

**KIAT-KIAT MERINTIS USAHA DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF
MENUJU DESA WISATA PADA PEMUDA DI MA ISHLAIL ATHFAL RUMAK
KECAMATAN KEDIRI**

**I Gusti Ayu Oka Netrawati¹⁾, Suharti²⁾, I Gusti Agung Didit Eka Permadi³⁾, Ibroni⁴⁾,
Hayati Efendi⁵⁾, Nonik Heriyana⁶⁾**

^{1,2,3}Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi 45 Mataram

^{4,5,6}Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi 45 Mataram

Article Info	ABSTRAK
<p>Article history: <i>Received 25-05-2023.</i> <i>Revised 02-06-2023.</i> <i>Accepted 16-06-2023.</i></p>	<p>Masyarakat mulai akrab dengan industri rumahan (<i>home industry</i>) yang menjual ide kreatif untuk menghasilkan pendapatan. Kewirausahaan pada hakekatnya adalah sifat, ciri dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif. Desa memiliki potensi yang dapat dikembangkan menjadi desa wisata, yakni potensi alam, potensi sumber daya manusia maupun potensi budaya. Di zaman milenial ini para pemuda dituntut untuk berfikir kreatif dan inovatif. Pengembangan ekonomi kreatif untuk menuju desa wisata pada pemuda di MA Ishlahil Athfal Rumak Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat yang diawali dengan merintis usaha sebagai seorang wirausaha akan mendorong percepatan pertumbuhan ekonomi masyarakat di Desa Rumak Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat. Kesimpulan yang diperoleh dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini bahwa pengembangan ekonomi kreatif pada pemuda di MA Ishlahil Athfal Rumak Kecamatan Kediri dalam membangun desa wisata setelah dilaksanakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah terbentuknya perubahan pola pikir para pemuda untuk merintis usaha yang nantinya akan memberikan pengembangan desa wisata bagi Desa Rumak di Kecamatan Kediri. Saran yang bisa diberikan untuk pengembangan ekonomi kreatif menuju desa wisata yaitu dengan membangun jenis usaha seperti oleh-oleh, kerajinan tangan (<i>handycrafts</i>), dan kesenian.</p>
<p>Keywords: <i>Home Industry</i> <i>Village Tourism</i> <i>Economy Creative</i> <i>Souvenirs</i> <i>Art</i></p>	<p>ABSTRACT <i>People are becoming familiar with home industries that sell creative ideas to generate income. Entrepreneurship is essentially the nature, characteristics, and character of a person who has the will to creatively realize innovative ideas in the real world. Villages have the potential that can be developed into tourist villages, namely natural potential, human resource potential, and cultural potential. In this millennial era, young people are required to think creatively and innovatively. Creative economic development towards a tourist village for youth at MA Ishlahil Athfal Rumak, Kediri District, West Lombok Regency which begins with starting a business as an entrepreneur will encourage the acceleration of community economic growth in Rumak Village, Kediri District, West Lombok Regency. The conclusion obtained from this community service activity is that the creative economic development of youth at MA Ishlahil Athfal Rumak, Kediri District</i></p>

in building a tourist village after the implementation of community service activities is the formation of a change in the mindset of young people to pioneer a business which will later provide tourism village development for Rumak Village in Kediri District. Suggestions that can be given for the development of a creative economy for a tourist village are to build types of businesses such as souvenirs, handicrafts, and art.

Corresponding Author: diditekapermadi@gmail.com

PENDAHULUAN

Masyarakat mulai akrab dengan industri rumahan (*home industry*) yang menjual ide kreatif untuk menghasilkan pendapatan. Para pakar ekonomi menyebutnya dengan istilah “ekonomi kreatif”, yakni sebuah “talenta” (baru) yang mengubah kehidupan masyarakat melalui ide/gagasan kreatif, sehingga menghasilkan produk-produk bernilai tambah ekonomi yang mampu menjadikan kehidupan lebih sejahtera. Kata “talenta” sendiri memiliki banyak definisi atau pengertian. Menurut Webster’s New World Dictionary (1991: 1365), *tal-ent* – dalam bahasa Inggris kuno (*Old English*): *talente*, dalam bahasa Latin: *talentum*, dan dalam bahasa Yunani: *talanton*. Merupakan kata benda yang diartikan sebagai: *1 any of various large units of weight or of money (the value of a talent weight in gold, silver, etc.) used in ancient Greece, Rome, the Middle East, etc. 2 any natural ability or power; natural endowment 3 a superior, apparently natural ability in the arts or sciences or in the learning or doing of anything 4 people collectively, or a person, with talent [to encourage young talent]*. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI (2005:1127) dinyatakan bahwa talenta adalah pembawaan seseorang sejak lahir; bakat. Menyimak beragam pengertian dan definisi tersebut, dalam konteks ini “talenta” diartikan sebagai anugerah Tuhan berupa ide/gagasan kreatif yang bernilai tambah ekonomi dan karenanya dapat mengubah kehidupan menjadi lebih sejahtera.

