunan ekonomi tidak bisa dipisahkan dengan perubahan skala global (el Hasanah, 2015). Perkembangan ekonomi ini bisa dilihat dari perubahannya atau perkembangan pembangunan ekonomi dari sektor pertanian, industri, dan informasi ke sektor ekonomi kreatif (Purnomo, 2016). Sektor ekonomi dapat merubah kehidupan sosial suatu daerah apabila dikelola dengan baik (DeNatale & Wassall, 2006), oleh karena itu adanya gelombang ekonomi baru ini atau gelombang ekonomi kreatif harus menuntut inovasi dan kreativitas masyarakat (Thomas et al., 2013), sehingga dibutuhkan kualitas sumber daya manusia yang unggul dimana sebagai pelaku ekonomi kreatif (Williams & Schneider, 2013). Kondisi ini harus dikaitkan dengan kemampuan dalam mengelola potensi. Oleh karena itu, konsep ekonomi kreatif harus sesuai dengan kemampuan inovasi dan kreativitas dalam mengelola potensi lokal yang ada (Peters, 2009).

Dari hasil wawancara terhadap 23 responden dari total 30 kepala keluarga yang membudidayakan madu di daerahnya, dan wawancara terhadap patriot desa yang ada di desanya bahwasanya Sebelum kampung madu ini memanfaatkan peranan dari ekonomi kreatif dalam menjalankan usahanya, ada beberapa kendala yang menghambat kegiatan usaha ini, terutama pada bagian promosi. Karena promosi yang dilakukan dalam menawarkan dan menjual produknya masih dilakukan dengan cara yang konvensional sehingga penjualan produk pun terbatas dan usaha menjadi sulit berkembang.

Ekonomi kreatif memiliki peranan penting dalam kegiatan promosi usaha madu ini. Dengan adanya perkembangan ekonomi kreatif dan teknologi kegiatan promosi dapat dilakukan dengan lebih mudah dan cepat, selain itu juga dengan memanfaatkan teknologi atau media elektronik dalam promosinya, dapat meminimalisir biaya, waktu dan juga dapat menjangkau wilayah secara luas dengan mudah. Sehingga masyarakat secara luas dapat mengetahui adanya produk usaha tersebut. Promosi dapat dilakukan dengan bantuan media massa dalam bentuk media elektronik yang saat ini sudah bisa diakses oleh siapa saja dengan mudah dan meluas. Selain menggunakan media elektronik ada beberapa hal ataupun faktor lain yang membantu kegiatan promosi produk madu ini, Seperti adanya patriot desa dan *volunteer-volunter* yang sering kali mengunjungi kampung madu di pangandaran tersebut. Kampung madu pangandaran berhasil masuk nominasi kompetensi inovasi Jawa Barat pada tahun 2021. Sehingga banyak masyarakat dan *volunteer- volunteer* yang tertarik untuk mengunjungi perkampungan madu tersebut. Dengan banyaknya masyarakat ataupun volunteer yang mengunjungi kampung madu, maka akan semakin banyak orang yang mengetahuinya sehingga informasi pun akan cepat tersebar kepada masyarakat lain.

Cara promosi yang dilakukan dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan ekonomi kreatif yaitu dengan menggunakan media sosial seperti instagram dan *marketplace* seperti *e-commerce* sebagai media elektronik untuk mempromosikan produk-produk yang dihasilkan oleh usaha madu rumahan di pangandaran. Dalam melakukan promosi di media sosial, produk-produk yang dijual dapat diperkenalkan dan dipromosikan dengan cara yang kreatif. Seperti menampilkan produk secara menarik agar para calon konsumen terutama generasi muda dapat tertarik dengan produk yang ditawarkan. Dengan cara ini penjualan dari produk-produk kampung madu tersebut dapat meningkat dan semakin terkenal. Setelah memanfaatkan teknologi dan melakukan promosi menggunakan media sosial penjualan dari produk-produk usaha tersebut pun meningkat, Sehingga para pengusaha pun mendapatkan penghasilan yang meningkat. Jika sebelumnya para pengusaha harus melakukan beberapa pekerjaan sekaligus seperti berkebun dan bertani untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, sekarang dengan adanya peningkatan penjualan para pengusaha tersebut dapat memenuhi kebutuhan hidupnya hanya dari usaha madu tersebut saja, dan dapat fokus menjalankan usaha produksi madu tersebut.

#### **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa peranan dari ekonomi kreatif yang disertai dengan kreatifitas dan inovasi yang dilakukan oleh para pengusaha madu rumahan di pangandaran ini berhasil membuat suatu kemajuan yang sangat berdampak dan bermanfaat bagi para pengusaha dan juga masyarakat di sekitarnya yang bisa ikut merasakan dampak manfaatnya.

Dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang ada pada masa ini dan masa yang akan datang diharapkan para pengusaha dan juga masyarakat sekitar terutama kepada generasi muda yang dapat terus melakukan pengembangan terhadap usaha ini baik itu dalam pembuatan produk-produk baru atau hal lainnya agar usaha di kampung madu pangandaran ini dapat terus mengalami kemajuan dan bisa dikenal oleh masyarakat luas serta dapat memasuki pasar nasional hingga internasional.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Andaruisworo, S. (2015). *Agribisnis Aneka Ternak*. Jenggala Pustaka Utama.
- DeNatale, D., & Wassall, G. H. (2006). Creative economy research in New England: A reexamination. *Draft Prepared for Discussion at the Convening of the New England Research Community*.
- Edelia, A., & Aslami, N. (2022). The Role Of Empowerment Of The Cooperative And MSME Office In The Development Of Small And Medium Micro Enterprises In Medan City. *MARGINAL : Journal Of Management, Accounting, General Finance And International Economic Issues*, 1(3), 31–36. <https://doi.org/https://doi.org/10.55047/marginal.v1i3.163>
- el Hasanah, L. L. N. (2015). Pengembangan wirausaha muda ekonomi kreatif berbasis budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Studi Pemuda*, 4(2), 268–280.
- Gusti, I., & Santoso, M. (2016). Pengaruh Kepemimpinan, Komunikasi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Pusat Komunikasi Publik Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 18(2), 153–162.
- Hasan, M. (2018). Pembinaan ekonomi kreatif dalam perspektif pendidikan ekonomi. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan (JEKPEND) Vol, 1*.
- Ibrahim, H., Gani, S. A. D. S., & TIP, N. P. (2013). Analisis keberlanjutan usaha pengrajin ekonomi kreatif kerajinan sutera di provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 23(3).
- Ma'arif, S. (2021). *Perkampungan Penghasil Madu di Pangandaran Masuk Nominasi Kompetisi Inovasi Jawa Barat 2021*. TimesIndonesia.
- Marlinah, L. (2017). Meningkatkan ketahanan ekonomi nasional melalui pengembangan ekonomi kreatif. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 17(2), 258–265.
- Peters, M. A. (2009). Education, creativity and the economy of passions. *Creativity, and the Global Knowledge Economy*, 125–148.
- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. Ziyad Visi Media.
- Sugiyono, S. (2013). Metode penelitian kualitatif. *Bandung: Alfabeta*.
- Thomas, H., Smith, R. R., & Diez, F. (2013). *Human capital and global business strategy*. Cambridge University Press.
- Toffler, A. (1970). *Future Shock*. New York, NY: Random House.
- Williams, C. C., & Schneider, F. (2013). The shadow economy. *London: Institute of Economic Affairs*.

***ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MEMAJUKAN USAHA MADU RUMAHAN DI  
KAMPUNG MADU PANGANDARAN***

*Fitriya, Dea Handayani*

---