

Implementasi Dashboard Pemetaan Ekonomi Kreatif Berbasis Data Digital Bagi Pelaku Usaha Di Kabupaten Majalengka

Ii Sopiandi^{1*}, Lia Milana², Hendrawan Rukiyat³, Andhyka Rahmatullah⁴

¹Universitas Majalengka, Majalengka, Indonesia

²Universitas Majalengka, Majalengka, Indonesia

³Universitas Majalengka, Majalengka, Indonesia

⁴Universitas Majalengka, Majalengka, Indonesia

*e-mail korespondensi: iisopiandi@unma.ac.id

Abstract

The creative economy was a vital sector for regional development, but data management at the Majalengka Creative Center faced significant hulu-to-hilir digitalization challenges. This community service aimed to implement a digital data-based creative economy mapping dashboard and provide intensive technical mentoring for local business actors. The methods employed consisted of situation analysis, integrated system development, socialization, technical training, and intensive field mentoring. The results show that the implementation of the digital ecosystem, which integrates the Independent Registration System and the Integrated Marketplace System, successfully facilitates administrative management and digital marketing for creative products. Mentoring activities also prove to increase the digital literacy of business actors in utilizing analytic dashboard features in real-time. In conclusion, the digital mapping platform successfully integrates data from 17 creative economy sub-sectors, providing significant added value for managers, although its optimal utilization still requires continuous mentoring due to the varied digital literacy levels among the partners.

Keywords: Community empowerment; Creative economy; Dashboard analytics; Digital marketing; Independent registration system

Abstrak

Ekonomi kreatif merupakan sektor vital bagi pembangunan daerah, namun pengelolaan data pelaku usaha di Majalengka Creative Center masih menghadapi kendala digitalisasi dari hulu ke hilir. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengimplementasikan *dashboard* pemetaan ekonomi kreatif berbasis data digital serta memberikan pendampingan teknis intensif bagi pelaku usaha lokal. Metode pelaksanaan yang digunakan meliputi tahapan analisis situasi, perancangan sistem terpadu, sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan lapangan secara intensif. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa implementasi ekosistem digital yang mengintegrasikan Sistem Pendaftaran Mandiri dan *Marketplace* Terpadu ini berhasil memfasilitasi manajemen administrasi serta pemasaran produk kreatif secara efisien. Kegiatan pendampingan juga terbukti meningkatkan literasi digital pelaku usaha dalam memanfaatkan fitur *dashboard* analitik secara langsung. Simpulan dari kegiatan ini adalah platform pemetaan digital sukses mengintegrasikan data dari 17 subsektor ekonomi kreatif dan memberikan nilai tambah yang besar bagi pengelola, meskipun pemanfaatan optimalnya masih memerlukan pendampingan berkelanjutan karena tingkat pemahaman teknologi mitra yang bervariasi.

Kata Kunci: Dashboard analitik; Ekonomi kreatif; Pemasaran digital; Pemberdayaan masyarakat; Sistem pendaftaran mandiri

Accepted: 2026-05-22

Published: 2026-07-23

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif saat ini telah bertransformasi menjadi salah satu pilar utama dalam percepatan pembangunan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat, baik di tingkat nasional maupun daerah (Firnanda et al., 2025). Eksistensi ekonomi kreatif di era digital memainkan peran vital dalam mendorong kemajuan sosial dan inovasi teknologi berbasis potensi lokal (Silva-atencio, 2025). Kabupaten Majalengka memiliki potensi industri kreatif yang sangat besar, yang secara struktural diwadahi melalui Majalengka Creative Center (MCC). Potensi wilayah ini mencakup kekayaan produk

lokal yang terbagi ke dalam 17 subsektor ekonomi kreatif, mulai dari kuliner, kriya, fesyen, hingga aplikasi dan permainan.

Namun, besarnya potensi ini belum sepenuhnya diimbangi dengan tata kelola data dan pemahaman digital yang terintegrasi. Kondisi eksisting menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha kreatif di Kabupaten Majalengka masih berskala mikro dan menengah yang dikelola secara konvensional. Padahal, literasi digital dan pemanfaatan teknologi merupakan faktor kunci dalam menjamin keberlanjutan bisnis dan pemberdayaan ekonomi kreatif (Basori et al., 2025; Bathin & Mashur, 2025). Ketiadaan sistem pendataan yang baik pada komunitas pelaku usaha seringkali menghambat proses pemetaan potensi daerah secara akurat (Meileni et al., 2020).

