

MEMBANGUN EKOSISTEM EKONOMI KREATIF MELALUI KELEMBAGAAN, ASPEK LEGAL DAN PEMASARAN MENUJU RINTISAN DESA KREATIF

Haniek Listyorini^{1*}, Idah Kusuma Dewi², Yuniarto Rahmat Satato³

¹S1 Pariwisata, STIEPARI Semarang, Indonesia

^{2,3}S1 Manajemen, STIEPARI Semarang, Indonesia

hanilistyorini@yahoo.com¹, idahkusumadewi71@gmail.com², must.satatoe@gmail.com³

ABSTRAK

Abstrak: Desa-desanya yang telah mengembangkan daya tarik wisata didorong oleh pemerintah untuk membentuk ekosistem ekonomi kreatif sesuai potensi lokal. Namun pemerintah desa dan pelaku UMKM belum memahami sehingga perlu pendampingan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membentuk ekosistem ekonomi kreatif di Desa Bojong dalam rangka merintis Desa Kreatif Inisiatif. Metode pengabdian yang dilakukan meliputi sosialisasi, FGD, survey, pelatihan dan praktek. Mitra kegiatan adalah pemerintah desa dan 51 pelaku UMKM lokal. Kegiatan ini berhasil membangun ekosistem ekonomi kreatif melalui peningkatan pengetahuan ekonomi kreatif dari 20% menjadi 80%, terbentuknya kelembagaan desa kreatif, pendataan identitas dan sub sektor ekonomi kreatif UMKM lokal, pelatihan aspek legal dan upaya promosi dan penjualan. Tujuh upaya promosi dan penjualan telah dilakukan yaitu penjualan paket wisata ekraf, bazar, gerai UMKM, *familiarization trip*, penjualan produk ke hotel serta inovasi produk. Dari kegiatan ini masyarakat memperoleh *softskill* yaitu pengetahuan ekonomi kreatif, ketrampilan pelayanan, kolaborasi, kemampuan promosi dan penjualan, juga memperoleh *hardskill* dalam bentuk kemampuan inovasi produk dan literasi digital.

Kata Kunci: Ekosistem Ekonomi Kreatif; Desa Kreatif; Komunitas Ekonomi Kreatif.

Abstract: Villages that have developed tourist attractions are encouraged by the government to form a creative economy ecosystem. This community service aims to form a creative economy ecosystem in Bojong Village as a Creative Village. The service methods carried out include socialization, FGD, surveys, training and practice. This community service is in partnership with the village government and 51 local SME. This program successfully developed a creative economy ecosystem through increasing creative economy knowledge from 20% to 80%, forming creative community as the institution for creative village, collecting data on community subsector products, training on legal aspects and increasing promotion and sales. Seven promotional and sales efforts have been carried out, namely selling tour packages, bazaars, MSME outlets, familiarization trips, selling product to hotels and product innovation. From these activities the community gained a number of soft-skills such as knowledge skill, service skill, collaboration skill, promoting and selling skill, also gained hard-skill in product innovation and digital literacy.

Keywords: Creative Economy Ecosystem; Creative Village; Creative Economy Community.



Article History:

Received: 09-04-2023

Revised : 26-04-2023

Accepted: 03-05-2023

Online : 01-06-2023



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

A. LATAR BELAKANG

Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif melakukan Gerakan untuk mendorong terbentuknya ekosistem ekonomi kreatif (ekraf) di berbagai kota dan kabupaten, melalui program Kabupaten/Kota (Kata) Kreatif 2023. Ekosistem ekraf diharapkan tumbuh di daerah yang telah memiliki daya tarik wisata, sehingga memotivasi masyarakat dan pemerintah untuk terus menggali potensi dari 17 subsektor ekraf yang ada di daerah masing-masing. Tujuannya untuk memperkuat potensi pariwisata dan membuka peluang usaha di daerahnya. Target peluang usaha dapat menumbuhkan 4,4 juta lapangan kerja di Indonesia pada tahun 2024 (Hendriyani, 2023).