Bagaimana dengan ekonomi kreatif? Ekonomi kreatif dimulai ketika pada tahun 1995 di London, Landry dan Bianchini merilis ide kreatif mereka dalam buku *The Creative City*. Di era Y2K (*Year 2 Kilo*) atau tahun 2000, Landry kembali mengemukakan ide yang menggugah para kepala daerah (walikota) dan pemangku kepentingan pembangunan ekonomi-budaya melalui bukunya, *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. Sekali lagi, konsep yang ditawarkan adalah “Kota Kreatif” (*creative city*). Diawal risetnya, Florida (2012) menyampaikan hasil studi tentang transformasi produk-produk perekonomian, industri kreatif, dan bangkitnya kelas kreatif (*The Rise of Creative Class*). Dinyatakan pula bahwa perekonomian dunia telah mengalami pergeseran. Bila pada abad XX, ekonomi bertumpu pada produk manufaktur, maka saat ini telah mengalami pergeseran ke ekonomi yang bersumber dari kreativitas sebagai komoditas utamanya di abad XXI.

Mengapa ekonomi kreatif? Haruskah daerah otonom menjadi sebuah “kota kreatif”? Sampai saat ini, Indonesia masih menghadapi berbagai permasalahan terkait dengan kesejahteraan masyarakatnya. Dalam perspektif sosio-ekonomi terlihat bahwa sekalipun terjadi pertumbuhan ekonomi dalam negeri, namun beberapa indikator pembangunan belum menunjukkan perubahan yang signifikan dan memuaskan. Permasalahan ini merupakan akumulasi berbagai persoalan di daerah. Bahkan tren selama 3 (tiga) tahun terakhir (2020-2022) mengindikasikan secara jelas dan nyata beberapa indikator yang harus segera direspons dengan seksama melalui talenta baru dan strategi yang tepat.

Ekonomi kreatif merupakan sistem transaksi (*supply and demand*) yang memiliki pengertian lebih luas daripada industri kreatif. Menurut Wikipedia, industri kreatif adalah *a set of interlocking industry sectors that focus on creating unique property, content or design that previously did not exist*. Sedangkan *Department for Culture, Media and Sport-DCMS* pemerintah United Kingdom (UK) memberikan definisi tentang industri kreatif sebagai *as those industries which their origin in individual creativity, skill and talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploration of intellectual property and content* (industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut) (*Creative Industries Mapping Document, DCMS, 2001*).

Subsektor-subsektor yang dimasukkan dalam fokus industri kreatif pada dasarnya diserahkan pada kebijakan negara yang bersangkutan. Karena, tiap negara yang *concern* terhadap industri kreatif membangun kompetensi ekonomi kreatif dengan caranya masing-masing sesuai dengan kemampuan yang dimiliki oleh negara tersebut. Hal yang perlu dijadikan catatan adalah subsektor-subsektor kompetensi dalam industri kreatif tersebut pada dasarnya dibangun melalui pengembangan tiga fokus industri berbasis, yaitu: (1) lapangan usaha kreatif dan budaya (*creative cultural industry*), (2) lapangan usaha kreatif (*creative industry*), dan (3) hak kekayaan intelektual (*copyright industry*).

Kewirausahaan pada hakekatnya adalah sifat, ciri dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif (Suryana, 2000). Istilah kewirausahaan berasal dari terjemahan "*Entrepreneurship*", dapat diartikan sebagai "*the backbone of economy*", yang adalah syaraf pusat perekonomian atau pengendali perekonomian suatu bangsa (Soeharto Wirakusumo, 1997:1). Secara epistemologi, kewirausahaan merupakan suatu nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha atau suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru dan berbeda. Menurut Thomas W. Zimmerer, kewirausahaan merupakan penerapan kreativitas dan keinovasian untuk memecahkan permasalahan dan upaya untuk memanfaatkan peluang yang dihadapi sehari-hari. Kewirausahaan merupakan gabungan dari kreativitas, keinovasian dan keberanian menghadapi resiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru. Wirausaha adalah kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis; mengumpulkan sumber daya-sumber daya yang dibutuhkan untuk mengambil tindakan yang tepat dan mengambil keuntungan dalam rangka meraih sukses.

Wirausaha merupakan orang yang mengorganisir dan mengarahkan usaha baru. Wirausaha berani mengambil risiko yang terkait dengan proses memulai usahanya. Beberapa wirausaha dapat terlahir dalam suatu seni dengan mulai membuka usaha kecil-kecilan seperti kedai nasi, kios rokok, bengkel sepeda, dan akhirnya terus berkembang menjadi besar dan sukses. Kebanyakan dari mereka yang belajar menjadi wirausaha, selalu mengikuti dan mempelajari keberhasilan para wirausaha yang berpengalaman. Mungkin mereka telah mengagumi keberhasilan seseorang, kerabat, kawan, atau dari orang tua.