Potret di lapangan pada lingkungan MCC menunjukkan permasalahan nyata pada dua aspek utama. Pada aspek hulu (manajemen administrasi), proses pendaftaran mitra masih mengandalkan pendataan manual, yang menyebabkan terjadinya pemutusan mata rantai data (*data gap*). Implementasi sistem pendaftaran mandiri terpadu berbasis web terbukti secara empiris mampu mengurangi antrean birokrasi dan meningkatkan efisiensi administrasi pendataan (Wicaksono, 2025). Pada aspek hilir (pemasaran), pelaku usaha belum didukung oleh sistem perekaman perilaku konsumen. Mereka membutuhkan platform *marketplace* yang tidak hanya berfungsi sebagai etalase digital untuk memperluas jangkauan pasar (Ardilla & Hadinata, 2022), tetapi juga mampu melacak tren preferensi konsumen secara interaktif.

Secara konseptual, integrasi sistem informasi dan *dashboard* analitik sangat krusial dalam mendukung pengambilan keputusan bisnis yang presisi (Zulkiflee et al., 2024). Pemanfaatan analitik data tingkat lanjut (*big data analytics*) pada platform *e-commerce* mampu memberikan wawasan mendalam terkait perilaku konsumen, seperti produk yang paling sering dilihat dan pencarian terpopuler (Achamadi et al., 2025; Theodorakopoulos & Theodoropoulou, 2024). Pemanfaatan e-katalog lokal semacam ini juga memfasilitasi segmentasi pasar yang lebih baik bagi para pelaku UMKM (Aliya et al., 2026).

Artikel ini merupakan hasil pengabdian kepada masyarakat yang merupakan hilirisasi langsung dari dua hasil penelitian terapan (kerja praktik) yang telah dilakukan sebelumnya. Penelitian pertama berjudul "Perancangan Sistem Marketplace Terpadu Berbasis Website Untuk Pemasaran Produk Unggulan dan Pemetaan Preferensi Konsumen di Concept Store Majalengka Creative Center". Penelitian tersebut kemudian diintegrasikan dengan penelitian kedua yang berjudul "Sistem Informasi Pendaftaran Mandiri Pelaku Ekonomi Kreatif di Kabupaten Majalengka". Sinergi dari kedua purwarupa sistem ini berhasil menyederhanakan konsep analitik data tingkat lanjut menjadi ekosistem data hulu-hilir yang tepat guna bagi masyarakat sasaran. Dalam penerapannya, program pelatihan pemasaran digital dan pendampingan implementasi teknologi semacam ini terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing serta memperluas jangkauan pasar pelaku UMKM (Rizkiawan et al., 2026).

Berdasarkan kondisi dan permasalahan di lapangan, rumusan masalah dalam kegiatan ini adalah bagaimana mengimplementasikan sistem terpadu yang memfasilitasi pendaftaran mandiri sekaligus analitik *marketplace*, serta bagaimana meningkatkan literasi digital pelaku usaha dalam mengelolanya. Oleh karena itu, tujuan yang hendak dicapai pada kegiatan pengabdian ini adalah untuk mengimplementasikan *dashboard* pemetaan ekonomi kreatif berbasis data digital, serta memberikan pendampingan teknis intensif agar pelaku usaha dari 17 subsektor di Kabupaten Majalengka mampu mengelola ekosistem digital secara mandiri dan berkelanjutan.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Majalengka Creative Center (MCC), Kabupaten Majalengka. Khalayak sasaran yang dilibatkan sebagai mitra dalam kegiatan ini adalah para pelaku usaha ekonomi kreatif dari 17 subsektor industri kreatif yang berada langsung di bawah

pengelolaan pihak pengelola MCC Majalengka. Berdasarkan pola pendekatan pemberdayaan masyarakat, tahapan pelaksanaan kegiatan ini mengadaptasi model transfer pengetahuan dan teknologi yang terstruktur (Rizkiawan et al., 2026). Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian terbagi menjadi empat tahapan utama yang terstruktur sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan dan Analisis Situasi: Tahap ini meliputi koordinasi awal dengan pengelola MCC Majalengka untuk menyelaraskan jadwal, serta mengidentifikasi secara mendalam kendala administratif pada aspek hulu dan kendala pemasaran pada aspek hilir yang dihadapi oleh para pelaku usaha.
2. Tahap Integrasi Sistem (Hilirisasi): Melakukan penyelarasan teknis berupa integrasi dua hasil penelitian terdahulu, yaitu menggabungkan arsitektur Sistem Pendaftaran Mandiri dengan Sistem Marketplace Terpadu ke dalam satu platform *dashboard* digital yang responsif berbasis framework Laravel dan Livewire.
3. Tahap Pelaksanaan dan Pelatihan: Menyelenggarakan sesi lokakarya (*workshop*) dan pelatihan interaktif. Pada tahap ini, pelaku usaha diberikan panduan langsung mengenai tata cara pembuatan akun secara mandiri, pengisian data legalitas usaha, hingga mekanisme pengunggahan produk ke dalam katalog digital.
4. Tahap Pendampingan dan Evaluasi: Melakukan pendampingan intensif saat pelaku usaha mengoperasikan sistem secara riil di lapangan guna memastikan tidak adanya kendala teknis, dilanjutkan dengan evaluasi berkala terhadap jalannya implementasi sistem.

