

EKONOMI KREATIF MELALUI INOVASI PENGOLAHAN BAWANG MERAH UNTUK MENINGKATKAN PERTUMBUHAN EKONOMI DESA

Syaifatul Jannah

Afiliasi/institusi penulis: Institut Dirosat Islamiyah Al-Amien Prenduan

syaifatuljannah95@gmail.com

Abstract:

Creative economy is a new economic concept to generate creative ideas from an opportunity or asset. The creative economy is one of the strategies in increasing village economic growth. Through the creative economy, brilliant ideas will be born to create something new with high selling value. Likewise, Tambak village is the target of this community empowerment activity. Tambak Village with its superior asset, namely shallots, will increase village economic growth through new innovations from processing shallots into creative products with selling value. To achieve this goal, the author uses the Asset Based Community Development (ABCD) method. This method was developed from the assets owned, not based on the problem. With the ABCD method, the author creates a creative economy from the village's superior assets, namely the innovation of processing shallots into products that are worth selling. The result of this activity is the launching of BAMECRIS and LAWANG products from processed shallots which are well received, and have received many orders from people outside the village.

Keywords: *Shallots, Creative Economy, Innovation, Economic Growth.*

Abstrak:

Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi baru untuk menghasilkan ide kreatif dari sebuah peluang atau aset. Ekonomi kreatif menjadi salah satu strategi dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi desa. Melalui ekonomi kreatif akan lahir ide-ide cemerlang untuk membuat sesuatu yang baru yang bernilai jual yang signifikan. Demikian dengan desa Tambak yang menjadi sasaran dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat ini. Desa Tambak dengan aset unggulannya yaitu bawang merah akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi desa melalui inovasi baru dari pengolahan bawang merah yakni menjadi produk kreatif bernilai jual. Untuk mencapai tujuan tersebut, penulis menggunakan metode *Asset Based Community Development (ABCD)*. Metode ini dikembangkan dari aset-aset yang dimiliki bukan berangkat pada masalah. Dengan metode ABCD penulis menciptakan ekonomi kreatif dari aset unggulan desa yakni inovasi pengolahan bawang merah menjadi produk yang bernilai jual. Hasil dari kegiatan ini adalah *launchingnya* produk BAMECRIS dan LAWANG dari olahan bawang merah yang diterima dengan baik, serta telah menerima banyak pesanan dari masyarakat luar desa.

Kata Kunci: *Bawang Merah, Ekonomi Kreatif, Inovasi, Pertumbuhan Ekonomi.*

Pendahuluan

Salah satu indikator suatu daerah atau desa dapat dikatakan makmur yaitu dengan adanya kemajuan dan pertumbuhan pada sektor ekonomi. Pertumbuhan ekonomi desa dapat ditingkatkan salah satunya melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat, yakni suatu kegiatan yang memberi kesempatan kepada masyarakat untuk menggali tantangan utama pembangunan mereka dan merekomendasikan aktifitas-aktifitas yang direncanakan untuk mengatasi suatu masalah ekonomi.¹ Menurut teori pertumbuhan ekonomi yang dicetuskan oleh Smith, para petani, pedagang dan produsen dapat menolong mengembangkan perekonomian dengan meningkatkan produktifitas dalam bidang masing-masing. Dampak dari teori ini yaitu mampu memberikan prospek peningkatan pertumbuhan ekonomi.²

Smith dalam gagasannya lebih menekankan kepada masyarakat agar bisa kreatif dalam mengembangkan perekonomiannya, karena akan lebih efisien dan tidak mengikut sertakan campur tangan pemerintah.³ Memberdayakan masyarakat dengan melihat peluang usaha dan potensi sangat penting. Pemberdayaan tersebut dapat dituangkan melalui kegiatan ekonomi kreatif, karena saat ini ekonomi kreatif merupakan salah cara untuk dapat menghadapi persaingan pasar bebas antar negara yang tercakup dalam AFTA (*ASEAN Free Trade Area*) dan MEA (*Masyarakat Ekonomi Asia*).⁴ Berdasarkan hal tersebut, maka memancing ketertarikan penulis untuk menciptakan sesuatu yang baru dari aset unggulan desa untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi desa.