Menurut modul pembelajaran wirausaha yang dikeluarkan oleh Dirjen Dikti, ada beberapa langkah-langkah yang dapat dilakukan apabila seseorang ingin memulai wirausaha. (a). Pilih bidang usaha yang anda minati dan memiliki hasrat dan pengetahuan di dalamnya. Kewirausahaan (*entrepreneurship*) muncul apabila seseorang individu berani mengembangkan usaha-usaha dan ide-ide barunya. Proses kewirausahaan meliputi semua fungsi, aktivitas dan tindakan yang berhubungan dengan perolehan peluang dan penciptaan organisasi usaha (Suryana, 2001). Wirausahawan adalah mereka yang melakukan upaya-upaya kreatif dan inovatif dengan jalan mengembangkan ide, dan (*preparation*) hidup (Prawirokusumo, 1997). (b). Perluas dan perbanyak jaringan bisnis dan pertemanan. Jaringan dan pertemanan memberikan jalan dalam membangun usaha seseorang, karena seringkali tawaran-tawaran peluang bisnis dan dukungan pengembangan bisnis datang dari rekan-rekan di dalam jaringan tersebut. Namun anda tetap harus hati-hati, karena tidak pernah ada yang namanya makan siang gratis, siapapun itu, anda harus tetap berhati-hati dan mempersiapkan akan datangnya hal-hal yang tidak terduga. Oleh karena itu, sebelum kesepakatan kerja sama ditandatangani, harus jelas dulu apa saja yang disepakati beserta aturan mainnya dan sanksi-sanksi, bila salah satu pihak ingkar janji dari kerja sama. (c). Pilihlah keunikan dan nilai unggul dalam produk/jasa anda. Kebanyakan orang tidak sadar, ketika memulai berbisnis, terjebak di dalam fenomena banting harga. Padahal, ada kalanya, harga bukan segalanya. Anda harus bisa mencari celah dan ceruk pasar yang unik. Anda harus menentukan posisi anda di dalam peta persaingan usaha. Jika anda menilai terlalu tinggi jasa/produk anda, sementara hal yang anda tawarkan itu tidak punya keunggulan yang sangat spesifik dan memiliki nilai tambah, maka orang akan berpaling kepada usaha sejenis dengan harga dan kualitas yang jauh lebih baik. (d). Jaga kredibilitas dan *brand image*. Menjaga kredibilitas dan *brand image* merupakan suatu yang penting dalam memulai usaha. Seringkali kita ketika memulai berusaha, melupakan faktor nama baik, kredibilitas dan pandangan orang terhadap produk/jasa kita. (e). Berhemat dalam operasional secara terencana serta sisihkan uang untuk modal kerja dan penambahan investasi alat-alat produksi/jasa.

Desa memiliki potensi yang dapat dikembangkan menjadi desa wisata, yakni potensi alam, potensi sumber daya manusia maupun potensi budaya. Pengembangan wisata perdesaan merupakan salah satu inovasi masyarakat dalam menangkap peluang dan potensi wisata di desa. Menurut Istiqomah (2015)

desa wisata merupakan kawasan perdesaan yang menawarkan berbagai kehidupan sosial, ekonomi dan budaya yang memiliki potensi untuk dikembangkan berbagai komponen wisata. Sejalan dengan dinamika perkembangan pariwisata saat ini, bahwa kegiatan pariwisata tidak hanya terpusat di kota-kota besar namun sudah merambah ke wilayah pedesaan, terbukti dengan banyaknya desa-desa yang sudah berhasil mengembangkan potensi wisatanya yang dikelola dengan baik sehingga mampu meningkatkan pendapatan asli desa dari sektor tersebut. Bahkan saat ini beberapa desa yang sudah tidak menerima dana desa dari pemerintah karena telah menjadi desa mandiri yang mampu mengelola potensi daerahnya dengan baik, salah satunya dengan pengembangan desa wisata. Hal tersebut sejalan dengan apa yang disampaikan Indriyani, dkk (2018) bahwa pengembangan desa wisata dapat dijadikan salah satu sumber pendapatan bagi desa dan masyarakatnya, sehingga jika peluang ini dapat ditangkap oleh pemerintah desa dan masyarakatnya, maka berdampak pada peningkatan ekonomi dengan pengembangan desa wisata tersebut. Di samping itu pengembangan desa wisata hendaknya dapat menjaga kelestarian budaya masyarakat pedesaan melalui keterlibatan masyarakat sebagai pelaku kegiatan pariwisata di desanya (Susiyanti dalam Sugiatri, 2016).

Di zaman milenial ini para pemuda dituntut untuk berfikir kreatif dan inovatif. Pergerakan zaman yang terlampau cepat membuat kita harus mengikuti tren yang ada, baik dari sisi pengetahuan, pendidikan maupun kreatifitas untuk membuat sesuatu hal yang baru. Menurut (Oemar, 2009) pendidikan ialah setiap usaha, pengaruh, perlindungan, dan bantuan yang diberikan kepada anak tertuju kepada pendewasaan anak itu, atau lebih tepat membantu anak agar cukup cakap melaksanakan tugas hidupnya sendiri. Pengaruh itu datang dari orang dewasa (atau yang diciptakan oleh orang dewasa seperti sekolah, buku, putaran hidup sehari-hari, dan sebagainya) dan ditujukan kepada orang yang belum dewasa (Hasbullah, 2009) Semakin cepatnya laju pertumbuhan pengetahuan, pendidikan serta kreatifitas yang semakin hari semakin berinovasi sesuai pergerakan zaman membuat banyak para pemuda yang berada di Desa (khususnya) mengalami ketertinggalan (Asy'arie, 2016).

