

PENINGKATAN PRODUK KREATIF YANG BERNILAI TAMBAH MELALUI PEMBINAAN KEMASAN DAN KUALITAS PRODUK UMKM

Gana Wuntu^{1*}, Mengku Marhendi², Tutik³

^{1,2}Pariwisata, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia, Indonesia

³Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia, Indonesia
ganawuntu1@gmail.com¹, mengkumarhendi@gmail.com², tutikashter@gmail.com³

ABSTRAK

Abstrak: UMKM merupakan salah satu ekonomi kreatif yang harus mendapatkan perhatian penuh untuk menunjang kehidupan masyarakat Desa. Dengan adanya pemberdayaan ekonomi kreatif pada masyarakat maka dapat membuka peluang usaha baru untuk meningkatkan nilai tambah suatu produk. Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk mendukung dan mengidentifikasi potensi ekonomi kreatif melalui pengelompokan UMKM yang ada di Desa Linggamekar, Kecamatan Cilimus, Kabupaten Kuningan. Sejauh ini belum ada pengelompokan dan kesadaran penuh pada masyarakat tentang pentingnya ekonomi kreatif. Adapun metode yang digunakan dalam pengabdian ini meliputi Pra Kegiatan yang terdiri dari pemetaan dan identifikasi jenis UMKM, selanjutnya pelaksanaan kegiatan meliputi *Focus Group Discussions*, Sosialisasi, Pendampingan standar kreatifitas usaha produk kreatif, dan yang terakhir adalah tahap evaluasi. Adapun hasil yang didapatkan dalam pengabdian ini adalah ditemukan potensi ekonomi kreatif dari pengelompokan UMKM yang memiliki nilai jual dan dibentuknya komunitas ekonomi kreatif sebagai wadah untuk menampung produk yang dihasilkan masyarakat. Dengan dibentuknya komunitas ekonomi kreatif maka masyarakat akan jauh lebih mudah dalam mengenalkan produk yang dimiliki.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif; Produk; UMKM.

Abstract: MSMEs are one of the creative economies that must get full attention to support the lives of the village community, with the empowerment of the creative economy in the community, it can open up new business opportunities to increase the added value of a product. This community service is carried out to support and identify the potential of the creative economy through the grouping of MSMEs in Linggamekar Village, Cilimus District, Kuningan Regency. So far there has been no grouping and full awareness in society about the importance of the creative economy. The methods used in this service include Pre-Activity which consists of mapping and identifying types of MSMEs, furthermore, the implementation of activities includes Focus Group Discussions, Socialization, Standard assistance and creativity of creative product businesses, and the last is the evaluation stage. The result of this service is that the creative economy potential is found from the grouping of MSMEs that have selling value and the formation of the creative economy community as a forum to accommodate products produced by the community. With the establishment of a creative economy community, it will be much easier for people to introduce their products.

Keywords: Products; MSMEs; Creative Economy.



Article History:

Received: 25-01-2023

Revised : 22-02-2023

Accepted: 23-02-2023

Online : 08-04-2023



This is an open access article under the
CC-BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Sektor pariwisata dan ekonomi kreatif merupakan salah satu sector yang ditargetkan memberikan kontribusi terhadap ketahanan Ekonomi Indonesia. Nilai devisa pada sektor pariwisata ini ditargetkan terus meningkat dari US\$ 3,3 s/d 4,8 Miliar di tahun 2020 menjadi US\$ 21,5 s/d 22,9 M di tahun 2024 yang akan datang. Dan kontribusi PDB pada Pariwisata terhadap Pendapatan Nasional sendiri ditargetkan meningkat dari 4,0% di tahun 2020 menjadi 4,5% pada tahun 2024 mendatang. Sedangkan nilai tambah ekonomi kreatif ditargetkan meningkat dari Rp 1.157 Triliun di Tahun 2020 menjadi Rp. 1.641 Triliun di tahun 2024 (Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020).

Kememparekraf/Baparekraf sendiri menargetkan peningkatan kualitas dan kuantitas Sumber Daya Manusia kepariwisataan dalam ekonomi kreatif. Dimana jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif dari 17,25 juta tenaga kerja di tahun 2020 menjadi 19,9 juta tenaga kerja di tahun 2024. Dengan adanya data tersebut dapat disimpulkan bahwa pariwisata dan ekonomi kreatif menjadi ujung tombak dalam meningkatkan perekonomian masyarakat secara langsung melalui produk ekonomi kreatif. Dan dengan adanya ekonomi kreatif maka akan memberikan nilai tambah tersendiri dalam penciptaan lapangan pekerjaan pada lapisan masyarakat terkecil sekalipun (Mistriani, 2019).

Sejalan dengan adanya tujuan pembangunan kepariwisataan tersebut, maka pemerintah berupaya dalam mengembangkan desa wisata untuk dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan masyarakat, mengurangi angka kemiskinan, mengatasi peningkatan pengangguran, melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya, serta memajukan kebudayaan (Kemenko Perekonomian, 2021).

Pengembangan desa wisata merupakan salah satu bentuk percepatan pembangunan desa secara terpadu untuk mendorong transformasi sosial budaya dan ekonomi desa. Oleh karena itu, setiap daerah dan desa perlu mencermati potensi yang dimilikinya untuk diangkat dan dikembangkan agar memberikan nilai tambah, manfaat serta menghasilkan produktivitas yang tinggi untuk kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat desa (Susila, I Made Gede Darma, 2022).

Kebijakan tentang pembangunan desa tertuang dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.6 Tahun 2014 tentang Desa bahwa tujuan pembangunan perdesaan adalah untuk meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat desa, dengan cara mendorong pembangunan desa-desa mandiri dan berkelanjutan yang memiliki ketahanan sosial, ekonomi, dan lingkungan, mengurangi kesenjangan antar desa (Bender, 2016). Maka untuk mengimplementasikan pembangunan perdesaan yang harmoni dan berhasil diperlukan pemberdayaan masyarakat desa dengan mengikutsertakan dan melibatkan mereka mulai dari perencanaan sampai pada hasil akhir pembangunan tersebut (Pradani, 2020).

Kemampuan Desa memanfaatkan potensi asli, kearifan lokal, sumber daya alam, dan kesiapan sumber daya manusia pengelolanya merupakan faktor penting untuk berhasilnya pembangunan desa yang baru menjadi desa wisata rintisan (Tutik, 2022). Seperti halnya Desa Linggamekar, Kecamatan Cilimus, Kabupaten Kuningan. Secara keseluruhan, Desa tersebut memiliki potensi yang menarik untuk dijual dan dipasarkan berbagai olahan hasil pertanian seperti ubi jalar dan singkon/ketela pohon baik yang digoreng maupun dijadikan keripik, cheesestick dan juga telo-telo dengan berbagai rasa belum dikemas/dipackaging menjadi kuliner yang menarik untuk dikonsumsi oleh pengunjung/wisatawan. Produk UMKM ini akan menjadi suatu bagian produk wisata yang memiliki nilai tambah jika kemasannya mudah dibawa, sudah ada branding, informasi netto, warna dan logo yang menarik begitu juga proses olahan cara membuat produk kuliner dimaksud akan menjadi suatu daya tarik wisata di Desa Lingga Mekar.

Berbagai permasalahan yang ada di Desa Linggamekar atas kondisi produk UMKM sebagaimana tersebut di atas diantaranya adalah: pengetahuan dan keterampilan sumber daya manusia yang masih sangat terbatas, usaha produk UMKM tersebut masih dilakukan oleh pelaku yang berusia lanjut belum mendapatkan sentuhan inovasi anak muda dan trend masa kini, produk UMKM masih dianggap menjadi bagian kecil dari potensi wisata disamping alam dan budaya dan masih kurangnya program pelatihan dan pendampingan untuk mengembangkan produk UMKM tersebut. Oleh sebab itu tim pengabdian melakukan pengabdian yang rencananya akan dilakukan bertahap dengan maksud untuk mendorong produk UMKM ini untuk menjadi produk unggulan Desa Linggamekar yang memiliki nilai jual sehingga berdampak pada perekonomian dan membuka lapangan usaha.

Salah satu bentuk potensi masyarakat di desa dapat diwujudkan melalui pelibatan pelaku usaha kecil menengah (UMKM) yang mengolah bahan dasar di lingkungannya dan sesuai dengan kemampuan dan keterampilan masyarakat di desa sehingga menjadi suatu tatanan pola hidup dan kebiasaan masyarakat dengan tujuan untuk mencari penghasilan dan bahkan menjadi mata pencaharian sehari-hari (Denik, Yustina, 2021).

Langkah awal yang dilakukan oleh Desa Linggamekar adalah diawali dengan menatakelola dan mengidentifikasi produk-produk usaha kecil dan menengah. Tata kelola yang dimaksud adalah bahwa hingga sampai saat ini masih dalam proses pembentukan kelembagaan yang bernama Kelompok Penggerak Pariwisata (Kompepar) (Suherman et al., 2018). Pembentukan Kompepar dilakukan dengan tujuan sebagai upaya percepatan dalam mewujudkan membantu masyarakat desa untuk mengembangkan usahanya menjadi usaha yang memiliki nilai tambah

(produk ekonomi kreatif) (Suparyanto dan Rosad, 2022), seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Sosialisasi produk ekonomi kreatif

Adapun dalam hal pengembangan usaha kecil menengah yang sudah teridentifikasi secara umum dan masuk kedalam 17 (tujuh belas) sub sektor ekonomi kreatif di Desa Linggamekar yaitu: kriya (kerajinan), kuliner, fotografer, seni pertunjukan dan periklanan. Oleh sebab itu agar produk ekonomi kreatif dapat berkembang lebih cepat maka ada beberapa fasilitas yang perlu didorong oleh semua pemangku kepentingan untuk memberikan peluang dan dukungan agar unsur rantai nilai ekonomi kreatif yaitu kreatifitas, produksi, distribusi, konservasi dapat dilakuka oleh pelaku usaha kecil menengah sehingga menjadi pelaku ekonomi kreatif yang memiliki nilai tambah (Murdani, Sus Widayani, 2019).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pendampingan yang terkait dengan peningkatan kapasitas usaha kecil dan menengah masyarakat Desa Linggamekar sebagai desa wisata berbasis kreatif (Devi Deswimar, 2014). dengan demikian maka tim akan melakukan penyusunan rencana dan langkah-langkah menuju mata rantai nilai ekonomi kreatif bagi UMKM yang masuk kedalam 17 sub sektor ekonomi kreatif. Hal ini bertujuan untuk melakukan Pemberdayaan masyarakat pelaku UMKM agar dapat berperan dalam mengembangkan Desa Linggamekar menjadi desa kreatif.

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini melibatkan beberapa pihak diantaranya adalah Pemerintah Desa, Badan Usaha Milik Desa (BUMDES), Remaja karang Taruna, Ibu-ibu PKK dan Pelaku UMKM. Adapun Metode pelaksanaan kegiatan terbagi menjadi 3 tahap yaitu:

1. Pra Kegiatan

Pada tahap pra kegiatan dilakukan langkah-langkah kegiatannya meliputi: pemetaan dan identifikasi jenis usaha kecil menengah yang dapat dikategorikan ke dalam 17 sub sektor ekonomi kreatif.

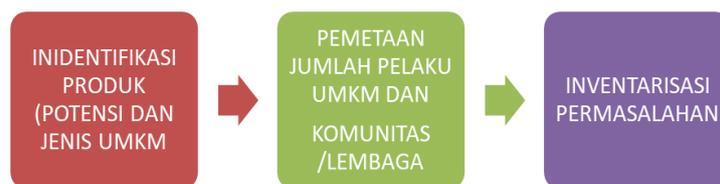
2. Pelaksanaan Kegiatan

Untuk tahap pelaksanaan kegiatan langkah-langkah yang dilakukan

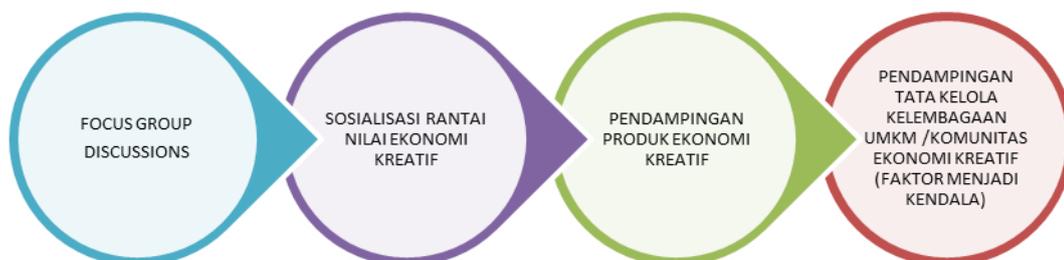
meliputi: Focus Group Discussions, Sosialisasi, pendampingan standar dan kreatifitas usaha produk kreatif yang memiliki nilai tambah dan Badan Usaha Milik Desa, serta konsep tata kelola sinergitas kelembagaan.

3. Evaluasi Kegiatan

Tahap ini bertujuan untuk mengevaluasi kegiatan apa yang sudah terlaksana dari hasil identifikasi masalah hingga pembentukan komunitas ekonomi kreatif dari pelaku UMKM. Evaluasi dilakukan dengan melakukan pemantauan kembali kepada pelaku UMKM olahan Ubi dan Singkong langsung sepanjang 1 dan 2 bulan terhitung dari waktu pengabdian dan melakukan komunikasi dengan Ketua Kelompok UMKM yang dibentuk melalui musyawarah didampingi oleh tim pengabdian untuk mempermudah dalam tata kelola kelembagaan serta menyediakan formulir isian untuk mengetahui jumlah produk dan omzet penjualan. Berikut disajikan Bagan Tahapan pelaksanaan adalah seperti terlihat pada Gambar 2 dan Gambar 3.



Gambar 2. Pra Kegiatan



Gambar 3. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan pengabdian diawali dengan melakukan Focus Group Discussion untuk menyamakan persepsi yang sama apa yang dimaksud dengan produk UMKM yang memiliki nilai tambah serta maksud dan tujuannya mengapa produk UMKM tersebut perlu dipackaging/dikemas menarik dan unik. Kemudian dilakukan sosialisasi secara tentang rantai nilai ekonomi kreatif yang dimulai dengan adanya produk UMKM khas daerah dan menjadi kemasan dalam produk wisata Desa Lingga Mekar serta akhirnya berdampak pada perekonomian masyarakat, Tahap selanjutnya adalah melakukan pendampingan produk UMKM agar diinovasi menjadi produk ekonomi kreatif yang memiliki nilai tambah sehingga pada

akhirnya Tim mendampingi untuk membentuk kelembagaan (Kelompok Ekonomi Kreatif) sebagai wadah bagi pelaku UMKM Ubi, Singkong dan UMKM lainnya dalam memetakan permasalahan, menyusun program, berdiskusi dengan tata kelembagaan yang mendukung pengembangan wisata di Desa Linggamekar.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pra-Kegiatan Identifikasi

Untuk mengawali pengabdian ini, tim telah melakukan kunjungan pra kegiatan untuk bertemu dan bersilaturahmi dengan pihak perangkat desa beserta jajarannya. Kunjungan dan pertemuan dimaksud dihadiri oleh seluruh perangkat desa dan tokoh masyarakat, dan juga para pelaku UMKM di Desa Linggamekar. Dalam pertemuan dimaksud Tim memperkenalkan diri dan mengidentifikasi dan menginventaris permasalahan yang terkait dengan jenis-jenis usaha kecil menengah, keseluruhan potensi daerah, dan program desa yang mendukung untuk mengembangkan desa kreatif. Hasil inventarisasi dan identifikasi permasalahan ini selanjutnya dijadikan sebagai bahan penulisan dan pendampingan, seperti terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Pelaku UMKM di Desa Linggamekar

2. Pemetaan Jumlah Usaha Kecil Menengah dan Inventarisasi Masalah

Untuk mengetahui jumlah jenis usaha kecil menengah serta gambaran produk usaha yang ada, Tim Pengabdian telah melakukan pemetaan jenis usaha yang ada. Bahwa jenis usaha yang ada pada masyarakat dapat dikategorikan dengan sub sektor ekonomi kreatif yaitu: Kriya, Kuliner (olahan ubi jalar) dan lain-lain, seni pertunjukan, fotografer, dan periklanan. Sementara permasalahan yang ada terfokus pada:

a. Kreativitas

Bahwa pada masalah kreativitas ini, UMKM masih kurang, terutama kreaktivitas yang berkaitan dengan: *packaging* yang kurang elegan, branding yang belum memiliki efect wow, belum adanya konsistensi pada rasa, dan hak intelektual.

b. Pemasaran

Cara pemasaran produk selama ini masih dilakukan secara manual dan konvensional, dalam arti belum menggunakan aplikasi digital

online untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas, seperti terlihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Pemetaan UMKM dan Inventarisasi Masalah

3. Pelaksanaan Kegiatan

a. Sosialisasi dan Focus Group Discussion Ekonomi Kreatif

Pada tahapan kegiatan ini tim dibantu perangkat desa mengumpulkan masyarakat, perangkat desa, seluruh lembaga masyarakat dan pelaku usaha kecil menengah untuk mendapatkan kesepahaman yang sama tentang ekonomi kreatif, manfaat dan bagaimana langkah-langkah dan strategi pengembangan usaha kecil menengah menjadi usaha produk ekonomi kreatif yang dapat memiliki nilai tambah, memperluas lapangan usaha dan melindungi hak cipta hasil karyanya, dapat memasarkan usahanya menggunakan digital serta membangun jejaring dengan pelaku usaha kecil menengah lainnya sebagai suatu jaringan dan menjadi suatu komunitas/wadah yang lebih menguntungkan dan bermanfaat (Listyorini et al., 2022), seperti terlihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Sosialisasi dan *Focus Group Discussion*

b. Pendampingan Tata Kelola Kelembagaan/Komunitas Ekonomi Kreatif

Pada tahapan ini tim pengabdian melakukan sosialisasi tentang pentingnya peran dan fungsi kelembagaan dan pembentukan komunitas sesuai dengan sub sektornya masing-masing dengan mengelompokkan usaha kecil dan menengah yang sejenis dan membentuk susunan organisasi sebagai wadah dalam menemukan permasalahan masing-masing serta menyusun

program pengembangan usaha baik produk, sumber daya manusia maupun pemasaran sesuai usahanya masing-masing (Guritno et al., 2022). Lembaga/komunitas ekonomi kreatif ini diharapkan nantinya dapat berjejaring dan bekerjasama dengan komunitas sub sektor lainnya untuk saling menguntungkan dan mendapatkan manfaat bersama yang lebih, salah satunya melalui penyelenggaraan event bersama dengan menampilkan seluruh aspek ekonomi kreatif yang ada, seperti terlihat pada Gambar 7.

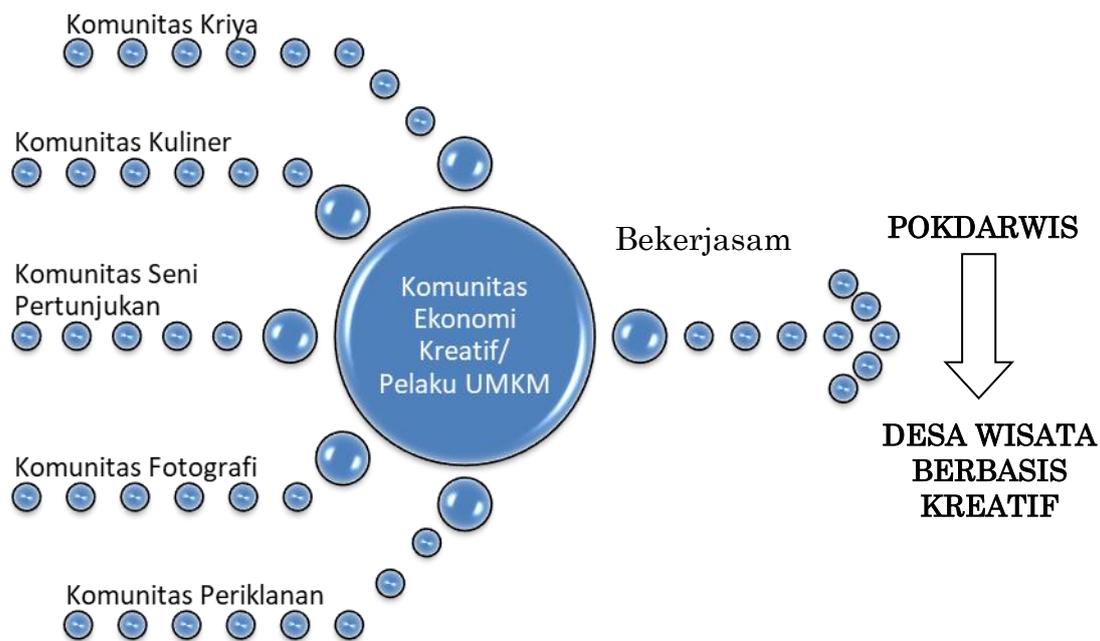


Gambar 7. Pendampingan tata kelola kelembagaan/komunitas ekraf

4. Monitoring dan Evaluasi Kegiatan

Berdasarkan pada kegiatan-kegiatan sebagaimana yang telah dilakukan di Desa Lingamekar, Kecamatan Cilimus, Kabupaten Kuningan, telah didapatkan hasil pengabdian berupa terbentuknya kelompok UMKM menjadi Komunitas Ekonomi Kreatif. Komunitas ini terdiri dari berbagai sub sektor yang selanjutnya dapat bekerjasama dengan Kelompok Sadar Wisata dalam pengembangan Desa Lingamekar, Kecamatan Cilimus Kabupaten Kuningan menjadi Desa Wisata Berbasis Ekonomi Kreatif. Dengan terbentuknya komunitas ini maka selanjutnya dapat menjadi wadah bagi masyarakat yang memiliki produk untuk ikut serta, sehingga akan jauh lebih mudah untuk dikoordinir.

Hasil evaluasi sementara yang dapat disampaikan adalah bahwa satu kelompok UMKM olahan ubi jalar dan ketela pohon/singkong berjumlah 10 (sepuluh) pelaku UMKM sudah memulai menginovasi dengan kemasan baru dan menambahkan logo merubah warna dan manambah varian rasa, Dan hal ini diikuti oleh beberapa pelaku UMKM lain yang juga masuk kedalam ekonomi kreti 1 orag dari pelaku Kriya. 1 (satu) orang pelaku media kreatif dan pelaku makanan lainnya. Sehgigga harapan langkah berikutnya untuk menjadi satu bagian dari proeuk wisata di Desa Lingamekar berpotensi untuk menuju komunitas ekonomi kreatif, adapun komunitas yang ada didalamnya adalah Komunitas Kriya; Komunitas Kuliner; Komunitas Seni Pertunjukan; Komunitas Fotografi; dan Komunitas Periklanan. Sehubungan dengan hal tersebut, maka tata kelola yang diusulkan, sebagaimana terlihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Pelaku UMKM Dalam Tata Kelola Pariwisata dan Ekraf

5. Kendala yang dihadapi

Berdasarkan hasil pelaksanaan pengabdian ini terdapat beberapa kendala yang tidak berarti, artinya kendala tersebut dapat terselesaikan tanpa mengganggu aktifitas dan kegiatan lainnya. Adapun kendala yang dihadapi selama di lapangan adalah mengenai waktu untuk berkumpul melakukan *Focus Group Discussion*. Hal ini dikarenakan anggota atau pelaku yang terlibat memiliki kesibukan tersendiri di rumah, sehingga Tim Pengabdian harus menyesuaikan waktu yang ada. Meskipun demikian, kegiatan pengabdian ini tetap dapat berjalan dengan efektif dan efisien tanpa terganggu hal-hal yang tidak diinginkan.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Keberhasilan kegiatan ini adalah selain apa yang sudah disebutkan di atas adalah adanya indikator bahwa pengunjung/wisatawan yang datang ke Desa Linggamekar mulai mengkonsumsi keripik ubi dan singkong serta makananolahan ubi lainnya untuk dibawa pulang dan membeikan motivasi kepada pelaku UMKM yang ada di Desa Linggamekar mulai menginovasi kemasan dan ras produknya menjadi lebih baik dan menari, mudah dibawa dan sdh ada logo yang menjadi identitas pembuatnya namun pemasaran dan pemelajarannya melalui proses dan menggunakan tata kelola kelembagaan/kelompok.

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian yang telah selesai dilaksanakan di Desa Linggamekar Kecamatan Cilimus, Kabupaten Kuningan, telah dibentuk kelompok UMKM sesuai dengan peminatan dan kemampuan masyarakat dan berpotensi untuk menuju ekonomi kreatif, sehingga potensi tersebut dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pendapatan

masyarakat.

Untuk meningkatkan potensi yang ditemukan, maka perlu adanya Gerakan langsung dari penanggungjawab untuk merawat dan meninjau ulang peran masyarakat yang terlibat dalam komunitas Ekonomi Kreatif sehingga produk-produk yang telah diinventarisir dapat berjalan sebagai mana mestinya. Dengan adanya upaya keberlanjutan tersebut, dapat diharapkan menjadi sumber meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Barat dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat (P3M) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia yang telah memberikan ruang dan fasilitas dalam pelaksanaan PKM sehingga dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

DAFTAR RUJUKAN

- Bender, D. (2016). DESA - Optimization of variable structure Modelica models using custom annotations. *Undang-Undang (UU) Tentang Desa, 18 April* 2(1), 45–54. <https://doi.org/10.1145/2904081.2904088>
- Denik, Yustina, A. T. dan T. (2021). *Empowerment Of Local Plants As Beauty Products To Increase Msme Income*. 12(1), 278–282.
- Devi Deswimar, A. (2014). Peran Program Pemberdayaan Masyarakat Desa Dalam Pembangunan Pedesaan. *Jurnal EL-RIYASAH*, 5(1), 41. <https://doi.org/10.24014/jel.v5i1.657>
- Guritno, B., Listyorini, H., & Yuliamir, H. (2022). *Peningkatan Kinerja Pengembangan Produk Berkelanjutan Berbasis Budaya Organisasi Lingkungan Dan Kapasitas Daya Serap Keberlanjutan*. 10(2), 1039–1050.
- Kemenko Perekonomian, R. (2021). *Pembangunan Kepariwisata Melalui Pengembangan Desa Wisata Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi*. *Www.Ekon.Go.Id*.
- Listyorini, H., Aryaningtyas, A. T., Wuntu, G., & Aprilliyani, R. (2022). Merintis desa wisata, menguatkan kerjasama badan usaha milik desa dan kelompok sadar wisata. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 67–74. <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v5i1.1076>
- Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). *Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif/ Kepala Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2020 Tentang Rencana Strategis Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Tahun 2020-2024*. 1–125. www.jdih.kememparekraf.go.id
- Mistriani, N. (2019). Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Alam Puri Mataram Sebagai Daerah Tujuan Wisata di Kabupaten Sleman Yogyakarta. *Jurnal Gema Wisata*, 15(1), 327–339.
- Murdani, Sus Widayani, H. (2019). Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi di Kelurahan Kandri Kecamatan Gunungpati Kota Semarang). *Jurnal Abdimas*, 23(2), 152–157.
- Pradani, R. F. E. (2020). Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Berbasis Potensi Lokal Sebagai Penggerak Ekonomi Desa. *JSEK: Jurnal Ekonomi Dan Studi Kebijakan*, 01(01), 14–23. <http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id/index.php/jesk/article/view/3429>

- Rahma, A. A. (2020). Potensi Sumber Daya Alam dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata Di Indonesia. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(1), 1. <https://doi.org/10.22146/jnp.52178>
- Suherman, B., Latif, M., Teresia, S., Dewi, R., Studi, P., Fakultas, F., Universitas, F., Timur, I., Farmasi, J., Kemenkes, P., Teresia, S., Dewi, R., Vannemei, K. U., & Cakram, D. (2018). *View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk*. XIV(1), 116–127.
- Suparyanto dan Rosad. (2022). Pengembangan Partisipasi Masyarakat Dalam Penyusunan Master Plandesa Wisatajatisura. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 1(12), 2407–2414.
- Susila, I Made Gede Darma, I. M. S. W. D. M. P. D. (2022). Strategi Pengembangan Desa Wisata Aan Kecamatan Banjarangkan Klungkung. *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies (JoTIS)*, 2(2), 90–100. <https://doi.org/10.33366/opt.v2i1.899>
- Tutik, Nina Mistriani, S. (2022). *Creative Economy Event Model in Improving the Economy in the Village*. 5, 30173–30181.
- Tutik. (2022). *Promosi Event Budaya Lokal Berbasis Pemasaran Digital*. 5, 973–980.