Media dan instrumen yang digunakan untuk menunjang kelancaran kegiatan ini meliputi perangkat lunak aplikasi *dashboard* pemetaan ekonomi kreatif, perangkat keras pendukung berupa laptop dan *smartphone* milik mitra, serta modul cetak panduan teknis operasional aplikasi. Untuk mengukur tingkat keberhasilan dari kegiatan pengabdian ini, digunakan pendekatan evaluasi melalui metode observasi langsung (*direct observation*) dan analisis deskriptif kualitatif.

Parameter keberhasilan aktivitas diukur secara konkrit berdasarkan dua indikator utama, yaitu: (1) tingkat ketercapaian fungsional, yang ditunjukkan melalui kemampuan mandiri para pelaku usaha dalam menyelesaikan seluruh tahapan registrasi data profil usaha dan mengunggah informasi produk ke dalam sistem tanpa asisten teknis ; serta (2) penilaian kebermanfaatan sistem melalui umpan balik langsung (*feedback*) secara lisan dari pengelola MCC dan pelaku usaha terkait kemudahan antarmuka aplikasi (*usability*) serta fungsi fitur analitik preferensi konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang berpusat di Majalengka Creative Center (MCC) telah berjalan dengan lancar dan terstruktur. Seluruh hasil ketercapaian program diuraikan secara komprehensif berdasarkan empat tahapan utama sebagai berikut:

1. Hasil Tahap Persiapan dan Analisis Situasi

Pada tahap awal, tim pelaksana melaksanakan koordinasi internal dan analisis situasi lapangan guna merumuskan pembagian tugas, lini masa kerja, serta pemetaan awal terhadap kebutuhan sasarannya. Aktivitas koordinasi ini melibatkan seluruh anggota tim dan dosen pembimbing untuk menyelaraskan persepsi teknis mengenai penggabungan ekosistem digital hulu-hilir. Dokumentasi pelaksanaan koordinasi internal tim dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Koordinasi Internal Tim Pelaksana

Selain koordinasi, tahap persiapan ini juga menghasilkan luaran berupa media edukasi publik yang dirancang khusus sebagai alat bantu visual guna meningkatkan pemahaman masyarakat sasaran. Media edukasi berupa spanduk informasi dan modul teknis dibuat dengan visualisasi yang menarik, informatif, dan praktis. Desain media edukasi masyarakat ini ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2a: Spanduk Kegiatan Pengabdian



Gambar 2b: Poster Sosialisasi Sistem Digital

Gambar 2. Media Edukasi Masyarakat:

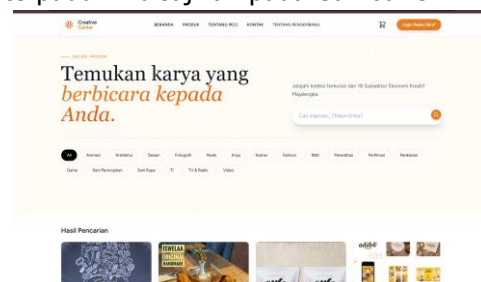
(a) Spanduk Kegiatan Pengabdian; (b) Poster Sosialisasi Sistem Digital

2. Hasil Tahap Integrasi Sistem (Hilirisasi)

Tahap kedua berfokus pada perancangan dan implementasi arsitektur sistem sebagai bentuk hilirisasi langsung dari dua penelitian terapan terdahulu. Sinergi ini mengintegrasikan fungsi pendaftaran mandiri pelaku usaha (aspek hulu) dan katalog pemasaran digital terpadu (aspek hilir) ke dalam satu platform berbasis *framework* Laravel dan Livewire. Sistem ini dirancang untuk dapat mengelola dan memetakan persebaran pelaku ekonomi kreatif yang tersebar di dalam 17 subsektor secara dinamis. Visualisasi antarmuka ekosistem digital terpadu ini disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3a: Sistem Pendaftaran Mandiri