Pengembangan ekonomi kreatif untuk menuju desa wisata pada pemuda di MA Ishlahil Athfal Rumak Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat yang diawali dengan merintis usaha sebagai seorang wirausaha akan mendorong percepatan pertumbuhan ekonomi masyarakat di Desa Rumak Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat. Lapangan usaha kreatif dan budaya (*creative cultural industry*) yaitu usaha pembuatan keramik, gerabah, dan musik tradisional suku sasak telah memberikan suatu potensi kearifan lokal sebagai suatu desa wisata yang cocok untuk dikembangkan dan dikelola oleh para wirausaha muda (kaum pemuda) yang terpelajar seperti siswa-siswi MA Ihlalil Athfal Rumak untuk membangun perekonomian di desa mereka.

Berdasarkan uraian di atas, kami mengadakan atau melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema "**Kiat-kiat Merintis Usaha dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif menuju Desa Wisata pada Pemuda di MA Ishlahil Athfal Rumak Kecamatan Kediri**".

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan analisis situasi dan permasalahan mitra maka aspek penting yang akan diselesaikan dalam kegiatan pengabdian ini adalah kurangnya pemahaman peran pemuda pada bidang Ekonomi Kreatif dalam pengembangan desa wisata di Desa Rumak Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat. khususnya pemuda MA Ihlalil Athfal. Kegiatan awal dalam pelaksanaan pengabdian ini adalah ketua tim pengabdian bersama anggota melakukan koordinasi dengan pihak sekolah tentang kegiatan pengabdian mulai dari survei hingga pelaksanaan sosialisasi. Tahapan kegiatan yang dilakukan adalah: 1) Pengamatan dan analisis situasi masalah mitra; 2) Diskusi dengan kepala sekolah, guru-guru dan siswa-siswi; 3) Pelaksanaan Sosialisasi "Kiat-kiat Merintis Usaha dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Menuju Desa Wisata pada Pemuda di MA Ihlalil Athfal " dengan materi; a. Peran generasi muda pada bidang Ekonomi Kreatif; b. Kiat-kiat Merintis Usaha Ekonomi Kreatif dengan metode ceramah yang dilanjutkan dengan sesi tanya jawab dan penyusunan rekomendasi kedepan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dalam beberapa tahap yakni tahap awal dan tahap pelaksanaan kegiatan

1. Tahap Awal

Pada tahap awal kegiatan yang dilakukan adalah; 1) Pengamatan dan analisis situasi masalah mitra, dalam hal ini diwakili oleh Kepala Sekolah dan 2 orang perwakilan siswa MA Ishlahil Athfal Rumak. Dari hasil wawancara, dapat disimpulkan permasalahan dasar yang dihadapi oleh pemuda di MA Ishlahil Athfal Rumak dalam mengembangkan ekonomi kreatif supaya Desa Rumak menjadi desa wisata yaitu bahwa masalah utama untuk mengembangkan ekonomi kreatif terletak pada potensi usaha yang berwawasan kearifan lokal masyarakat suku sasak di Desa Rumak sendiri, seperti usaha pembuatan keramik, gerabah, dan musik tradisional suku sasak yang mencirikan suatu keunikan yang harus ditampilkan sebagai sebuah desa wisata yang dibangun berdasarkan prinsip ekonomi kreatif dan budaya (*creative cultural industry*). 2) Diskusi dengan Kepala Sekolah, guru-guru, dan siswa-siswi sebagai kaum pemuda di MA Ishlahil Athfal Rumak yang akan mengembangkan ekonomi kreatif melalui perintisan atau pembangunan usaha kreatif untuk mewujudkan terbentuknya desa wisata di Desa Rumak Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat dan pihak-pihak terkait lainnya. 3). Penentuan pelaksanaan dan tempat kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat bersama Kepala Sekolah, guru-guru, dan siswa-siswi MA Ishlahil Athfal sebagai kaum pemuda di Desa Rumak Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat, sekaligus pembagian tugas bagi tim Pengabdian kepada Masyarakat agar kegiatan dapat berjalan dengan baik dan kondusif. Kegiatan awal ini dilakukan selama 2 minggu pada bulan Februari 2023.

1. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahap pelaksanaan kegiatan terbagi menjadi 3 bagian yaitu tahap penyampaian materi, tahap diskusi tanya jawab dan tahap diskusi rencana tindak lanjut. Kegiatan sosialisasi dilaksanakan pada tanggal 28 Februari 2023 di Aula Pertemuan MA. Ishlahil Athfal Rumak Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat. Peserta sosialisasi yang hadir merupakan perwakilan siswa-siswi kelas XII. Dengan memberdayakan siswa-siswi ini diharapkan dapat memajukan generasi muda yang mampu meningkatkan pemahaman dan pengembangan kemampuan dibidang ekonomi kreatif, pasca mereka lulus sekolah. Susunan acara kegiatan Sosialisasi "Kiat-kiat Merintis Usaha dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Menuju Desa Wisata pada Pemuda di MA Islahil Athfal Rumak Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat" sebagai berikut: a) Pembukaan, b) Sambutan ketua tim pengabdian kepada masyarakat, c) Sambutan perwakilan dari Kepala Sekolah d) Penjelasan materi sosialisasi e) Diskusi dan tanya jawab, f) Pembahasan rencana tindak lanjut, g) Penutup dengan foto bersama antara peserta dan tim pengabdian kepada masyarakat dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi 45 Mataram.

