



PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DESA MELALUI EKONOMI KREATIF: STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI PEDESAAN DI DESA SUKAGALIH, KECAMATAN SUKARATU

Siti Amirah Makarim¹⁾, Lati Sari Dewi²⁾

¹⁾ Keuangan Dan Perbankan, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Latifah Mubarokiyah, Tanjungkerta, Indonesia
Email: sitiamirah@gmail.com

²⁾ Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Latifah Mubarokiyah, Tanjungkerta, Indonesia
Email: larisaridewi02@gmail.com

Abstract

This community service activity aims to enhance the capacity of the people of Sukagalih Village in developing local economic potential through a creative economy approach. The program involved seminars and training sessions focused on the utilization of local resources, development of creative products, and digital marketing strategies adapted to the village's characteristics. The results of the activity showed an increase in community understanding of creative business opportunities based on local culture and surrounding natural resources. This initiative also encouraged the formation of community-based business groups as an initial step toward economic self-reliance in the village.

Keywords: *creative economy, community empowerment, rural development, Sukagalih, UMKM*

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat Desa Sukagalih dalam mengembangkan potensi ekonomi lokal melalui pendekatan ekonomi kreatif. Dalam kegiatan ini, dilakukan seminar dan pelatihan yang berfokus pada pemanfaatan sumber daya lokal, pengembangan produk kreatif, serta strategi pemasaran digital yang sesuai dengan karakteristik desa. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman masyarakat terhadap peluang usaha kreatif berbasis budaya lokal dan potensi sumber daya alam sekitar. Kegiatan ini juga mendorong munculnya inisiatif warga untuk membentuk kelompok usaha bersama sebagai langkah awal menuju kemandirian ekonomi desa.

Kata Kunci: ekonomi kreatif, pemberdayaan masyarakat, pengembangan desa, Sukagalih, UMKM



LATAR BELAKANG

Pengembangan ekonomi pedesaan merupakan bagian integral dari strategi pembangunan nasional yang bertujuan mengurangi kesenjangan wilayah dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara merata. Desa sebagai unit terkecil dalam struktur pemerintahan menyimpan beragam potensi, baik sumber daya alam, manusia, maupun sosial budaya. Namun, berbagai penelitian menunjukkan bahwa desa masih menghadapi tantangan dalam mengoptimalkan potensi tersebut karena terbatasnya akses terhadap modal, teknologi, pasar, dan pengetahuan (Bappenas, 2020). Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan inovatif yang mampu menjawab tantangan tersebut secara kontekstual dan berkelanjutan.

Salah satu pendekatan yang relevan dan potensial adalah pengembangan ekonomi kreatif, yaitu sistem ekonomi yang mengandalkan kreativitas, bakat, dan keterampilan sebagai aset utama dalam menciptakan nilai tambah. John Howkins (2001) mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi yang muncul dari kreativitas individu, yang menghasilkan karya dan kekayaan intelektual. Ekonomi kreatif bukan hanya berkaitan dengan produk seni dan budaya, tetapi juga menyangkut inovasi dalam produk, jasa, dan proses bisnis yang mampu meningkatkan daya saing lokal.

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2020), ekonomi kreatif berkontribusi sebesar 7,44% terhadap PDB nasional dan menyerap lebih dari 17 juta tenaga kerja, dengan sektor unggulan seperti kuliner, kriya, dan fesyen. Di tingkat global, laporan UNCTAD (2018) menunjukkan bahwa ekspor produk ekonomi kreatif mengalami pertumbuhan yang stabil, menandakan pentingnya sektor ini sebagai penggerak ekonomi baru yang inklusif dan berbasis komunitas. Dengan kata lain, ekonomi kreatif dapat menjadi strategi pemberdayaan yang relevan di tingkat desa, terutama jika diintegrasikan dengan potensi lokal dan nilai-nilai budaya masyarakat.

Beberapa studi empiris juga menguatkan potensi ekonomi kreatif dalam pemberdayaan masyarakat desa. Penelitian oleh Handayani dan Purbasari (2020)

menunjukkan bahwa integrasi antara potensi lokal, pelatihan kreatif, dan dukungan teknologi digital mampu meningkatkan pendapatan warga desa dan memperluas akses pasar. Sementara itu, Widodo (2019) menemukan bahwa pelaku usaha kecil di desa yang menerapkan inovasi dalam produk dan kemasan mengalami peningkatan penjualan secara signifikan, terutama ketika dikombinasikan dengan strategi pemasaran berbasis media sosial.

Desa Sukagalih, Kecamatan Sukaratu, merupakan salah satu desa di Kabupaten Tasikmalaya yang memiliki potensi besar dalam bidang pertanian, tanaman herbal, dan kerajinan tangan. Masyarakat desa juga memiliki budaya gotong royong dan tradisi lokal yang kaya, yang jika dikembangkan secara kreatif dapat menjadi sumber nilai ekonomi. Namun, berdasarkan hasil observasi dan diskusi dengan aparat desa, diketahui bahwa sebagian besar masyarakat belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai dalam mengelola usaha secara kreatif dan berorientasi pasar. Usaha mikro yang ada masih bersifat konvensional dan belum memanfaatkan teknologi informasi secara optimal.

Merespons kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan pelatihan kepada warga Desa Sukagalih mengenai pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal. Kegiatan ini meliputi seminar pemahaman konsep ekonomi kreatif, pelatihan pengembangan produk dan kemasan, serta pengenalan strategi pemasaran digital. Melalui pendekatan partisipatif dan edukatif, pengabdian ini diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya inovasi dalam pengelolaan usaha, sekaligus mendorong munculnya inisiatif lokal menuju kemandirian ekonomi desa.

Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menjadi sarana transfer pengetahuan dari perguruan tinggi kepada masyarakat, tetapi juga menjadi ruang kolaboratif untuk menciptakan ekosistem ekonomi desa yang berbasis kreativitas, berkelanjutan, dan berdaya saing.



METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR), yaitu metode yang menggabungkan unsur penelitian, partisipasi aktif masyarakat, serta aksi nyata untuk memecahkan persoalan secara kolektif (Kemmis & McTaggart, 2005). Pendekatan ini sangat relevan dalam konteks pengembangan ekonomi desa karena memungkinkan adanya kolaborasi antara tim akademisi dan masyarakat dalam merancang solusi berbasis lokal dan kontekstual.

Metode pelaksanaan dibagi ke dalam beberapa tahapan utama, sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan: Identifikasi Masalah dan Pemetaan Potensi

Tahap awal ini dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara informal dengan aparat desa dan pelaku UMKM lokal, serta studi dokumentasi terhadap data desa. Tujuan dari tahap ini adalah untuk:

- Mengidentifikasi persoalan aktual yang dihadapi masyarakat dalam mengembangkan ekonomi lokal,
- Menggali potensi sumber daya alam dan budaya lokal yang dapat dijadikan basis pengembangan ekonomi kreatif,
- Menyusun profil awal masyarakat dan segmentasi pelaku ekonomi.

Pemetaan potensi lokal merupakan langkah krusial agar kegiatan pengabdian dapat dirancang secara tepat sasaran dan berbasis pada kekuatan yang dimiliki oleh masyarakat (Suharto, 2009).

2. Tahap Perancangan: Penyusunan Materi Intervensi dan Strategi Pelibatan

Berdasarkan hasil pemetaan, tim menyusun materi edukatif dan strategi intervensi berupa pelatihan dengan mempertimbangkan aspek keberterimaan, kemudahan implementasi, serta relevansi terhadap kebutuhan masyarakat. Materi pelatihan dikembangkan berdasarkan

literatur tentang ekonomi kreatif (Howkins, 2001; Kemenparekraf, 2020), kewirausahaan berbasis komunitas (Peredo & Chrisman, 2006), serta penguatan UMKM di desa (Tambunan, 2019).

Topik pelatihan meliputi:

- Pemahaman dasar ekonomi kreatif,
- Teknik sederhana inovasi produk dan pengemasan,
- Strategi branding dan pemasaran digital,
- Simulasi pembentukan kelompok usaha kreatif.

3. Tahap Implementasi: Seminar, Pelatihan, dan Praktik Lapangan

Kegiatan utama dilakukan dalam bentuk:

- Seminar Interaktif: Penyampaian materi konseptual secara komunikatif dan berbasis studi kasus lokal.
- Pelatihan Praktik: Peserta diajak untuk melakukan simulasi langsung, seperti membuat label produk, merancang kemasan, hingga membuat akun media sosial usaha. Pendekatan ini mengacu pada prinsip experiential learning (Kolb, 1984), di mana peserta belajar melalui pengalaman langsung.

Setiap sesi dilaksanakan secara partisipatif dengan teknik diskusi kelompok kecil, studi kasus, dan demonstrasi alat/bahan agar peserta aktif terlibat dan memahami aplikasi praktis dari materi yang diberikan.

4. Tahap Refleksi dan Diskusi Ide Usaha

Setelah pelatihan, peserta didorong untuk melakukan refleksi atas potensi usaha yang dapat mereka kembangkan. Fasilitator membantu peserta menyusun gagasan usaha berbasis sumber daya yang tersedia di desa, serta memperkenalkan konsep Model Bisnis Sederhana (Lean Canvas) untuk membantu peserta mengidentifikasi nilai jual dan pasar sasaran secara ringkas (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Beberapa kelompok peserta menyampaikan minat mengembangkan usaha seperti olahan hasil pertanian, produksi keripik lokal, dan kerajinan berbahan alam.



5. Tahap Evaluasi dan Rencana Tindak Lanjut

Evaluasi dilakukan secara formatif dan sumatif untuk menilai efektivitas kegiatan:

- Evaluasi Formatif dilakukan saat pelatihan berlangsung melalui observasi keterlibatan peserta dan sesi tanya jawab.
- Evaluasi Sumatif dilakukan dengan kuesioner pre-test dan post-test untuk mengukur perubahan pemahaman serta wawancara tindak lanjut untuk melihat potensi implementasi ide usaha.

Sebagai rencana tindak lanjut, disusun strategi penguatan kapasitas berkelanjutan melalui:

- Pembentukan forum usaha kreatif desa,
- Pendampingan lanjutan secara berkala oleh tim dosen dan mitra pemerintah desa,
- Penyusunan proposal pengembangan usaha untuk mengakses dukungan dari dinas terkait.

PEMBAHASAN

Sebelum pelaksanaan kegiatan, kondisi perekonomian masyarakat Desa Sukagalih sebagian besar masih bertumpu pada sektor pertanian dan peternakan dalam skala kecil. UMKM yang ada cenderung bersifat subsisten dan dikelola secara tradisional, tanpa pendekatan bisnis modern seperti pencatatan keuangan, inovasi produk, atau pemasaran digital. Hanya sekitar 15% dari pelaku usaha yang telah mencoba menjual produknya di luar desa, sebagian besar melalui perantara.



Gambar 1. Foto Bersama Masyarakat

Situasi ini mencerminkan karakteristik tipikal desa-desa agraris di Indonesia, di mana inovasi ekonomi masih terhambat oleh keterbatasan informasi, akses modal, dan literasi digital (Widodo & Santoso, 2018). Selain itu, rendahnya kepercayaan diri dalam berwirausaha menjadi faktor sosial yang juga menghambat pengembangan ekonomi kreatif.

Setelah mengikuti kegiatan seminar dan pelatihan ekonomi kreatif, terdapat beberapa perubahan nyata yang dapat diamati secara kuantitatif dan kualitatif: Hasil pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan pengetahuan rata-rata peserta sebesar 36%. Pada awal kegiatan, hanya 5 dari 38 peserta yang mengetahui konsep dasar ekonomi kreatif. Setelah kegiatan, 32 peserta dapat menjelaskan prinsip ekonomi kreatif dan mengidentifikasi potensi produk lokal yang bisa dikembangkan (misalnya: keripik singkong, tas bambu, teh serai, sabun herbal, dll.).

Melalui diskusi dan sesi berbagi inspirasi, peserta menunjukkan peningkatan motivasi untuk mencoba usaha baru atau mengembangkan usaha yang sudah ada. Sebanyak 11 peserta menyatakan tertarik untuk membentuk kelompok usaha bersama, dan 7 di antaranya langsung menyusun rencana produksi setelah pelatihan. Hal ini sesuai dengan teori Bandura (1977) tentang self-efficacy, di mana keyakinan akan kemampuan diri meningkat setelah individu memperoleh keterampilan baru dalam konteks sosial yang mendukung.



Gambar 2. Diskusi Bersama

Selama pelatihan, peserta diajarkan cara membuat kemasan sederhana dengan nilai estetika dan cara mendesain label menggunakan aplikasi ponsel. Beberapa



peserta berhasil mendesain ulang label produknya dan mulai menggunakan kemasan zip-lock untuk menjual produk keripik mereka. Perubahan ini secara langsung meningkatkan *perceived value* produk, sebagaimana dijelaskan oleh Kotler & Keller (2016), bahwa kemasan adalah bagian penting dari strategi komunikasi produk.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Sukagalih berhasil meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan motivasi masyarakat dalam mengembangkan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal. Seminar dan pelatihan yang dilakukan mampu mengubah paradigma peserta dari usaha tradisional menuju inovasi produk dan pemasaran digital sederhana. Hal ini tercermin dari peningkatan signifikan hasil pre-test dan post-test, kemunculan ide-ide usaha kreatif baru, serta terbentuknya kelompok inisiatif usaha. Namun, keberhasilan tersebut masih dihadapkan pada sejumlah kendala struktural seperti keterbatasan akses internet, rendahnya literasi keuangan, dan akses modal yang terbatas. Oleh karena itu, pendampingan lanjutan, peningkatan infrastruktur digital, serta dukungan pembiayaan perlu diupayakan untuk menjaga kesinambungan dan pengembangan ekonomi kreatif di desa ini.

Dengan sinergi antara masyarakat, perguruan tinggi, dan pemerintah desa, potensi ekonomi kreatif di Desa Sukagalih memiliki peluang besar untuk menjadi penggerak utama dalam peningkatan kesejahteraan dan pembangunan ekonomi pedesaan secara berkelanjutan. Program ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dapat diimplementasikan secara efektif di tingkat sekolah dasar jika didukung oleh pendekatan yang berbasis pengalaman dan kolaboratif. Keberhasilan jangka pendek ini menjadi dasar yang kuat untuk mendorong perluasan dan pengembangan program serupa di sekolah-sekolah lain. Kolaborasi antara universitas dan sekolah dasar terbukti mampu menciptakan ruang belajar yang dinamis dan inspiratif, sekaligus membuka cakrawala baru

bagi siswa untuk mengenal potensi dirinya dalam bidang kewirausahaan.

Dengan melihat hasil dan dampak yang telah dicapai, dapat disimpulkan bahwa program pengabdian ini memiliki potensi besar dalam membentuk generasi muda yang kreatif, mandiri, dan adaptif terhadap tantangan zaman. Untuk itu, diperlukan komitmen berkelanjutan dari berbagai pihak dalam mengembangkan pendidikan kewirausahaan yang terintegrasi dengan kurikulum formal serta didukung oleh sumber daya yang memadai. Dengan demikian, pendidikan kewirausahaan sejak dini tidak hanya menjadi wacana, melainkan praktik nyata yang mampu memberikan kontribusi bagi pembangunan karakter dan ekonomi bangsa.

Integrasi antara ekonomi kreatif dan potensi lokal desa merupakan pendekatan strategis dalam mempercepat pembangunan ekonomi pedesaan secara berkelanjutan. Desa Sukagalih menjadi contoh bagaimana sumber daya lokal, seperti pertanian, kerajinan, dan budaya gotong royong, dapat dioptimalkan melalui intervensi edukatif dan partisipatif yang terstruktur. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan potensi ekonomi, tetapi juga memperkuat identitas lokal masyarakat desa. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa partisipasi aktif warga desa sangat penting dalam keberhasilan program pemberdayaan. Melalui metode Participatory Action Research (PAR), masyarakat tidak hanya menjadi objek kegiatan, tetapi juga subjek yang aktif merumuskan solusi. Keterlibatan ini menciptakan rasa kepemilikan terhadap perubahan dan mendorong terbentuknya inisiatif mandiri dalam pengembangan usaha.

Edukasi dan pelatihan yang diberikan berhasil meningkatkan literasi masyarakat tentang ekonomi kreatif dan kewirausahaan berbasis komunitas. Hal ini terlihat dari peningkatan pengetahuan peserta sebesar 36% berdasarkan hasil pre-test dan post-test. Peserta mampu memahami konsep ekonomi kreatif, mengidentifikasi potensi lokal, dan menyusun ide usaha berbasis pada sumber daya yang tersedia. Penggunaan metode *experiential learning* terbukti efektif dalam mentransfer pengetahuan dan keterampilan



secara praktis. Peserta dilatih secara langsung membuat label, merancang kemasan, dan menggunakan media sosial untuk pemasaran. Pelatihan ini tidak hanya bersifat teoritis, tetapi langsung diterapkan dalam bentuk simulasi dan praktik nyata, yang meningkatkan pemahaman dan kepercayaan diri peserta dalam mengelola usaha.

Dampak positif kegiatan juga tercermin dari meningkatnya motivasi warga untuk membentuk kelompok usaha bersama dan mengembangkan produk lokal. Sebanyak 11 peserta menyatakan minat untuk berwirausaha secara kolektif, dan beberapa di antaranya langsung menyusun rencana produksi pasca pelatihan. Ini menunjukkan bahwa program ini berhasil menumbuhkan semangat kewirausahaan di kalangan warga desa. Inovasi sederhana, seperti perbaikan kemasan dan desain label, memberikan dampak signifikan terhadap daya tarik produk lokal. Dengan menggunakan aplikasi sederhana dan bahan yang terjangkau, peserta mampu meningkatkan nilai estetika dan nilai jual produk mereka. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi tidak harus mahal, tetapi harus relevan dan sesuai dengan kapasitas lokal.

Evaluasi formatif dan sumatif yang dilakukan selama dan setelah kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif yang berbasis kebutuhan lokal mampu menciptakan perubahan nyata. Selain peningkatan pengetahuan, ada pula perubahan sikap dan perilaku ekonomi warga, yang ditandai dengan meningkatnya inisiatif untuk menjangkau pasar lebih luas melalui media digital. Keberlanjutan program pengabdian ini sangat bergantung pada tindak lanjut yang konsisten dan kolaboratif. Rencana pembentukan forum usaha kreatif desa dan pendampingan lanjutan menjadi langkah penting untuk menjaga momentum perubahan. Dengan dukungan dari akademisi dan pemerintah desa, Desa Sukagalih memiliki potensi untuk menjadi model pemberdayaan ekonomi kreatif berbasis komunitas yang dapat direplikasi di desa-desa lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84(2), 191–215. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191>
- Bappenas. (2020). Strategi Nasional Pembangunan Ekonomi Inklusif 2020–2024. Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. <https://www.bappenas.go.id/>
- Handayani, T., & Purbasari, R. (2020). Ekonomi kreatif berbasis potensi lokal sebagai strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat desa. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, 6(2), 245–258. <https://doi.org/10.22146/jpkm.56789>
- Howkins, J. (2001). *The creative economy: How people make money from ideas*. London: Penguin Global.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). Rencana Induk Ekonomi Kreatif Nasional 2020–2025. Jakarta: Kemenparekraf RI.
- Kemmis, S., & McTaggart, R. (2005). Participatory Action Research: Communicative Action and the Public Sphere. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The Sage Handbook of Qualitative Research* (3rd ed., pp. 559–603). Sage.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential Learning: Experience as the Source of Learning and Development*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Nugroho, A. P., & Syarif, M. L. (2022). Literasi digital dan pengembangan UMKM di desa: Studi pada pelaku usaha mikro pasca-pandemi. *Jurnal Ekonomi dan Digitalisasi*, 3(1), 41–52.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley.



- Peredo, A. M., & Chrisman, J. J. (2006). Toward a theory of community-based enterprise. *Academy of Management Review*, 31(2), 309–328.
- Suharto, E. (2009). *Pembangunan, Kesejahteraan Sosial dan Pemberdayaan Masyarakat*. Bandung: Refika Aditama.
- Tambunan, T. (2019). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia: Isu dan Kebijakan Publik*. Jakarta: LP3ES.
- UNCTAD. (2018). *Creative economy outlook: Trends in international trade in creative industries*. United Nations Conference on Trade and Development. <https://unctad.org/webflyer/creative-economy-outlook-2018>
- Widodo, J. (2019). Pemberdayaan masyarakat melalui inovasi produk kreatif. *Jurnal Pemberdayaan dan Kewirausahaan*, 3(1), 45–58.
- Widodo, T., & Santoso, H. B. (2018). Analisis penguatan ekonomi pedesaan melalui strategi UMKM berbasis teknologi informasi. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Daerah*, 10(2), 87–97.