Rahmah dalam penelitiannya menyebutkan bahwa pelaku usaha yang telah memanfaatkan teknologi dan informasi sebagai upaya ekonomi kreatif telah mendapatkan keuntungan dari penjualan yang semakin meningkat dan kemudahan-kemudahan yang dirasakan pelaku usaha. sebanyak 60 % telah memanfaatkan teknologi dan informasi untuk menunjang promosi dan penjualan produk sasirangan. Sasirangan sendiri merupakan produk atau usaha dibidang kain atau fashion.⁵ Pengabdian masyarakat lain yang menggunakan program ekonomi kreatif dalam memberdayakan masyarakat ialah pengabdian oleh Fajri, dkk. yang mengolah pisang menjadi produk kreatif dengan nama pisang nugget.⁶

Ekonomi Kreatif sendiri adalah kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk menghasilkan ide, tidak hanya melakukan hal-hal yang rutin dan berulang. Menurut Arjana, ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi baru yang memadukan informasi dan kreatifitas yang mengandalkan ide, gagasan, dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi.⁷ Dalam hal ini penulis akan menciptakan ekonomi kreatif di desa Tambak, Omben, Sampang melalui inovasi pengolahan bawang merah dengan harapan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi desa.

¹ Totok Mardikanto and Poerwoko Soebiato, *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Persepektif Kebijakan Publik* (Bandung: Alfabeta, 2015), 61–62.

² Lestari Usgia Serly, "Analisis Teori-Teori Pertumbuhan Ekonomi Sebuah Studi Literatur," *Skripsi* (2018): 147.

³ *Ibid.*, 146.

⁴ Aulia Rahmah, "Proses Difusi Inovasi Dengan Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk Kegiatan Ekonomi Kreatif Oleh Pelaku Usaha Sasirangan Di Banjarbaru," *JIEB: JURNAL ILMIAH EKONOMI BISNIS* 5, no. 1 (2019): 13, <http://ejurnal.stiepancasetia.ac.id/index.php/jieeb>.

⁵ *Ibid.*, 16.

⁶ Ibrahim Fajri et al., "PEMBERDAYAAN MASYARAKAT TERHADAP NILAI JUAL SUMBER DAYA ALAM MELALUI INOVASI EKONOMI KREATIF PISANG NUGGET" 2, no. 3 (2018): 257–260.

⁷ Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), 227.

Dari hasil diskusi dan wawancara bersama kepala desa, menyebutkan bahwa perkembangan ekonomi desa Tambak masih berada pada posisi sedang ingin tumbuh, sehingga sangat diharapkan dengan adanya kegiatan pemberdayaan masyarakat dengan menciptakan ekonomi kreatif melalui pengolahan bawang merah dapat lebih meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat Tambak hingga menjadi desa yang maju dan makmur.

Bawang merah dipilih karena merupakan aset unggulan desa Tambak yang sebelumnya hanya dijual mentahannya saja dan sampai saat ini belum ada inovasi baru dari bawang merah itu sendiri yang dapat lebih meningkatkan pertumbuhan ekonomi desa. Penduduk desa Tambak rata-rata berprofesi sebagai petani yakni kurang lebih berjumlah 25 ribu jiwa yang mayoritas bertani bawang merah dan biji-bijian lainnya, namun yang paling unggul adalah bawang merah. Petani banyak memasarkan bawang merahnya ke pasar-pasar terdekat atau ke pasar luar kota. Salah satu petani mengatakan bahwa bawang merah ketika sudah panen tidak terlalu banyak disimpan dirumah karna bawang merah tidak tahan lama masanya, maka dari itu penduduk desa Tambak ini tidak memiliki kreatifitas untuk membuat bawang merah semakin awet dan tahan lama, masih belum ada yang menciptakan produk kreatif dalam pengolahan bawang merah tersebut, karena belum ada kekompakan dan keistiqomahan dari masyarakat desa. Oleh karena itu dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat berbasis ekonomi kreatif ini, penulis bersama masyarakat desa Tambak memfokuskan pada pengembangan olahan bawang merah menjadi produk kreatif yang awet dan tahan lama serta bernilai jual yang signifikan yakni produk BAMECRIS (Bawang Merah Crispy) dan LAWANG (Ladrang Bawang).

Ekonomi kreatif melalui inovasi dari pengolahan bawang merah ini juga merupakan salah satu bentuk upaya masyarakat dalam pemanfaatan aset unggulan desa dan kearifan lokal. Hal ini senada dengan pernyataan Hermawan dalam penelitiannya yang mengatakan bahwa dengan kearifan lokal yang ada di daerah sendiri, masyarakat harus mampu mengembangkan kreatifitasnya, dan mendatangkan dampak positif bagi perekonomian masyarakat.⁸

Metode yang digunakan dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat berbasis ekonomi kreatif ini yaitu metode *Asset Based Community Development* (ABCD). Metode ini dilakukan dengan mengembangkan dan memanfaatkan aset-aset yang dimiliki desa untuk memecahkan masalah yang ada. Menurut Green & Haines, metode ABCD merupakan konsep pengembangan masyarakat yang didasarkan pada aset lokal yang terdapat di suatu desa. Aset tersebut dikembangkan, sehingga dapat memecahkan masalah-masalah di wilayah tersebut.⁹ Dengan metode ABCD penulis akan menciptakan ekonomi kreatif dari aset unggulan desa yakni inovasi pengolahan bawang merah menjadi produk yang bernilai jual "BAMECRIS dan LAWANG".

Dalam penelitian Utami, tujuan dari pemberdayaan masyarakat berbasis aset adalah untuk memberikan harapan dalam penanggulangan kemiskinan secara berkelanjutan, dimana masyarakat dapat keluar dari masalah kemiskinan dan menjadi mandiri melalui potensi atau aset yang telah dikembangkan.¹⁰ Dalam hal ini, kegiatan

⁸ AHMAD RIFKI HERMAWAN, "PEMBERDAYAAN MASYARAKAT BERBASIS EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN KEMANDIRIAN EKONOMI DI DESA SUNGAI LANGKA KECAMATAN GEDONG TATAAN KABUPATEN PESAWARAN" (FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG, 2018), 9.

⁹ A. (2002). Green, G. P., & Haines, *Asset Building & Community Development*. Thousand Oaks (Calif: Sage Publications, 2002).

¹⁰ Nisa Nimah Utami, "PENGELOLAAN HUTAN BERSAMA MASYARAKAT DITINJAU DARI PERSPEKTIF ASSETS BASED COMMUNITY DEVELOPMENT," *Social Work Jurnal* 5, no. 2 (n.d.): 106–208.

pemberdayaan masyarakat berbasis ekonomi kreatif melalui inovasi pengolahan bawang merah bertujuan agar masyarakat desa dapat lebih meningkatkan pertumbuhan ekonomi, sehingga masalah ekonomi dapat terselesaikan.

Hasil dan Pembahasan

Dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat desa Tambak, maka salah satu strategi yang digunakan yaitu dengan adanya program Ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan salah satu strategi untuk memberdayakan masyarakat. Hal ini senada dengan penelitian Permana, dkk. mengatakan bahwa melalui ekonomi kreatif, ide dan gagasan yang kreatif dapat ditransformasikan menjadi nilai ekonomi.¹¹ Ekonomi kreatif memiliki sasaran untuk meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi, dan peningkatan pendapatan, yang bersifat kreatif, langka, dan belum banyak dilakukan oleh orang lain, mempunyai daya jual yang signifikan¹². Menurut Priyono bahwa pertumbuhan ekonomi dapat terjadi apabila orang mengambil sumber daya alam dan mendaur ulang atau membuat inovasi baru dengan cara yang membuat sumber daya alam tersebut lebih berharga.¹³ Dalam teori ekonomi kreatif yang berperan sebagai faktor produksi ialah sumber daya manusia.¹⁴

Ekonomi kreatif dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat ini dilakukan dengan membuat inovasi pengolahan bawang merah menjadi produk yang berharga. Hal ini termasuk strategi ekonomi kreatif jenis kuliner, yakni kegiatan kreatif yang berhubungan dengan makanan atau mengolah bahan baku menjadi makanan yang mendatangkan nilai jual.¹⁵

Bawang merah yang diolah menjadi produk yang bernilai jual merupakan aset desa Tambak yang paling unggul, sehingga dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat berbasis ekonomi kreatif ini dilakukan dengan menggunakan metode *Asset Based Community Development* (ABCD) yang dimulai dari penentuan aset atau potensi desa "bawang merah" sampai pada pengolahan bawang merah produk kreatif bernilai jual yakni produk BAMECRIS dan LAWANG. Adapun Langkah-langkah tersebut adalah:

1. FGD for Identifying Local Asset

Identifying Local Asset merupakan tahap menemukenali aset desa.¹⁶ Hal ini dilakukan dengan diadakannya diskusi bersama kepala desa dan karang taruna desa Tambak. Diskusi ini membahas mengenai aset-aset atau potensi-potensi yang dimiliki oleh desa Tambak. Berikut tabel pemetaan aset desa Tambak.

¹¹ Bagus Udiansyah Permana, Darsono Wisadirana, and Mardiyono, "Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Inovasi Ekonomi Kreatif Dalam Penanggulangan Kemiskinan," *Wacana* 17, no. 4 (2014): 246–254.

¹² Soenyono, *Sosiologi Pemberdayaan Masyarakat (Community Empowerment)* (Surabaya: Jenggala Pustaka Utam, 2012).

¹³ Priyono and Zainuddin Ismail, *Teori Ekonomi*, ed. Teddy Chandra, pertama. (Surabaya: Dharma Ilmu, 2012), 216.

¹⁴ Arjana, *Geografi Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif*, 227.

¹⁵ Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan Dan Kebutuhan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010), 231–231.

¹⁶ Chika Riyanti and Santoso Tri Raharjo, "ASSET BASED COMMUNITY DEVELOPMENT DALAM PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)," *JURNAL KOLABORASI RESOLUSI KONFLIK* 3, no. 115–126 (2021): 115–126.

Tabel 1 Pemetaan Aset Desa Tambak kecamatan Omben kabupaten Sampang

Jenis Aset Aspek	Individu	Lembaga	Komunitas /Sosial	Alam	Aset Sarana Desa	Aset Spiritual dan Kebudayaan
Jenis Aset	1. Petani 2. Pedagang	1. Sekolah 2. PKK 3. Karang taruna 4. Kelompok tani	1. Organisasi kepemudaan 2. Muslimatan NU	1. Tanah untuk berkebun dan bercocok tanam 2. Hasil tani yaitu seperti cabai, kacang-kacangan dan bawang merah	1. Rumah warga 2. Sawah 3. Masjid dan mushalla 4. Mesin traktor, cangkul dll	1. Koloman

2. Pilihan-Pilihan Prioritas

Pada langkah ini dipilih beberapa aset dari berbagai aspek yang kemudian menjadi pilihan-pilihan prioritas program kerja utama kegiatan pemberdayaan masyarakat berbasis ekonomi kreatif. Berikut tabel pilihan prioritas yang ditetapkan berdasarkan hasil diskusi bersama kepala desa dan karang taruna desa Tambak.

Tabel 2 Pilihan-Pilihan Prioritas

6 Harapan Prioritas	2 Harapan Prioritas	Harapan prioritas paling berpengaruh bagi kehidupan	Langkah Strategis
1. Mengadakan pelatihan pengembangan hasil usaha dan keterampilan 2. Mengadakan seminar dan sosialisasi marketing product 3. Meningkatkan bahasa asing dengan bimbingan belajar di luar sekolah 4. Sosialisasi organisasi dan pengembangan usaha 5. Meningkatkan bacaan Al – Qur’an sesuai dengan metode yang tersedia	1. Meningkatkan pemberdayaan melalui kreatifitas masyarakat berdasarkan asset yang dimiliki yakni dari aspek sumber daya alam 2. Meningkatkan generasi yang unggul dan berdasarkan nilai-nilai yang islami	1. Mengembangkan kreatifitas masyarakat berbasis pengembangan asset yang ada	1. Mengadakan pelatihan yang istiqomah dan berkelanjutan sebagai bekal masyarakat dalam mengembangkan asset yang ada 2. Sosialisasi marketing produk secara manual dan online 3. Mengadakan acara keagamaan sebagai bentuk untuk meningkatkan religiulitas masyarakat

3. Menentukan Skala Prioritas

Dalam tahapan ABCD, menentukan skala prioritas tidak boleh diabaikan, karena merupakan salah satu indikator keberhasilan program atau kegiatan. Sebagaimana Chika dan Santoso menyebutkan dalam penelitiannya tentang metode tahapan ABCD bahwa untuk mencapai kerja sama yang baik, maka harus menyamakan prioritas, nilai-nilai dan tujuan, dan memahami apa yang di sampaikan oleh setiap pihak.¹⁷

Dalam hal ini skala prioritas yang ditentukan dari beberapa pilihan yang telah diklasifikasikan ialah membuat inovasi dari bawang merah yang merupakan salah satu aset unggulan desa menjadi produk yang bernilai jual. Skala prioritas ini ditentukan berdasarkan kesepakatan dengan kepala desa, karang taruna, kelompok tani, dan masyarakat desa Tambak.



Gambar 1 bawang merah aset unggulan desa Tambak kecamatan Omben, Sampang

4. Aksi dengan Aset Peluang

Tahap ini dikenal dengan tahap *Managing Local Asset*, yakni tahap menyusun strategi atau aksi pengelolaan untuk memastikan agar aset tetap terjaga dan bersifat berkelanjutan.¹⁸ Adapun strategi atau aksi yang dilakukan agar aset bawang merah dapat bernilai jual dan bersifat tahan lama yaitu dengan mengelola semaksimal mungkin menjadi BAMECRIS (Bawang Merah Crispy) dan LAWANG (Ladrang Bawang). Bamecris dan lawang merupakan produk kreatif hasil ide-ide cemerlang dengan memanfaatkan aset desa. Sebagaimana dalam teori kreatifitas oleh Baron menyebutkan bahwa suatu produk merupakan salah satu hasil dari kemampuan diri untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang baru.¹⁹

Langkah-langkah pengolahan bawang merah menjadi BAMECRIS dan LAWANG sebagai berikut:

a. *Training* awal

Training awal pengolahan produk bamecris dan lawang bertujuan agar produk yang dihasilkan berkualitas dan tidak mengecewakan konsumen, khususnya masyarakat desa Tambak. *Training* dilakukan pada hari sabtu, tanggal 13 November 2021. Pada pelaksanaan *training* dihadiri oleh ketua karang taruna.

¹⁷ Ibid. 39

¹⁸ Riyanti and Raharjo, "ASSET BASED COMMUNITY DEVELOPMENT DALAM PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)."

¹⁹ Munandar and Utami, *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat* (Jakarta: Rineka Cipta, 2009).

b. Sosialisasi hasil *training*

Produk yang telah dihasilkan dari *training*, kemudian disosialisasikan kepada kepala desa dan karang taruna. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa produk olahan bawang merah ini layak dipasarkan dan layak untuk dijadikan produk unggulan desa Tambak.

Sosialisasi dilakukan dengan meminta kepala desa dan karang taruna untuk mencicipi bamecris dan lawang. Secara keseluruhan menilai bahwa produk bamecris dan lawang dari olahan bawang merah ini layak untuk dijual dan dipasarkan, serta layak untuk dijadikan sebagai salah satu produk unggulan desa.

c. *Official product training* bersama kepala desa dan masyarakat

Official product training merupakan pelatihan resmi produk bamecris dan lawang kepada masyarakat bersama kepala desa dan karang taruna desa Tambak. Pelatihan ini dilaksanakan pada hari senin, tanggal 15 November 2021. Pelatihan ini merupakan salah satu langkah serius bahwa produk bamecris dan lawang akan menjadi produk unggulan dengan harapan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi desa.

Pelatihan juga dilaksanakan untuk menumbuhkan keterampilan masyarakat desa Tambak dalam membuat bamecris dan lawang, karena masyarakat itu sendiri yang nantinya akan menjadi salah satu bagian dari pengelola produk bamecris dan lawang desa Tambak.

5. Hasil dari Skala Prioritas (Luaran)

a. *Launching Product*

Pada tanggal 16 November 2021 merupakan hari *launching* produk Bamecris dan Lawang. *Launching* produk dihadiri oleh kepala desa, bupati dan wakil bupati Sampang, serta dihadiri juga oleh PKK desa se-kabupaten sampang oleh tim penggerak PKK Kabupaten.



Gambar 1 BAMECRIS



Gambar 2 LAWANG



Gambar 3 stiker merek BAMECRIS



Gambar 3 stiker merek LAWANG

Launching produk bamecris dan lawang merupakan peresmian bahwa olahan bawang merah menjadi bawang merah crispy dan ladrang bawang diterima dengan baik oleh seluruh masyarakat desa Tambak. Selang beberapa hari setelah *launching* banyak pesanan yang diterima, yang mana dari pesanan atau hasil jual inilah akan menjadikan desa memiliki pemasukan dana atau penghasilan tambahan.

Banyaknya pesanan yang diterima tidak terlepas dari adanya keunggulan tersendiri dari produk bamecris dan lawang, seperti unggul dalam rasa, kemasan, serta logo merek yang membedakan produk ini berbeda dengan produk-produk lainnya. Dalam hal pemasaran keunggulan produk memang merupakan salah satu faktor keberhasilan dalam menarik hati konsumen. Menurut Cooper, keunggulan dari pengembangan produk inovasi yang dihasilkan dapat memiliki keunggulan dipasar yang selanjutnya akan menang dalam persaingan.²⁰

b. Serah Terima Resep

Serah terima resep merupakan Langkah akhir dari kegiatan pemberdayaan masyarakat berbasis ekonomi kreatif. Serah terima resep menjadi simbol bahwa produk bamecris dan lawang merupakan produk unggulan milik desa Tambak dan siap dipasarkan dengan harapan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi desa Tambak.

Kesimpulan Dan Saran

Kesimpulan yang dapat dideskripsikan berdasarkan uraian di atas mengenai kegiatan pemberdayaan masyarakat berbasis ekonomi kreatif melalui inovasi pengolahan bawang merah yaitu, pertama, memberdayakan masyarakat dengan melihat peluang aset dan potensi merupakan salah satu strategi dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi desa, khususnya desa Tambak, kecamatan Omben, kabupaten Pamekasan. Pemberdayaan tersebut dapat dituangkan melalui kegiatan ekonomi kreatif. Kedua, ekonomi kreatif melalui inovasi pengolahan bawang merah menjadi produk BAMECRIS dan LAWANG dapat dikatakan berhasil. Hal ini terbukti dengan diterimanya produk tersebut oleh kepala desa dan masyarakat setempat. Ketiga, produk BAMECRIS dan LAWANG dapat dikatakan cukup berhasil meningkatkan pertumbuhan ekonomi desa Tambak, karena tak lama setelah *launching*, banyak pesanan yang datang.

Selanjutnya, semoga artikel atau laporan pemberdayaan masyarakat berbasis ekonomi kreatif ini dapat menjadi acuan atau pedoman bagi para akademisi selanjutnya yang ingin melakukan pemberdayaan atau pengabdian kepada masyarakat khususnya pengabdian yang berbasis ekonomi kreatif.

²⁰ Cooper and Roger G., *Product Inovation and Technology Strategy* (Journal Research Technology Management, 2000), 38-41.

Daftar Pustaka

- Arjana, Gusti Bagus. *Geografi Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Cooper, and Roger G. *Product Inovation and Technology Strategy*. Journal Research Technology Management, 2000.
- Fajri, Ibrahim, Anggi Gustian, Firdha Tri Santika, and Nurhasannah. "PEMBERDAYAAN MASYARAKAT TERHADAP NILAI JUAL SUMBER DAYA ALAM MELALUI INOVASI EKONOMI KREATIF PISANG NUGGET" 2, no. 3 (2018): 257–260.
- Green, G. P., & Haines, A. (2002). *Asset Building & Community Development*. Thousand Oaks. Calif: Sage Publications, 2002.
- HERMAWAN, AHMAD RIFKI. "PEMBERDAYAAN MASYARAKAT BERBASIS EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN KEMANDIRIAN EKONOMI DI DESA SUNGAI LANGKA KECAMATAN GEDONG TATAAN KABUPATEN PESAWARAN." FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG, 2018.
- Mardikanto, Totok, and Poerwoko Soebiato. *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Persepektif Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Moelyono, Mauled. *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan Dan Kebutuhan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010.
- Munandar, and Utami. *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Permana, Bagus Udiansyah, Darsono Wisadirana, and Mardiyono. "Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Inovasi Ekonomi Kreatif Dalam Penanggulangan Kemiskinan." *Wacana* 17, no. 4 (2014): 246–254.
- Priyono, and Zainuddin Ismail. *Teori Ekonomi*. Edited by Teddy Chandra. Pertama. Surabaya: Dharma Ilmu, 2012.
- Rahmah, Aulia. "Proses Difusi Inovasi Dengan Pemanfaatan Teknologi Informasi Untuk KegiatanEkonomi Kreatif Oleh Pelaku Usaha Sasirangan Di Banjarbaru." *JIEB : JURNAL ILMIAH EKONOMI BISNIS* 5, no. 1 (2019): 012–016. <http://ejurnal.stiepancasetia.ac.id/index.php/jieb>.
- Riyanti, Chika, and Santoso Tri Raharjo. "ASSET BASED COMMUNITY DEVELOPMENT DALAM PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)." *JURNAL KOLABORASI RESOLUSI KONFLIK* 3, no. 115–126 (2021).
- Serly, Lestari Usgia. "Analisis Teori-Teori Pertumbuhan Ekonomi Sebuah Studi Literatur." *Skripsi* (2018): 157.
- Soenyono. *Sosiologi Pemberdayaan Masyarakat (Community Empowerment)*. Surabaya:

Jenggala Pustaka Utam, 2012.

Utami, Nisa Nimah. "PENGELOLAAN HUTAN BERSAMA MASYARAKAT DITINJAU DARI PERSPEKTIF ASSETS BASED COMMUNITY DEVELOPMENT." *Social Work Jurnal* 5, no. 2 (n.d.): 106–208.