Pemaparan Materi:

Pemaparan materi disampaikan oleh Tim pengabdian kepada masyarakat:

1. Dra. IGA Oka Netrawati, M.Erg sebagai ketua tim menyampaikan materi sosialisasi tentang konsep ekonomi kreatif.

Kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik itu berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan yang ada sebelumnya (Supriadi, 2001). Dalam setiap kegiatan ekonomi diperlukan suatu pemikiran yang kreatif yang dapat membantu alternatif Tindakan. Seorang wirausahawan adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menangkap peluang bisnis, mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan dan mengambil Tindakan yang tepat, serta memastikan keberhasilan. Seorang wirausahawan tidak hanya mampu berbuat sesuatu yang baik bagi dirinya melainkan bagi orang lain.

Peranan wirausahawan juga mampu membuka lapangan kerja baru, sehingga dapat membantu pemerintah dalam mengurangi pengangguran. Gagasan kreatif sangat diperlukan dalam kehidupan ekonomi. Karena gagasan ini para pelaku ekonomi muncul suatu ide inovatif yang akhirnya dapat menjadi pendorong dalam meningkatkan kegiatan ekonomi. Perekonomian mengalami transformasi yang tadinya berbasis Sumber Daya Alam (SDA) diikuti menjadi berbasis Sumber Daya Manusia (SDM). Artinya kegiatan ekonomi

dikembangkan mencakup industry dengan kreativitas sumber daya manusia sebagai asset utamanya untuk menciptakan nilai tambah ekonomi.

Ekonomi kreatif merupakan proses ekonomi yang termasuk kegiatan produksi dan distribusi barang serta jasa didalamnya yang membutuhkan gagasan dan ide kreatif serta kemampuan intelektual dalam membangunnya. Ekonomi kreatif merupakan gabungan dua kata yang masing-masing memiliki makna tersendiri. Ekonomi itu sendiri menurut Kamus besar Bahasa Indonesia merupakan ilmu tentang asas-asas produksi, distribusi, dan pemakaian barang-barang serta kekayaan, sementara kreatif merupakan kemampuan dalam memiliki daya cipta serta kemampuan untuk menciptakan. Dapat dikatakan bahwa ekonomi kreatif merupakan proses perekonomian yang mengutamakan nilai kreativitas.

Menurut Kementerian Perdagangan Indonesia (2009), ekonomi kreatif didefinisikan sebagai wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreatifitas, yang mana pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan.

Undang-Undang Nomor 24 tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif bertujuan untuk mengoptimalkan kreativitas sumber daya manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi. Pengelolaan Ekonomi Kreatif dan potensinya perlu dilakukan secara sistematis, terstruktur, dan berkelanjutan. Melalui pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif yang memberikan nilai tambah pada produk Ekonomi Kreatif yang berdaya saing tinggi, mudah diakses, dan terlindungi secara hukum. Dalam Undang-Undang Nomor 24 tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif memiliki tujuan untuk: a. Mendorong seluruh aspek Ekonomi Kreatif sesuai dengan perkembangan kebudayaan, teknologi, kreativitas, inovasi masyarakat Indonesia, dan perubahan lingkungan perekonomian global; b. Menyejahterakan rakyat Indonesia dan meningkatkan pendapatan negara; c. Menciptakan Ekosistem Ekonomi Kreatif yang berdaya saing global; d. Menciptakan kesempatan kerja baru yang berpihak pada nilai seni dan budaya bangsa Indonesia serta sumber daya ekonomi lokal; e. Mengoptimalkan potensi Pelaku Ekonomi Kreatif; f. Melindungi hasil kreativitas Pelaku Ekonomi Kreatif; dan g. Mengarusutamakan Ekonomi Kreatif dalam Rencana Pembangunan Nasional.

Seiring dengan semakin meningkatnya penetrasi smartphone, industri pengembangan aplikasi semakin meningkat dan menjadi sub sektor yang berpotensi besar ke depannya. Menurut Kemenparekraf, berikut ini adalah manfaat dari ekonomi kreatif Indonesia sejauh ini: 1. Menciptakan lapangan kerja baru 2. Membuat masyarakat menjadi lebih kreatif 3. Mengurangi angka pengangguran 4. Meningkatkan inovasi di berbagai bidang 5. Menciptakan kompetisi bisnis yang lebih sehat

2. Suharti, SE.,MM dalam hal ini selaku anggota tim pengabdian kepada masyarakat menyampaikan materi sosialisasi tentang “Kiat-kiat Merintis Usaha dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Menuju Desa Wisata.

Bisnis adalah cara untuk menghasilkan uang dan membangun masa depan yang stabil. Namun, dalam memulai bisnis dari nol bukanlah yang mudah untuk dilakukan. Banyak hal yang perlu dipertimbangkan, seperti ide bisnis, sumber pendanaan, pemasaran, dan masih banyak lagi.