Kerjasama STIEPARI Semarang dengan Pemerintah Daerah Kabupaten Kuningan focus mendampingi desa-desa wisata rintisan. Hasil identifikasi pada salah satu desa wisata rintisan yaitu Desa Bojong. Kramatmulya menemukan permasalahan rendahnya potensi keindahan daya tarik wisata alam dan daya tarik wisata budaya. Namun, tim berhasil menemukan potensi sesungguhnya terletak pada produk-produk UMKM, dengan permasalahan sebagai berikut:

1. Pemerintah desa dan pelaku UMKM belum memahami konsep desa kreatif dan subsektor kreatif.
2. Sudah terdapat banyak pelaku UMKM di beberapa bidang ekraf namun belum memiliki wadah komunitas untuk dapat bersinergi sebagai desa kreatif
3. Pelaku UMKM belum pernah mendapatkan pengetahuan dan pelatihan bagi pengembangan menuju desa ekonomi kreatif
4. Sebagian besar produk UMKM masih sederhana sehingga belum memiliki aspek legalitas seperti PIRT, NIB, Labelisasi Halal dan informasi produk.
5. UMKM lemah dalam promosi dan penjualan diluar desa Bojong.

Hasil koordinasi dan konsultasi dengan pemerintah kabupaten, kemudian tim mengusulkan agar Desa Bojong dirintis menjadi desa kreatif pertama di Kuningan, sehingga perlu didorong untuk membangun ekosistem ekonomi kreatif. Hasil penelitian dan pengabdian sebelumnya menjelaskan berbagai manfaat pengembangan ekonomi kreatif di suatu daerah yaitu mendukung pengembangan desa wisata, menciptakan kesempatan usaha, penciptaan lapangan kerja, pendapatan masyarakat Diana et al. (2017); Vuspitasari et al. (2021), mencipta nilai tambah dan keberlanjutan desa wisata Swesti et al. (2020), mendukung rintisan desa wisata Herryprilosadoso (2020), memberdayakan pemuda dalam sosial, budaya dan ekonomi, serta pengelolaan sumberdaya berbasis komunitas (Astuti, 2019; Vuspitasari et al., 2021).

Lebih lanjut pengembangan ekonomi kreatif juga menumbuhkan dan menularkan ide-ide kreatif, tumbuhnya subsektor ekonomi kreatif, peningkatan kualitas SDM Mangani & Panjaitan (2019), sebagai motor

akselerasi desa mandiri (Sjakoer & Machfudz, 2019). Sementara menurut Sadat (2021) bermanfaat untuk menumbuhkan kreatifitas pemanfaatan sumberdaya lokal, meningkatkan pengetahuan, keterampilan masyarakat, apresiasi dan konsumsi wisatawan terhadap produk lokal, serta peluang hilirisasi (Sudana & Naini, 2021).

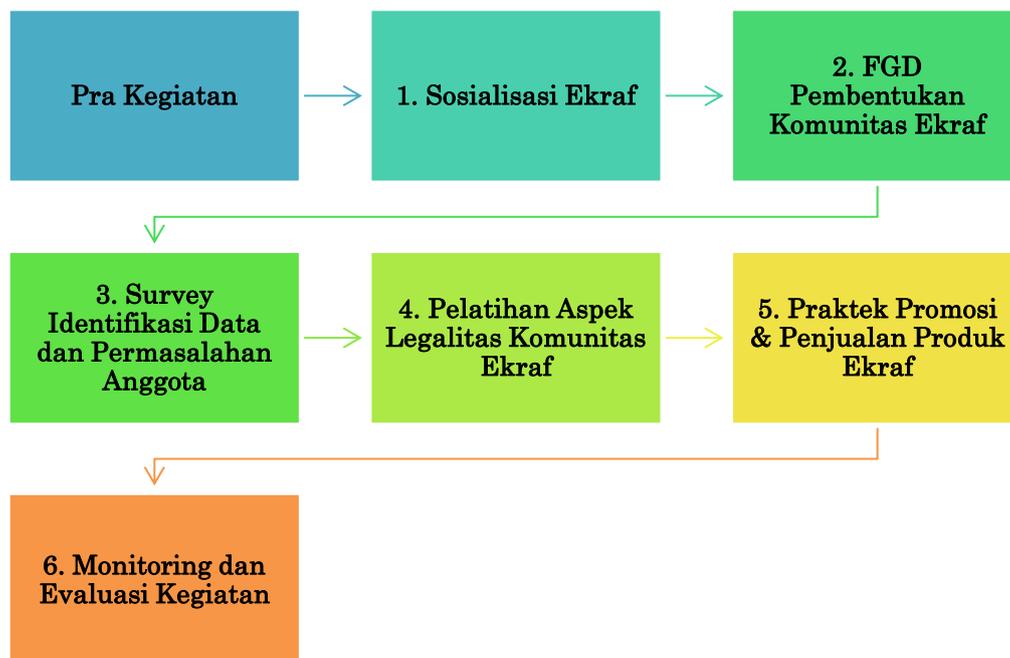
Pembentukan ekosistem ekonomi kreatif membutuhkan dukungan baik pemerintah, masyarakat dan pelaku UMKM (Sahabuddin et al., 2021; Herryprilosadoso, 2020). Desa kreatif juga membutuhkan literasi digital dan sistem informasi (Astuti, 2019), penyuluhan, pendampingan dan pelatihan (Djuwendah et al., 2019). UMKM juga membutuhkan labelisasi halal, keterbukaan informasi Sjakoer & Machfudz (2019), serta kemasan Sudana & Naini (2021), perlu rumah/gerai kreatif Sadat (2021), bantuan modal, peningkatan daya saing Leonandri & Rismadi (2018); Netrawati et al. (2019), pendampingan promosi dan penjualan (Vuspitasari et al., 2021).

Ekonomi kreatif merupakan konsep yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi yang utama (Purnomo, 2016). Adapun 17 subsektornya meliputi aplikasi dan *game developer*, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fashion, film, animasi & video, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, serta televisi dan radio.

Untuk menyelesaikan permasalahan desa Bojong maka perlu dibangun ekosistem ekonomi kreatif. Sehingga tujuan kegiatan pengabdian adalah membangun pembentukan ekosistem ekonomi kreatif melalui beberapa tahapan. Pertama, peningkatan pengetahuan masyarakat dan pelaku UMKM tentang konsep desa kreatif dan subsektor kreatif. Kedua, terbentuknya kelembagaan komunitas UMKM yang akan menjadi penggerak dan pengelola desa kreatif. Ketiga, pendataan pelaku UMKM, jenis subsektor kreatif serta permasalahannya. Keempat, pengurusan aspek legalitas produk. Kelima, peningkatan promosi dan penjualan produk ekraf. Keenam, evaluasi pencapaian kegiatan dan penyiapan tahapan kegiatan berikutnya.

B. METODE PELAKSANAAN

Metode pengabdian meliputi: sosialisasi desa kreatif, Focus Group Discossion (FGD) pembentukan kelembagaan komunitas ekraf, survey UMKM, pelatihan serta praktek promosi dan penjualan. Mitra kegiatan ini berasal dari unsur pemerintah desa 3 orang, dan pelaku UMKM ekraf Desa Bojong 51 orang. Kegiatan berlokasi di Desa Bojong, Kecamatan Kramatmulya, Kabupaten Kuningan. Berikut tahap-tahap pelaksanaan kegiatan seperti terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Kegiatan

Langkah-langkah pelaksanaannya diawali dengan Pra-kegiatan dan dilanjutkan dengan 6 kegiatan. Pada saat pra-kegiatan tim melakukan audiensi dengan pihak pemerintah Desa Bojong untuk mendengarkan keinginan masyarakat membentuk desa wisata, dilanjutkan dengan berkeliling melihat potensi desa. Setelah menemukan potensi dan permasalahan awal, maka dilakukan 6 kegiatan sebagai berikut:

1. **Sosialisasi Program dan Ekonomi Kreatif**
 Sosialisasi ditujukan pada pemerintah desa, tokoh masyarakat, pengurus BUMDES, masyarakat pelaku UMKM, kelompok PKK dan Karangtaruna. Tujuan dari sosialisasi untuk menyampaikan beberapa kegiatan pengabdian, memperkenalkan konsep desa kreatif dan 17 subsektor ekonomi kreatif. Untuk mengetahui tingkat pengetahuan awal dan akhir dari mitra, maka dilakukan pre-test dan post-test tingkat pemahaman atas konsep desa kreatif dan subsektor kreatif.
2. **Focus Group Discussion pembentukan Komunitas UMKM**
 Selanjutnya dilakukan FGD untuk menyusun kelembagaan desa kreatif dengan mengundang perwakilan kelompok masyarakat, pemdes, BUMDes, pelaku UMKM, pengurus PKK dan Karangtaruna, FGD dengan pemangku kepentingan lokal diperlukan untuk menemukan sendiri permasalahan dan jalan keluarnya (Listyorini et al., 2022).
3. **Survey**
 Pengurus Komunitas Ekonomi Kreatif yang telah terbentuk kemudian melakukan survey ke berbagai dusun pendataan pelaku UMKM, tentang identitas pelaku UMKM, jenis produk dan permasalahan yang dialami untuk menjadi produk ekonomi kreatif.

4. Pelatihan pengurusan Aspek Legal Pelaku UMKM

Komunitas ekraf dan berbagai dinas terkait melakukan pelatihan dan pengurusan aspek legalitas produk seperti NIB, PIRT, label Halal, pembuatan kemasan, serta identitas kemasan.

5. Praktik Promosi dan Penjualan

Untuk memotivasi komunitas ekraf maka anggota komunitas didorong aktif mempromosikan dan melakukan penjualan di luar desa antara lain melalui Bazar. Sebuah event dapat dipergunakan untuk mempopulerkan dan mempromosikan, meningkatkan penjualan produk desa (Listyorini et al., 2021).

6. Monitoring dan Evaluasi

Pada tahap awal dilakukan *pre-test* dan *post-test* atas pemahaman konsep ekonomi kreatif. Selanjutnya monitoring dan evaluasi dilakukan secara observasi langsung, rapat online dan pelaporan kemajuan kegiatan dari komunitas ekraf melalui WA Group.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kegiatan Sosialisai Desa Kreatif

Sosialisasi yang dilakukan di Aula Balai Desa Bojong, dihadiri oleh 54 orang dari unsur tokoh masyarakat, pemerintah desa, BUMDES, PKK, Karangtaruna, dan pelaku UMKM. Kehadiran dan dukungan Tokoh Masyarakat, Pemdes dan Bumdes sangat dibutuhkan untuk mendukung pembentukan desa kreatif (Muslimin et al., 2021). Materi yang disampaikan mengenai konsep desa kreatif dan 17 subsektor ekonomi kreatif, seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Sosialisasi Desa Kreatif

Pada tahap ini dilakukan *pre-test* pemahaman peserta terhadap ekonomi kreatif, sub sektor kreatif, syarat produk ekonomi kreatif, dan penjualan produk ekonomi kreatif. Hasil *pre-test* hanya 30% yang memahami ekonomi kreatif dan 20% memahami subsektor kreatif. Setelah acara sosialisasi dilakukan *post-test* dengan hasil 80 % sudah memahami konsep ekonomi kreatif dan 85% memahami jenis-jenis subsektor kreatif.

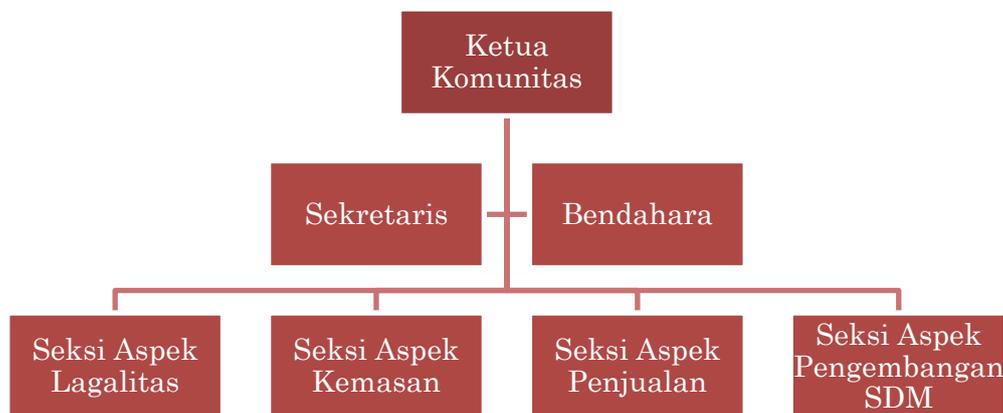
2. FGD Pembentukan Komunitas UMKM dan Kelembagaan Desa Kreatif

Setelah sosialisasi dilanjutkan dengan FGD pembentukan kelembagaan desa kreatif. Sesuai ketentuan Kemenparekraf beberapa opsi bentuk kelembagaan desa kreatif, seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Opsi Kelembagaan Desa Kreatif

Tipologi Desa Kreatif	Opsi Kelembagaan
Desa Kreatif-Inisiatif	1. Komunitas 2. Perorangan /Local Champion 3. Kelompok informal

Dari tabel di atas terlihat salah satu opsi kelembagaan dalam rintisan desa kreatif adalah membentuk komunitas. Oleh karena itu dalam kegiatan FGD disepakati pembentukan komunitas sebagai kelembagaan Desa Kreatif Bojong, dengan susunan pengurus, seperti terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Struktur Organisasi Pengurus Komunitas Ekraf

3. Survey UMKM

Pengurus Komunitas Ekraf selanjutnya melakukan pendataan terhadap calon-calon anggota Komunitas Ekraf Desa Bojong. Hasil pendataan, seperti terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Identifikasi Produk Ekraf Anggota Komunitas UMKM

Nama Subsektor Kreatif	Nama Produk	Jumlah anggota
Kuliner	Madu, Susu madu, Kue madu, Emping, Kripik ketela, Kripik Pisang, Ketempling, Bawang goreng, Sambal Kabeuki sambal, Kue bawang, Pisang, Kripik Beca, Aneka kue, Jamur crispy, Aneka makanan Catering	36 orang
Fashion	Batik Bojong, rias pengantin, jahit pakaian	7 orang
kriya	Pohon artificial	2 orang
video animasi	Youtuber	3 orang
seni musik	Hadroh, Genjring	2 grup
seni pertunjukan	Pencak Silat	1 grup

Dari tabel di atas pengurus Komunitas Ekraf Desa Bojong telah berhasil mengidentifikasi 51 pelaku UMKM dari 6 subsektor ekraf yaitu kuliner, fashion, kriya, video-animasi, seni musik dan seni pertunjukan. Sebagian besar masalah UMKM adalah berkaitan dengan aspek legal yaitu belum melakukan pengurusan NIB, PIRT, kemasan, informasi komposisi, label halal, produk kurang promosi dan penjualan.

4. Pelatihan dan Pendampingan Aspek Legalitas

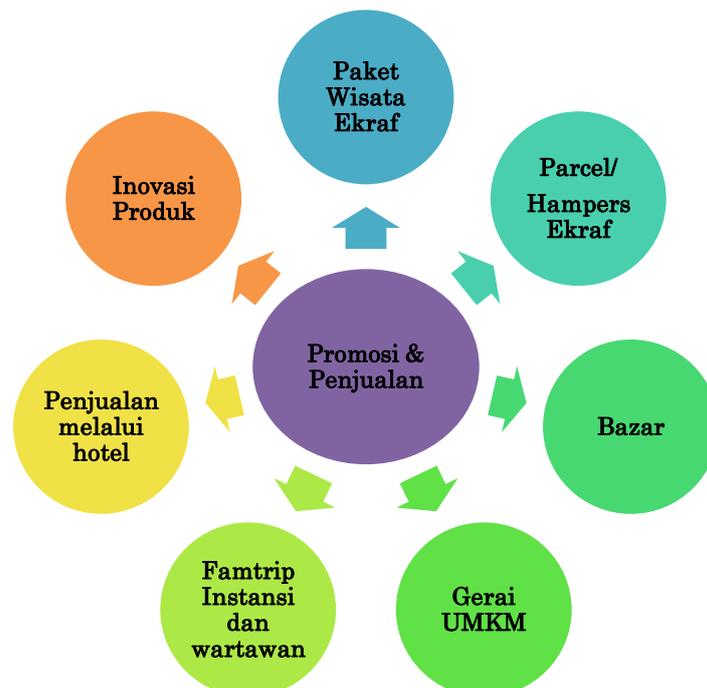
Anggota Komunitas Ekraf UMKM didata terkait aspek legalitas meliputi:

- a. P-IRT;
- b. NIB;
- c. Informasi komposisi bahan dalam kemasan;
- d. Informasi berat, ukuran, isi kemasan;
- e. Label Halal untuk makanan;
- f. Tanggal expired date.

Sebelum pelatihan hanya 20 % produk sudah lengkap aspek legal, setelah pelatihan dan pengurusan 80% anggota komunitas telah melengkapi aspek legal produk.

5. Kegiatan Praktek Promosi dan Penjualan

Untuk mempromosikan desa kreatif, komunitas kreatif, produk ekraf dan peningkatan penjualannya, maka dilakukan serangkaian kegiatan, seperti terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Kegiatan Promosi dan Penjualan

a. Pembuatan Paket Wisata Ekraf

Komunitas Ekraf Bojong telah berhasil menyusun dan menjual paket wisata ekraf. Beberapa kelompok pengunjung telah hadir sebagai wisatawan paket wisata ekraf yaitu rombongan dari Dharma Wanita Universitas Sriwijaya Palembang 39 orang, dan 55 mahasiswa Univeritas Prasetya Mulya acara Community Development Bersama Dinas Koperasi, UMKM, Perdagangan dan Perindustrian, seperti terlihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Penjualan Paket Wisata Ekraf

b. Parcel Produk Ekraf Desa Bojong

Dalam rangka hari libur dan hari-hari raya, Komunitas Ekraf Desa Bojong telah membuat parcel Lebaran dan berhasil menjual 30 paket yang dipesan oleh sejumlah instansi di lingkungan Kabupaten Kuningan dan 90 paket dipesan oleh pihak di luar kota.

c. Bazar

Komunitas Ekraf Desa Bojong telah mengikuti sejumlah Bazar di Kabupaten Kuningan. Nama acara Bazar yang telah diikuti antara lain Bazar Deklarasi ODF, Bazar UMKM Kuningan Menembus Batas di Taman Cirendang, Pameran RAMPES, Bazar Saung Rahayat di Taman Pendapa Paramarta Kuningan, Bazar Jelajah Desa Wisata di OSG Linggarjati, seperti terlihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Parcel dan Bazar Komunitas Ekraf

d. Gerai/Rumah UMKM Desa Bojong

Komunitas Ekraf berhasil mendirikan 1 gerai UMKM di Dusun Manis sebagai tempat memajang/display dan menjual produk ekraf secara permanen. Gerai ini buka setiap hari dan melayani wisatawan dan masyarakat umum yang membeli berbagai produk komunitas ekraf, seperti terlihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Gerai Ekraf Desa Bojong

e. *Familiarisation Trip* (Famtrip) Instansi dan Wartawan

Dalam rangka meningkatkan popularitas Desa Bojong Kreatif, Desa Bojong ditunjuk oleh Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga setempat sebagai lokasi kunjungan kerja Kementerian Pemuda dan Olahraga. *Famtrip* ini memberikan kesempatan pada komunitas ekraf memperkenalkan, memamerkan dan menjual seluruh produk pada peserta famtrip. Dalam kesempatan tersebut dihadirkan juga sejumlah wartawan untuk meliput acara kunjungan. Hasil dari kunjungan diliput oleh media *online* dan hasil liputan berupa berita-berita *online* untuk meningkatkan popularitas komunitas ekraf Desa Bojong. Liputan ekraf desa Bojong telah dimuat pada media online sebagai berikut: Berita Kuningan, Kabar Cirebon, Media Indonesia dan Kuningan Oke, seperti terlihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Famtrip Tamu Kementerian Pemuda dan Olahraga

f. Promosi dan penjualan ke Hotel-hotel

Telah dilakukan upaya promosi dan penjualan produk komunitas Ekraf kepada 7 GM hotel di Wilayah Cirebon yaitu Hotel Patra, Hotel Grage, Hotel Cordela, Hotel Vinotel, Hotel Metland, Hotel Aston dan Hotel Amaris.

g. Pengembangan Produk

Komunitas UMKM didorong untuk mengembangkan produk dengan memadukan bahan dari sesama anggota, agar terdapat inovasi produk baru. Hasil kegiatan memunculkan 4 produk baru sebagai berikut: (1) Susu Madu; (2) Emping Madu; (3) Sabun Madu; dan (4) Madu Kemasan Sachet.

6. Monitoring dan Evaluasi

Selama kegiatan telah dilakukan monitoring dan evaluasi baik secara observasi langsung, pre-test dan post-test, rapat-rapat melalui zoom dengan pengurus Komunitas dan Pemerintah desa, dan pelaporan kegiatan melalui WA grup. Hasil evaluasi secara keseluruhan 5 kegiatan telah berjalan dengan baik. Pemahaman komunitas atas konsep ekonomi kreatif meningkat dari 30% menjadi 80%, dan pemahaman tentang jenis-jenis produk ekraf meningkat dari 20% menjadi 85%. Sebelum pelatihan terdapat 20% anggota memiliki aspek legalitas produk, setelah pelatihan meningkat menjadi 80% anggota mengurus legalitas produk.

7. Kendala yang Dihadapi

- a. Belum seluruh anggota ekraf selesai mengurus aspek legal karena kendala literasi digital setiap anggota tidak setara. Solusi untuk permasalahan ini pengurus komunitas ekraf membentuk tim untuk menyelesaikan aspek legalitas anggota-anggotanya.
- b. Belum seluruh anggota komunitas ekraf memiliki semangat yang sama untuk mengikuti basar dan pembuatan parcel, karena keterbatasan waktu dan permodalan. Pengurus komunitas selalu mendorong anggota-anggotanya untuk kerjasama pendanaan bazar sehingga biaya dapat ditanggung bersama.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian telah berhasil membentuk ekosistem ekonomi kreatif berupa peningkatan pemahaman konsep ekraf dan subsector ekraf, terbentuknya kelembagaan desa kreatif, pendataan 51 anggota komunitas ekraf, 80% anggota komunitas telah membersikan aspek legalitas produk, dan terjadi peningkatan aktivitas promosi dan penjualan produk ekraf Bojong.

Dari kegiatan tersebut dirasakan peningkatan *softskill* komunitas ekraf dari 20% menjadi 80% meliputi pengetahuan ekonomi kreatif (*knowledge*), kemampuan pelayanan pada wisatawan (*service skill*), kemampuan

mempromosikan dan menjual di bazar (*promoting and selling skill*), kemampuan kerjasama (*collaboration skill*). Terdapat pencapaian *hardskill* yaitu kemampuan melakukan inovasi produk (*product innovation skill*) dan literasi digital pengurusan aspek legal (*digital skill*).

Kegiatan pengabdian ke depan disarankan untuk membawa produk UMKM ekraf “naik kelas” menuju tingkatan desa kreatif produktif dengan cara standardisasi kemasan, dan penjualan di luar daerah dengan cara mengadopsi *e-commerce* menjual produk di *marketplace*, sehingga semakin sesuai dengan kriteria ekosistem ekraf yang kreatif produktif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Pusat Pengabdian Pada Masyarakat (P3M) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia (STIEPARI) telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik. Terima kasih juga diucapkan pada Kepala Dinas Pariwisata Pemuda dan Olahraga Pemerintah serta pemerintah Desa Bojong atas dukungan kegiatan selama kegiatan berlangsung.

DAFTAR RUJUKAN

- Astuti, E. Z. L. (2019). Gerakan Literasi Digital: Studi Pemberdayaan Pemuda Melalui Program Sistem Informasi Potensi Kreatif Desa di Kulonprogo. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran Dan Dakwah Pembangunan*, 3(2), 331-352hal?. <https://doi.org/10.14421/jpm.2019.032-05>
- Diana, P., Suwena, K., & Wijaya, N. M. S. (2017). Peran dan Pengembangan Industri Kreatif Dalam Mendukung Pariwisata di Desa Mas dan Desa Peliatan, Ubud. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 17(2), 84–92.
- Djuwendah, E., Wulandari, E., & Rachmawati, E. (2019). Penyuluhan Industri Kreatif Dan Homestay Di Desa Wisata Pakualam Kecamatan Darmaraja Sumedang. *Dharmakarya*, 8(2), 87. <https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v8i2.20038>
- Hendriyani, I. G. A. (2023). Menparekraf Dorong Terbentuknya Ekosistem Ekraf di Padang Panjang Sumbar Lewat Kata Kreatif 2023. *Kemeparekraf.Go.Id, April 2023*. <https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekraf-dorong-terbentuknya-ekosistem-ekraf-di-padang-panjang-sumbar-lewat-kata-kreatif-2023>
- Herryprilosadoso, B. (2020). Pengembangan Potensi Masyarakat Melalui Industri Kreatif Sebagai Rintisan Desa Wisata di Desa Kundisari, Kedu, Temanggung. *Abdi Seni*, 10(1), 1–12. <https://doi.org/10.33153/abdiseni.v10i1.3031>
- Leonandri, D., & Rismadi, M. L. N. (2018). Sinergitas Desa Wisata Dan Industri Kreatif Dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat. *Ikhraith Ekonomika*, 1(2), 13–18.
- Listyorini, H., Aryaningtyas, A. T., Wuntu, G., & Aprilliyani, R. (2022). Merintis desa wisata, menguatkan kerjasama badan usaha milik desa dan kelompok sadar wisata. *Kacaneegara Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 5(1), 67–74. <https://doi.org/10.28989/kacaneegara.v5i1.1076>
- Listyorini, H., Supriyanto, S., Prayitno, P. H., Wuntu, G., & Gunawan, M. M. (2021). Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata terus mendorong potensi wisata maju terlebih dulu supaya industri lokal desa semakin berkembang. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(2), 491–504. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/4083>

- Mangani, K. S., & Panjaitan, H. (2019). Pemberian Motivasi Tentang Ekonomi Kreatif Kepada Masyarakat Desa. *Jurnal ComunitA Servizio : Jurnal Terkait Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, Terkhusus Bidang Teknologi, Kewirausahaan Dan Sosial Kemasyarakatan*, 1(2), 80–88. <https://doi.org/10.33541/cs.v1i2.1273>
- Muslimin, Ibrahim, M., & Asis, A. (2021). Peran Tokoh Masyarakat dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif di desa Pussui Kecamatan Luyo (Ditinjau dari Perspektif Sosiologi). *Journal Pegguruang: Conference Series*, 3(2), 740-746hal?.
- Netrawati, I. G. A. O., Suastina, I. G. P. B., & Ali, J. (2019). Hambatan Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Lombok Tengah (Studi Kasus Pada Perajin Kain Tenun Tradisional Dusun Sade). *Jurnal Binawakya*, 14(4), 2337–2350.
- Purnomo, R. A. (2016). Ekonomi Kreatif. In *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. <http://eprints.umpo.ac.id/2859/>
- Sadat, A. (2021). Penguatan Ekonomi Kreatif Berbasis Sumberdaya Desa di Kawasan Pesisir. *Humanism : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 23. <https://doi.org/10.30651/hm.v2i1.5808>
- Sjakoer, N. A. A., & Machfudz, M. (2019). Program Halal Jabung Mushroom Tourism Sebagai Akselerasi Desa Sejahtera Mandiri Berbasis Ekonomi Kreatif. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 1(1), 12. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v1i1.5003>
- Sudana, I. W., & Naini, U. (2021). Pengembangan Desa Kreatif Melalui Implementasi Program Kampus-Meredeka Belajar dan Hilirisasi Riset. *Jurnal Siinergi Pemberdayaan Masyarakat*, 9 vol? (3),issue? 235–248. <https://doi.org/10.37905/sibermas.v9i3.8120%0APengembangan>
- Swesti, W., Soeprihanto, J., & Widiyastuti, D. (2020). Model Pengembangan Pariwisata Kreatif untuk Mencapai Keberlanjutan di Desa Wisata Kasongan. *Jurnal Kawistara*, 10(3), 295. <https://doi.org/10.22146/kawistara.44157>
- Vuspitasari, B. K., Deffrinica, D., & Siahaan, S. V. B. (2021). Menggali Peluang Ekonomi Kreatif Melalui Potensi Desa Suka Maju Kabupaten Bengkayang. *Sebatik*, 25(1), 181–187. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1132>