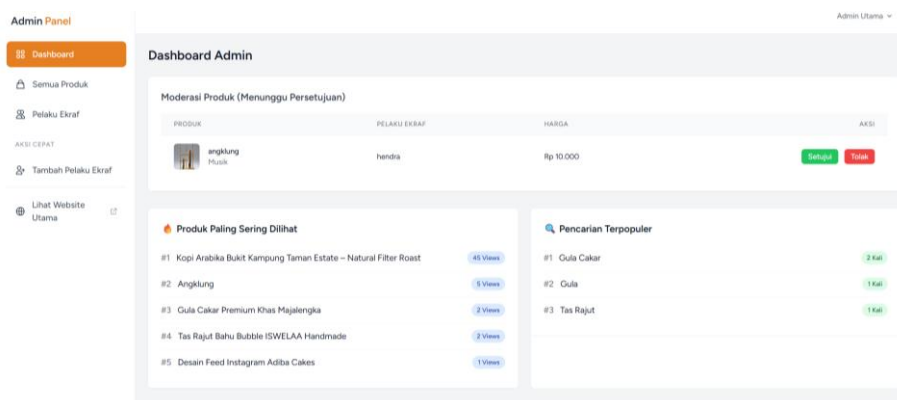


Gambar 3b: Sistem Marketplace Terpadu

Gambar 3. Antarmuka Ekosistem Digital Terpadu:

(a) Sistem Pendaftaran Mandiri; (b) Sistem Marketplace Terpadu.

Keunggulan utama dari platform terintegrasi ini terletak pada penyediaan fitur *Dashboard Analitik Preferensi Konsumen*. Melalui pemanfaatan analitik data deskriptif yang disederhanakan, sistem secara otomatis mampu merekam aktivitas pencarian pengunjung, memproses data perilaku konsumen, serta menyajikan grafik visualisasi mengenai produk yang paling sering dilihat (*most viewed products*) dan tren pencarian populer. Tampilan visual dari fitur *dashboard* analitik ini ditunjukkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Fitur Dashboard Analitik Preferensi Konsumen

3. Hasil Tahap Pelaksanaan dan Pelatihan

Fase implementasi di lapangan diwujudkan melalui penyelenggaraan program sosialisasi dan pelatihan teknis terbimbing yang interaktif di lingkungan MCC Majalengka. Kegiatan lokakarya ini dihadiri secara aktif oleh sekitar 20 pelaku usaha ekonomi kreatif yang mewakili ekosistem 17 subsektor industri kreatif lokal.

Dalam sesi pelatihan ini, tim pelaksana memberikan panduan langsung (*hands-on experience*) berbantuan media edukasi yang telah dirancang sebelumnya. Materi pelatihan mencakup tata cara pendaftaran akun pengenalan secara mandiri, validasi kelengkapan data legalitas usaha pada sistem hulu, hingga teknik optimalisasi pengunggahan foto dan deskripsi produk menarik ke dalam katalog *marketplace* di sistem hilir. Melalui interaksi intensif ini, kesenjangan pemahaman awal mitra dapat diminimalisasi secara bertahap, yang ditandai dengan keberhasilan para peserta dalam mengaktifkan profil toko digital mereka secara langsung di lokasi acara.

4. Hasil Tahap Pendampingan dan Evaluasi

Tahap akhir dari pelaksanaan program PKM ini adalah pendampingan lapangan secara berkala (*on-site mentoring*) untuk mengawal masa adaptasi teknologi, yang dirangkaikan dengan pengukuran parameter evaluasi keberhasilan aktivitas. Berdasarkan pendekatan analisis deskriptif kualitatif dan observasi langsung, efektivitas program diukur melalui dua indikator utama:

Pertama, dari aspek tingkat ketercapaian fungsional, hasil evaluasi menunjukkan tingkat kemandirian yang sangat memuaskan di mana seluruh pelaku usaha sasaran (100%) mampu mengoperasikan fitur registrasi data profil dan pembaruan stok produk pada katalog digital secara mandiri tanpa memerlukan intervensi asisten teknis dari tim pelaksana.

Kedua, dari aspek penilaian kebermanfaatan sistem, umpan balik (*feedback*) tertulis maupun lisan yang dihimpun dari pihak pengelola MCC dan pelaku usaha mengonfirmasi bahwa antarmuka aplikasi (*usability*) dinilai sangat ramah pengguna, mudah dipahami, serta memiliki nilai kegunaan praktis yang tinggi. Kehadiran grafik analitik tren pasar pada *dashboard* diakui sangat membantu pengelola dalam memetakan potensi komoditas unggulan daerah secara riil dan membantu pelaku usaha dalam merumuskan strategi pemasaran digital yang lebih presisi ke depan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil memperoleh hasil berupa terealisasinya ekosistem digital terpadu melalui integrasi Sistem Pendaftaran Mandiri dan platform *Marketplace* bagi pelaku usaha di Kabupaten Majalengka. Platform ini terbukti memiliki kelebihan dalam memetakan data pelaku usaha dari 17 subsektor ekonomi kreatif secara terpusat di Majalengka Creative Center (MCC). Selain itu, keunggulan lainnya terletak pada kehadiran *dashboard* analitik dengan fitur "Paling Sering Dilihat" (*most viewed*) dan "Pencarian Terpopuler" (*popular searches*) yang memberikan instrumen visual akurat bagi pengelola untuk memantau tren preferensi konsumen secara *real-time*. Keseluruhan hasil ini juga didukung oleh perancangan media edukasi visual (spanduk dan poster digital) yang matang sebagai persiapan transfer teknologi.

Meskipun demikian, implementasi awal ini masih memiliki kekurangan, yaitu adanya ketergantungan yang tinggi terhadap stabilitas konektivitas internet, serta masih diperlukannya pendampingan teknis yang berkelanjutan mengingat tingkat literasi digital pelaku usaha yang bervariasi. Oleh karena itu, kemungkinan pengembangan selanjutnya dari program ini adalah penambahan modul pelatihan literasi digital yang lebih komprehensif, serta peningkatan kapasitas sistem dengan penambahan fitur prediksi pasar (*forecasting*). Pengembangan ke depan juga diharapkan mengarah pada kemandirian pihak pengelola MCC Majalengka agar dapat mengelola operasional basis data sistem secara otonom tanpa bergantung pada tim pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- Achamadi, R., Rini, N., & Ramadhani, N. E. (2025). Integrasi data analisis dalam e-commerce untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. *Jurnal Bisnis Digital (JUBISDIGI)*, 1(1), 9–18.
- Aliya, R., Permana, I., Salisah, F. N., Novita, R., & Jazman, M. (2026). MSME Segmentation in Pekanbaru Based on Local E-Catalog Participation Using K-Means. *Jurnal Komputer Teknologi Informasi Sistem Komputer (JUKTISI)*, 5(1), 1–13.
- Ardilla, S., & Hadinata, N. (2022). Sistem informasi marketplace produk usaha mikro kecil menengah (umkm). *Jurnal Digital Teknologi Informasi*, 05(02), 86–95.
- Basori, M., Intan, L. R., Triana, A., Wahyono, B., Dila, F., & Hidayat, A. (2025). Pengaruh literasi digital dan keberlanjutan bisnis terhadap ekonomi kreatif dengan sikap kewirausahaan sebagai variabel intervening. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Sosial (EMBISS)*, 5, 353–361.
- Bathin, & Mashur. (2025). Empowering the creative economy through weaving artisanship for community welfare in Central Lombok: An Islamic economic perspective. *Econetica*, 6(2).
- Firnanda, N. P., Solfema, & Putri, L. D. (2025). Ekonomi Kreatif sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat di Bidang Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3.
- Meileni, H., Oktapriandi, S., & Apriyanti, D. (2020). Analisis PIECES Pada Aplikasi WebGIS Pemetaan Ekonomi Kreatif (Ekraf) PIECES Analysis on Creative Economy Mapping WebGIS Application. 9(November), 138–145. <https://doi.org/10.34148/teknika.v9i2.293>
- Rizkiawan, I. K., Aisah, N., Dawis, A. M., Syahputra, D. E., & Nisa, M. K. (2026). Pemberdayaan UMKM Ekonomi Kreatif melalui Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 637–646.
- Silva-atencio, G. (2025). *The Role of the Orange Economy in the Digital Age: An Exploratory Study in Costa Rica*. 00(April), 1–12. <https://doi.org/10.47852/bonviewJCBAR52025198>
- Theodorakopoulos, L., & Theodoropoulou, A. (2024). *Review Article Leveraging Big Data Analytics for Understanding Consumer Behavior in Digital Marketing: A Systematic Review*. 2024.

<https://doi.org/10.1155/2024/3641502>

Wicaksono, A. A. (2025). *Implementasi Sistem Pendaftaran Mandiri Berbasis Web di Klinik XYZ Multimedia Nusantara Polytechnic, Indonesia*. 5.

Zulkiflee, I., Haw, S., Palanichamy, N., & Yeoh, E. (2024). *Customer Relationship Management Dashboard with Descriptive Analytics for Effective Recommendation*. 11(4), 180–202.
<https://doi.org/10.33168/JLISS.2024.0411>