Beberapa tahun terakhir ini tren menjadi pengusaha dengan cara berwirausaha semakin mengalami peningkatan. Hal ini salah satunya dipengaruhi oleh digitalisasi yang memudahkan seseorang untuk menjual produknya melalui online. Namun bagi Sebagian orang, anggapan berbisnis tidak mudah. Pemikiran tersebut tidak salah, karena bisnis akan lebih baik jika memiliki konsep dan rencana yang tepat. Memulai bisnis adalah hal yang menantang, namun juga sangat menyenangkan dan membawa banyak kepuasan. Oleh karena itu, bagi para pemula/pemuda yang ingin memulai bisnis/usaha, penting untuk mempelajari dan memahami beberapa kiat-kiat sukses yang dapat membantu mengatasi masalah dan memastikan bisnis berjalan dengan baik.

Kiat-kiat sukses merintis usaha bagi pemula; meskipun pemula, kita memiliki kesempatan untuk membangun usaha yang sukses, semua pengusaha yang sudah sukses, dulu

pernah seperti anda yang memulai semuanya dari nol. Lalu apa kiat-kiat yang bisa anda lakukan sebagai pemula dalam memulai usaha, adalah: 1). Perluasan wawasan tentang bisnis; dengan cara memperbanyak referensi buku bacaan, mengikuti seminar/workshop, bergabung dengan komunitas *entrepreneur*. Pelajari bagaimana cara membuat rencana bisnis, pemasaran, branding, manajemen financial, administrasi usaha, dan sebagainya. Pengetahuan akan menjadi investasi utama yang sangat berharga untuk keberlanjutan usaha anda. 2) Menentukan ide bisnis yang menarik; ide bisnis harus berdasarkan pada keahlian dan minat dari pemilik bisnis, serta memahami pasar dan kebutuhan konsumen, selain itu perlu melakukan analisis pesaing untuk mengetahui bagaimana bisnis berbeda dan menonjol dari pesaing. 3). Focus pada satu bisnis; semangat menjadi seorang pebisnis akan sangat membara diawal-awal memulai usaha, sebaiknya focus pada satu bisnis dulu, jangan karena sudah bisa mendapatkan sedikit keuntungan, lalu menjadi sangat percaya diri untuk membuat bisnis baru. 4) Mencari sumber pendanaan; menentukan kebutuhan dana dan mencari sumber pendanaan adalah hal penting dalam memulai bisnis. Ada berbagai cara untuk mendapatkan dana, seperti pinjaman bank, pendanaan dari investor, atau bahkan menggunakan uang pribadi/keluarga. Alternatif lain adalah memulai bisnis dengan modal kecil dan mengembangkan bisnis secara bertahap, atau bisa menjadi *reseller*. 5). Pemasaran dan promosi; ini sangat penting untuk memperkenalkan bisnis kepada pelanggan dan memastikan bisnis dikenal. Strategi pemasaran yang efektif dapat mencakup penggunaan teknologi dan media social, serta mempromosikan produk atau bisnis dengan cara memberikan informasi yang berkualitas dan terupdate. Oleh karena itu informasi yang ditawarkan pada saat promosi haruslah bersifat layak dan didukung oleh data yang valid. 7) Menjaga kualitas produk dan layanan: hal ini penting untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan dan memastikan bisnis berjalan dengan baik. Standar kualitas layanan harus ditetapkan dan diukur secara teratur untuk memastikan bahwa produk dan layanan selalu memenuhi harapan pelanggan. Inovasi dan peningkatan kualitas juga penting untuk mengatasi pesaing dan memastikan bisnis tetap relevan. 8) Perluas jaringan pertemanan; semakin banyak teman, kita akan semakin banyak belajar hal-hal baru. Membangun jaringan akan membantu keberlangsungan bisnis kedepan.

Pentingnya peran pemuda dalam pengembangan ekonomi kreatif; pemuda merupakan kunci dari keberhasilan penerapan ekonomi kreatif di Indonesia. Pemuda memiliki kelebihan yaitu mampu berpikir diluar kebiasaan atau yang disebut dengan *out of the box*. Dengan kemampuan tersebut, pemuda dapat berpikir secara kreatif dan mampu mengembangkan sesuatu menjadi lebih bernilai. Di banyak negara, pemuda dianggap sebagai agen perubahan yang dapat mendorong inovasi, kreativitas, dan pertumbuhan ekonomi dalam sector ekonomi kreatif. Beberapa aspek yang mencerminkan peran pemuda dalam ekonomi kreatif saat ini adalah; 1) kewirausahaan dan inovasi; pemuda sering kali memiliki semangat kewirausahaan yang tinggi dan daya inovasi yang kuat. Mereka cenderung berpikir diluar kotak, menciptakan ide-ide baru, dan menerapkan pendekatan yang kreatif dalam memecahkan masalah. Ini dapat membantu dalam mengembangkan produk dan jasa baru yang inovatif dalam sector ekonomi kreatif; 2). Penggunaan teknologi dan *platform* digital; pemuda tumbuh dalam era digital dan cenderung mahir dalam penggunaan teknologi dan *platform digital*. Mereka mampu memanfaatkan media social, *platform e-commerce*, dan alat digital lainnya untuk mempromosikan dan memasarkan produk kreatif mereka. Hal ini memungkinkan pemuda untuk mencapai *audiens* yang lebih luas dan meningkatkan *visibilitas* mereka dalam pasar global; 3) Kolaborasi dan Jaringan; pemuda sering memiliki kecenderungan untuk bekerja secara kolaboratif dan membangun jaringan. Mereka dapat berkolaborasi dengan pelaku ekonomi kreatif lainnya, seperti seniman, desainer, dan pelaku industry kreatif lainnya, untuk menciptakan proyek Bersama dan memperluas potensi bisnis. Pemuda juga dapat memanfaatkan komunitas lokal, ruang kerja Bersama, dan platform *online* untuk berbagi pengetahuan, pengalaman, dan sumber daya; 4) Pendidikan dan pelatihan; pemuda dapat memanfaatkan Pendidikan formal dan pelatihan khusus dalam bidang ekonomi kreatif. Banyak Lembaga Pendidikan dan pelatihan yang menawarkan program yang

berkaitan dengan seni, desain, teknologi informasi, manajemen bisnis kreatif, dan lainnya. Pendidikan dan pelatihan ini dapat membantu pemuda dalam mengembangkan keterampilan kreatif, manajerial, dan teknis yang diperlukan dalam menjalankan bisnis di sektor ekonomi kreatif; 5) Keberlanjutan dan pengaruh sosial; pemuda saat ini semakin menyadari pentingnya keberlanjutan dan dampak sosial dari aktivitas ekonomi. Mereka cenderung berfokus pada praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan, seperti produksi yang ramah lingkungan, pemberdayaan komunitas lokal, dan pelestarian budaya. Pemuda dapat menjadi agen perubahan dalam mempromosikan pembangunan ekonomi kreatif yang berkelanjutan dan inklusif

Disamping kekuatan yang dimiliki oleh para pemuda Indonesia sebagai pelaku ekonomi kreatif, disisi lain Indonesia memiliki modal yang luar biasa besar guna mengembangkan dan meningkatkan ekonomi kreatif. Modal besar Indonesia dalam hal ini adalah memiliki SDA yang berlimpah serta beragam, dari SDA yang banyak tersebut dapat menjadi pemantik sehingga tercipta keberagaman ide yang kreatif dan inovatif yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan ekonomi kreatif. Adanya kekuatan (*strength*) yang dimiliki oleh para pemuda Indonesia menjadikan terbukanya peluang (*opportunity*) yang dapat memberikan kesejahteraan bagi masyarakat yaitu karena terbukanya lapangan pekerjaan baru. Terciptanya lapangan pekerjaan baru di industri kreatif dapat pada beberapa sektor, yaitu pada bidang pengembangan aplikasi atau permainan, pembuatan film atau video, desain produk atau desain interior, dalam bidang musik, fotografi dan masih banyak lagi sub sektor dari industri kreatif tersebut. Ketika sektor ekonomi kreatif ini dari waktu ke waktu bisa berkembang maka perekonomian Indonesia dapat meningkat secara signifikan. Namun dari segala kekuatan dan modal yang ada serta adanya peluang yang dapat diperoleh oleh Indonesia, disisi lain Indonesia memiliki kelemahan (*weakness*) yang dapat mengancam dan membahayakan kelancaran dari pengembangan dan peningkatan ekonomi kreatif.

Tanya Jawab

Setelah pemaparan materi oleh tim, kegiatan selanjutnya adalah tanya jawab. Ada beberapa pertanyaan yang diajukan oleh peserta yaitu; 1). Apa saja potensi ekonomi kreatif yang bisa dimanfaatkan oleh anak muda dan bagaimana memanfaatkan kreativitas untuk menciptakan peluang usaha dalam industry ekonomi kreatif; 2) Bagaimana caranya untuk memperoleh keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk sukses dalam industry ekonomi kreatif; 3) Apa dampak positif yang dapat diperoleh ketika pemuda berpartisipasi aktif dalam pengembangan ekonomi kreatif; 4) Bagaimana mengatasi hambatan dalam permodalan/finansial untuk memulai usaha ?; 5) Apa saja platform yang muda untuk pemasaran digital; 6) Apa saja skill yang harus dikuasai dalam pemasaran melalui social media.

Pemateri kemudian memberikan tanggapan dari pertanyaan peserta;

Pengembangan potensi yang ada di Desa Rumak yaitu sebagai salah satu sentra produksi gerabah di Kabupaten Lombok Barat yang sudah diakui kualitasnya, kegiatan ekonomi kreatif yang bisa dimunculkan adalah menambah corak atau motif dari produk gerabah dengan motif khas sasak sehingga menghasilkan keunikan yang menggugah minat wisatawan untuk membelinya sebagai oleh-oleh.

Upaya yang dapat dilakukan oleh anak muda dalam meningkatkan keterampilan dan kemampuan dalam industry ekonomi kreatif adalah; 1) mengambil Pendidikan formal atau non formal terkait bidang ekonomi kreatif, dengan cara mendaftar pada program Pendidikan seperti kursus, Lembaga pelatihan, dan platform pembelajaran online yang saat ini banyak tersedia berbagai pilihan untuk meningkatkan keterampilan dalam bidang ini; 2) anak muda juga dapat bergabung dengan komunitas local, group diskusi online atau forum-forum lainnya. Ini memungkinkan anak muda untuk terhubung dengan orang-orang yang memiliki minat serupa, berbagi pengetahuan dan mendapat wawasan tentang tren terbaru dan peluang dalam industry ekonomi kreatif; 3) Belajar sendiri; selain Pendidikan formal, anak muda dapat belajar secara mandiri melalui buku, panduan online, tutorial video, atau sumber pembelajaran digital lainnya yang saat ini banyak tersedia.

Manfaat positif yang diperoleh anak muda ketika terlibat dalam pengembangan ekonomi kreatif, ini bisa membuka peluang karir yang menarik. Dimana pemuda dapat mengembangkan bakat, keterampilan dan minat dalam bidang seperti desain grafis, seni, musik, film, animasi, periklanan, dan banyak lagi. Selain itu ekonomi kreatif juga dapat memberikan anak muda kesempatan untuk menjadi pengusaha atau pekerja lepas yang dapat mengatur waktu sendiri dan mengejar passion mereka. Dan yang tak kalah penting adalah anak muda dapat mempromosikan dan memajukan budaya local dan tradisi mereka sendiri melalui karya seni dan bentuk ekspresi kreatif lainnya. Partisipasi anak muda dalam ekonomi kreatif dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi perkembangan individu, masyarakat dan ekonomi secara keseluruhan.

Strategi mengatasi masalah financial yang bisa dilakukan adalah membuat rencana anggaran yang terperinci, identifikasi biaya-biaya yang dibutuhkan untuk memulai usaha ekonomi kreatif seperti biaya produksi, bahan baku, peralatan, biaya pemasaran, dan biaya operasional lainnya. Tahap selanjutnya adalah mencari sumber pendanaan dengan memanfaatkan sumber dana internal dan pendanaan eksternal serta mencari tahu tentang program bantuan atau subsidi yang tersedia dari pemerintah, Lembaga-lembaga non profit, atau organisasi lainnya yang mendukung pengembangan usaha kreatif.

Platform digital yang dapat digunakan dalam pemasaran kegiatan ekonomi kreatif yaitu mengaplikasikan penggunaan *media sosial* (*facebook* dan *instagram*) dan *marketplace* seperti *tokopedia*, *bukalapak*, *shopee*, dan lainnya akan mempermudah masyarakat untuk bisa memperoleh informasi secara cepat untuk melakukan keputusan pembelian dalam kegiatan pemasaran *online*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai Sosialisasi “Kiat-kiat merintis usaha dalam pengembangan ekonomi kreatif menuju desa wisata pada pemuda di MA Ishlahil Athfal Rumak Kecamatan Kediri” dapat disimpulkan bahwa pemuda mampu meningkatkan pemahaman dan pengembangan kemampuan di bidang ekonomi kreatif khususnya menuju desa wisata dan mampu meningkatkan pemahaman dan pengembangan kemampuan mengenai peran generasi muda pada bidang ekonomi kreatif. Dari 30 peserta yang mengikuti kegiatan sosialisasi semua dapat memahami kiat-kiat dalam merintis usaha dalam pengembangan ekonomi kreatif menuju desa wisata. Pengembangan ekonomi kreatif pada pemuda di MA Ishlahil Athfal Rumak Kecamatan Kediri dalam membangun desa wisata setelah dilaksanakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah terbentuknya perubahan pola pikir para pemuda untuk merintis usaha yang nantinya akan memberikan pengembangan desa wisata bagi Desa Rumak di Kecamatan Kediri yang dirintis oleh pemuda di MA Ishlahil Athfal.

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan dapat diberikan saran supaya pemuda di MA Ishlahil Athfal Rumak Kecamatan Kediri membangun Desa Rumak menjadi desa wisata melalui pengembangan ekonomi kreatif dengan merintis usaha yang mampu mendatangkan wisatawan, baik lokal maupun mancanegara dan memberikan kontribusi bagi pengembangan industri pariwisata dan ekonomi kreatif di Provinsi Nusa Tenggara Barat. Jenis usaha yang bisa dibangun adalah oleh-oleh, kerajinan tangan (*handycrafts*), dan kesenian.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi 45 Mataram mengucapkan terima kasih untuk dukungan finansial dari Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi 45 Mataram yang sudah membiayai kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melalui LPPM (Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat) dan ijin yang telah diberikan oleh Kepala Sekolah MA Ishlahil Athfal di Desa Rumak Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat untuk mengadakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di sekolahnya.

DAFTAR PUSTAKA

Saksono, Herie. 2012. *Ekonomi Kreatif: Talenta Baru Pemicu Daya Saing Daerah*. Jurnal Bina Praja, Vol. 4 No. 2. pp. 93-104.

- Apriani, Deassy, Muhammad Subardin, Muhammad Teguh, Sri Andaiyani, dan Imelda. 2022. *Pelatihan untuk Berwirausaha pada Pemuda Putus Sekolah di Desa Kerinjing Kabupaten Ogan Ilir*. JPM: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang. Vol. 3 No. 2. pp. 164-174.
- Suwinardi. 2018. *Langkah Sukses Memulai Usaha*. Orbith, Vol. 14 No. 3. pp. 195-201.
- Suranny, Lilyk Eka. 2021. *Pengembangan Potensi Desa Wisata dalam rangka peningkatan Ekonomi Perdesaan di Kabupaten Wonogiri*. Jurnal Litbang Sukowati. Vol. 5 No. 1. pp. 49-62.
- Republik Indonesia. (2019). Undang-Undang Nomor 24 tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif.