

Penguatan Ekonomi Kreatif Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal di Desa Waru

¹Nuraisyah Jamar, ²Indri Arrafi Juliannisa

¹²Ekonomi Pembangunan, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, Jakarta
E-mail: ¹nuraisyahjamar@upnvj.ac.id, ²indri.arrafi@upnvj.ac.id.

ABSTRAK

Desa Waru, Kecamatan Parung, memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah, terutama di sektor pertanian dan kerajinan lokal. Namun, potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan ekonomi desa. Produk pertanian dan kerajinan masih banyak dijual dalam bentuk mentah dengan harga rendah. Pemahaman masyarakat mengenai pengolahan produk bernilai tambah, pemasaran, dan branding masih terbatas. Minimnya literasi kewirausahaan serta penggunaan teknologi digital menghambat pelaku UMKM desa dalam bersaing di pasar yang lebih luas. Masalah ini berakibat pada lambatnya pertumbuhan ekonomi serta terbatasnya peluang pemberdayaan ekonomi di desa. Sebagai solusi, Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memberikan penyuluhan mengenai ekonomi kreatif sebagai strategi pemberdayaan masyarakat Desa Waru, dengan pemanfaatan potensi lokal. Penyuluhan ini akan fokus pada pemahaman ekonomi kreatif, dan akan menasar Kelompok Wanita Tani (KWT) serta masyarakat umum. Kegiatan ini juga akan memaparkan studi kasus keberhasilan UMKM dan desa wisata kreatif. Dalam sesi diskusi, warga akan diajak untuk mengidentifikasi potensi produk unggulan desa. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai potensi lokal, menghasilkan daftar produk unggulan, dan mendorong motivasi kewirausahaan, terutama di kalangan perempuan dan pelaku UMKM. Hasil kegiatan ini diharapkan memperkuat pengembangan produk unggulan desa, memperluas pasar, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Kata kunci : *Desa Waru, Potensi Sumber Daya Alam, UMKM, Ekonomi Kreatif, Pemberdayaan Masyarakat, Kerajinan Lokal*

ABSTRACT

Desa Waru, located in Parung District, has abundant natural resources, particularly in the agricultural and local crafts sectors. However, these resources have not been optimally utilized to boost the village's economy. Agricultural products and handicrafts are still mostly sold in raw form at low prices. Furthermore, the community's understanding of value-added product processing, marketing, and branding remains limited. The lack of entrepreneurial literacy and digital technology utilization hampers local SMEs (small and medium enterprises) in competing in broader markets. This issue results in slow economic growth and limited economic empowerment opportunities in the village. As a solution, this

Community Service (PKM) activity aims to provide education on creative economy strategies for empowering the people of Waru Village, based on utilizing local potential. This educational program will focus on understanding the creative economy and target the Women Farmer Group (KWT) as well as the general community. The activity will also showcase case studies of successful SMEs and creative tourist villages. During the discussion session, residents will be encouraged to identify potential leading products from their village. This activity is expected to increase the community's knowledge of local potential, create a list of leading products, and motivate entrepreneurship, especially among women and SME actors. The outcome of this activity is expected to strengthen the development of village-leading products, expand market access, and enhance community welfare through inclusive and sustainable economic growth.

Keyword : Desa Waru, Natural Resource Potential,UMKM, Creative Economy,Community Empowerment ,Local Handicrafts

1. PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat merupakan pendekatan penting dalam pembangunan yang berfokus pada peningkatan kapasitas dan kesejahteraan warga melalui pemanfaatan sumber daya lokal. Ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal merupakan sebuah pendekatan pembangunan ekonomi yang memanfaatkan potensi budaya, tradisi, dan pengetahuan lokal untuk menciptakan produk dan jasa yang inovatif dan budaya (Darmono et al., 2025). Pendekatan ini menekankan pada pemanfaatan sumber daya lokal. Salah satu pemanfaatan sumber daya lokal berupa budaya masyarakat setempat. (Shantilawati et al., 2025)

Berdasarkan data dari Kemenparekraf, PDB sektor ekonomi kreatif Indonesia mengalami pertumbuhan yang konsisten dari tahun 2021 - 2024. PDB ekonomi kreatif meningkat dari Rp1.191,00 triliun pada 2021 menjadi Rp1.388,81 triliun pada 2024. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 17 sub-sektor ekonomi kreatif di Indonesia yaitu pengembang permainan, kriya, desain interior, music, seni rupa, desain produk, fashion, kuliner, film, animasi dan video,

fotografi, desain komunikasi visual, televisi dan radio, arsitektur, periklanan, seni pertunjukan, penerbitan, dan aplikasi (Giriyanto et al., 2025)

Sub-sektor utama yang mendominasi kontribusi ini adalah kuliner, fashion, dan kriya, yang masing-masing menyumbang sekitar 41,69%, 18,15%, dan 15,70% dari total PDB ekonomi kreatif. Sub-sektor tersebut menjadi sub-sektor penyumbang terbesar untuk PDB ekonomi kreatif dengan total kontribusi setiap tahun mencapai kisaran 75%. Ketiga sub-sektor tersebut berkontribusi besar terhadap ekspor ekraf. Pada sub-sektor fashion, sumbangan terbesar datang dari konveksi (57,85%). Kuliner, dari produk roti dan kue sebesar (50,84%). Pada sub-sektor kriya, sumbangan terbesarnya datang dari perhiasan (31,5%) dan furnitur (17,1%). Angka ini tidak hanya merefleksikan peningkatan PDB, tetapi juga menggambarkan bagaimana ekonomi kreatif secara nyata dapat mendorong pertumbuhan perekonomian Indonesia. (Shantilawati et al., 2025)

Ekonomi kreatif di Indonesia menunjukkan kontribusi yang signifikan di berbagai subsektor, dengan persentase kontribusi yang beragam tergantung bidangnya. Berdasarkan data terkini,

sektor aplikasi menyumbang sebesar 23,26% dari ekonomi kreatif nasional. Nadhia Putri Firnanda et al (2024) Sektor ini mencakup pengembangan perangkat lunak dan aplikasi digital yang tumbuh pesat seiring dengan transformasi digital di Indonesia (Arifani et al., 2025). Sektor game development atau pengembangan permainan memberikan kontribusi sebesar 32,56%. Industri ini berkembang pesat bukan hanya di pasar domestik tetapi juga di pasar internasional, dengan banyak pengembang lokal yang berhasil menciptakan produk-produk kreatif yang diminati secara global (Khuamir & Yazid, 2025). Bidang fesyen menyumbang 37,21%, menunjukkan kreativitas dan inovasi dalam desain pakaian dan aksesori yang menjadi salah satu ikon kebangkitan industri kreatif Indonesia. (Haidarsyah Dwi Albahi, 2025) Fesyen di Indonesia tidak hanya memenuhi pasar lokal tetapi juga mulai menembus pasar internasional dengan ciri khas budaya yang melekat pada desainnya.

Desa Waru, Kecamatan Parung, merupakan salah satu desa dengan potensi sumber daya alam dan keterampilan masyarakat yang melimpah, terutama di sektor pertanian, serta kerajinan lokal. Kecamatan Parung memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi melalui beragam produk hasil tani dan sumber daya lokal. Selain itu, pemberdayaan masyarakat difasilitasi melalui tahap kesadaran, pemahaman, dan pemanfaatan, memungkinkan penduduk lokal untuk memanfaatkan peluang di sektor kreatif. (Mega Sari, 2024). Di

Integrasi ini didukung oleh fasilitasi pemerintah dan partisipasi individu, sejalan dengan tujuan ekonomi nasional (Firmansyah et al., 2024). Sebagian peluang pengembangan tersebut masih memerlukan penguatan, khususnya dalam hal pengolahan produk bernilai tambah, strategi pemasaran, dan pemanfaatan teknologi digital. Tingkat literasi kewirausahaan yang masih perlu ditingkatkan juga menjadi ruang

pengembangan bagi pelaku UMKM desa agar dapat bersaing di pasar yang lebih luas (Syahrul F.2024). Dengan memperkuat aspek-aspek tersebut, Kecamatan Parung memiliki kesempatan besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan memperluas peluang pemberdayaan masyarakat.

Melalui program ini, diharapkan dapat mengembangkan sektor ekonomi kreatif di Desa Waru, Kecamatan Parung, sehingga menjadi lebih inovatif, mandiri, dan berkelanjutan, sekaligus menjadi langkah awal untuk meningkatkan daya saing produk desa di tingkat lokal maupun nasional. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan sebagai wujud implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, dengan fokus pada peningkatan wawasan dan kapasitas masyarakat desa, khususnya Kelompok Wanita Tani (KWT) dan pelaku UMKM. Program ini bertujuan memberikan pemahaman komprehensif tentang pemanfaatan potensi lokal, strategi pengembangan produk bernilai tambah, serta peran penting teknologi digital dan branding desa untuk meningkatkan daya saing. Kegiatan ini juga menargetkan peningkatan kesadaran masyarakat terhadap peluang digitalisasi dan pemanfaatan infrastruktur digital untuk mendukung promosi dan pemasaran produk lokal secara lebih efektif sekaligus meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Waru secara berkelanjutan.

Oleh karena itu, Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk memberikan penyuluhan dan pendampingan kepada pelaku UMKM, kelompok kreatif, dan masyarakat desa agar mampu mengenali potensi lokal, mengembangkan produk kreatif, serta memanfaatkan teknologi digital secara tepat

2. PERMASALAHAN MITRA

Di Desa Waru, Kecamatan Parung, terdapat berbagai potensi lokal yang

sebenarnya dapat dikembangkan menjadi sumber ekonomi kreatif yang bernilai bagi masyarakat. Berangkat dari kondisi tersebut, kegiatan sosialisasi ini dilaksanakan untuk memberikan pemahaman kepada warga mengenai pentingnya mengoptimalkan potensi yang sudah ada baik berupa keterampilan, sumber daya alam, maupun produk khas desa sebagai fondasi dalam membangun ekonomi kreatif. Melalui kegiatan ini, diharapkan masyarakat dapat melihat bahwa kreativitas dan inovasi dapat menjadi peluang nyata untuk menambah penghasilan, memperkuat usaha rumahan, dan mendorong kemandirian ekonomi desa secara berkelanjutan.

Dalam sesi sosialisasi, kami menjelaskan bahwa potensi lokal tidak hanya berkaitan dengan produk fisik, tetapi juga mencakup kemampuan masyarakat, seperti keterampilan mengolah pangan, membuat kerajinan, meracik produk herbal, atau menciptakan gagasan baru yang memiliki nilai jual. Pengetahuan ini penting karena ekonomi kreatif menempatkan kreativitas manusia sebagai modal utama. Dengan menggali kemampuan yang dimiliki masyarakat, Desa Waru berpeluang menghasilkan produk unik yang memiliki identitas dan daya tarik tersendiri.

Sosialisasi ini juga menekankan pentingnya meningkatkan nilai tambah produk melalui kreativitas dan pemanfaatan potensi lokal Desa Waru. Masyarakat diajak memahami bahwa ciri khas, identitas lokal, serta keunikan cerita di balik produk dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Dengan memahami hal ini, peserta diharapkan menyadari bahwa kekuatan sebuah produk tidak hanya berasal dari bahan yang digunakan, tetapi juga dari ide, kreativitas, dan karakter lokal yang melekat pada produk tersebut.

Sosialisasi ini lebih diarahkan untuk memberikan pemahaman awal kepada masyarakat mengenai apa itu ekonomi kreatif dan bagaimana potensi

lokal desa dapat menjadi modal utama untuk menciptakan produk bernilai tambah. Dengan memahami dasar-dasar ekonomi kreatif, masyarakat dapat melihat peluang usaha dari apa yang mereka miliki dan kuasai, mulai dari keterampilan individu hingga bahan baku lokal.

Melalui sosialisasi ini, masyarakat diajak untuk mengenali kekuatan dan keunikan Desa Waru, termasuk kemampuan mengolah produk lokal seperti bawang hitam, herbal rumahan, hingga makanan olahan sederhana. Fokus kegiatan adalah membangkitkan kesadaran bahwa kreativitas dan inovasi merupakan kunci dalam mengembangkan usaha berbasis potensi lokal. Dengan pemahaman tersebut, masyarakat diharapkan semakin percaya diri untuk memulai, mengembangkan, atau memperbaiki produk kreatif yang berasal dari lingkungan mereka sendiri.

Selain itu, peserta diperkenalkan pada berbagai peluang untuk mengembangkan ekonomi kreatif melalui pemanfaatan potensi lokal dan penguatan identitas produk Desa Waru. Masyarakat diajak memahami bahwa kreativitas dalam mengolah bahan lokal, menyampaikan cerita produk, serta menjaga kualitas dapat meningkatkan daya tarik usaha mereka. Dengan pengetahuan dasar ini, ekonomi kreatif di Desa Waru diharapkan dapat berkembang dan menjadi salah satu pendorong utama kemajuan ekonomi masyarakat ke depannya.

3. METODOLOGI

rencana pelaksanaan program PKM pada mitra yang telah ditetapkan. maka tim menetapkan metode pendekatan pelaksanaan kegiatan seperti disajikan pada gambar 1:



- 1) Tahap awal dilakukan dengan mengurus perijinan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat kepada RW setempat/mitra. Kegiatan ini dilanjutkan dengan studi lapangan untuk mengidentifikasi permasalahan yang menjadi prioritas mitra, serta mempelajari pengaruh budaya setempat terhadap kondisi masyarakat. Selain itu, dilakukan kerja sama dengan pihak RW di Desa Waru Kecamatan Parung sebagai mitra dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat.
- 2) Tahap Identifikasi Isu dan Studi lapangan Pada tahap ini dilakukan pengkajian lebih mendalam terhadap permasalahan yang dihadapi mitra melalui observasi langsung di lapangan. Tim juga mengidentifikasi kebutuhan dan potensi yang dimiliki masyarakat sebagai dasar dalam penyusunan program yang tepat sasaran.
- 3) Perencanaan dan Kerjasama Pada tahap ini dilakukan pengkajian lebih mendalam terhadap permasalahan yang dihadapi mitra melalui observasi langsung di lapangan. Tim juga mengidentifikasi kebutuhan dan potensi yang dimiliki masyarakat sebagai dasar dalam penyusunan program yang tepat sasaran.

- 4) Pelaksanaan Program Pada tahap pelaksanaan, program pengabdian kepada masyarakat dijalankan sesuai dengan rencana yang telah disusun. Kegiatan dilakukan melalui penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan kepada masyarakat, serta melibatkan partisipasi aktif mitra dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan.
- 5) Mempublikasikan laporan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat agar bermanfaat bagi perbaikan ekonomi daerah di Desa Waru Kecamatan Parung khususnya dan perekonomian Indonesia pada umumnya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan konsep Peningkatan Produktivitas dan Edukasi Pemanfaatan Sosial Media bagi Pelaku UMKM di Desa Waru Kecamatan Parung. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Sabtu tanggal 30 Oktober 2025.



Gambar 2. SK Pelaksanaan PKM di Desa Waru

Adapun Kegiatan Pelaksanaan terbut sebagai berikut:

- a. Observasi merupakan suatu aktivitas terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya (Sakti et al., 2023)
- b. Penyuluhan dan pelatihan Penyuluhan merupakan pernyataan manusia yang berkaitan dengan kegiatan pada kehidupan yang baik secara perorangan atau kelompok untuk meningkatkan nilai tambah baik pengetahuan (Malays Sari Sakti et al., 2026). Sedangkan pelatihan adalah aktifitas yang dilakukan agar dapat mempengaruhi produktifitas (Wulandari, 2020) hal ini terlihat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sakti et al., 2023) yang menjelaskan bahwa pelatihan penggunaan aplikasi digital mempengaruhi keterampilan seseorang.

Sebelum kegiatan penyuluhan dan pelatihan dilakukan seperti disajikan pada label 1, terlebih dahulu kegiatan dibuka oleh Ketua RW dan dilanjutkan dengan sambutan dari ketua PKK dan sambutan dari Tim PKM. (gambar 4)

10.01 – 11.30	Penyuluhan	Nuraisyah Jamar, S.E., M.E
11.31 – 12.30	ISOMA (istirahat, Sholat dan Makan)	
12.30- 13.00	Penutupan	MC



Gambar 2. Penyuluhan Materi PKM



Gambar 3. Sosialisasi Materi PKM

Tabel 1. Waktu Penyuluhan tim PKM

WAKTU	KEGIATAN	Pelaksana
07.00 – 08.00	Persiapan / Koordinasi	Tim Panitia
08.00 – 08.30	Sambutan Perwakilan Dosen	Viyolanda , S.E., M.E
08.30 – 09.00	MC	Tim Panitia
09.00 – 10.00	Sambutan dan foto bersama	Ketua RW, PKK, Tim PKM

- c. Evaluasi Proses evaluasi dilakukan sebelum dan sesudah kegiatan penyuluhan dan pelatihan pada peserta dengan jumlah 20 orang. Evaluasi dilakukan agar dapat mengetahui peningkatan pengetahuan tentang pemahaman tentang ekonomi kreatif berbasis potensi lokal

Metode pelaksanaan pelatihan adalah klasikal dengan metode pembelajaran berupa penjelasan atau menerangkan dengan menggunakan presentasi *power point* dan menggunakan contoh studi kasus mengenai Peningkatan

Ekonomi Kreatif Berdasarkan potensi Lokal dan Pemberdayaan Masyarakat yang dipandu oleh Ibu Nuraisyah Jamar, S.E., M.E selaku Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta dan diikuti oleh peserta pelatihan sejumlah 30 (Tiga puluh satu) peserta dari pelaku UMKM.

Materi yang diberikan berfokus pada peningkatan ekonomi kreatif, yaitu pemahaman dasar tentang bagaimana masyarakat dapat mengembangkan usaha melalui pemanfaatan kreativitas, potensi lokal, dan inovasi produk. Sosialisasi ini menjelaskan pentingnya membuat produk yang memiliki nilai tambah, ciri khas, serta daya saing, sehingga usaha masyarakat dapat berkembang lebih optimal. Edukasi ini menjadi landasan pemberdayaan masyarakat agar mampu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan keluarga melalui penguatan ekonomi kreatif di lingkungan mereka. Diikuti oleh 30 orang berikut daftar hadir peserta:

Tabel 2 Daftar Hadir Peserta PKM

No	Nama	Alamat	Handphone
1	Asli Kelamin
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30

Peserta yang hadir sebanyak 30 orang yang mengisi kuesioner yang telah diberikan berikut rekapitulasi jawaban kuesioner yang telah diisi oleh peserta:

Tabel 3 rekapitulasi jawaban kuesioner

Data Kuesioner Pelaksanaan Abdimas

NO	VARIABEL	KATEGORI JAWABAN	JUMLAH (ORANG)	PERSENTASE (%)
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	9	30
		Perempuan	21	70
2	Usia	< 25 tahun	3	10
		25-40 tahun	12	40
		41-55 tahun	12	40
		> 55 tahun	3	10
3	Pekerjaan Utama	Ibu Rumah Tangga	15	50
		Petani	6	20
		Pedagang	3	10
		UMKM	6	20
		Pernah mendengar	18	60
4	Pengetahuan tentang Ekonomi Kreatif	Belum pernah	12	40
		Pengemasan produk	6	20
		Pemasaran digital	9	30
		Olahan pangan	9	30
		Produk ramah lingkungan	6	20
5	Bidang Pelatihan yang Diminati	Modal terbatas	9	30
		Kurangnya ide	3	10
		Belum tau pemasarn digital	6	20
		Tidak punya alat	3	10
		Waktu terbatas	9	30
6	Kendala Utama	Olahan pangan (bawang hitam) & jajanan	15	50
		Produk ramah lingkungan	9	30
		Minuman herbal	3	10
		Frozen food rumahan	3	10
	
7	Ide Usaha/Produk Kreatif
	

Berdasarkan tabel rekapitulasi jawaban kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 30 orang, diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 21 orang (70%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 9 orang (30%). Kondisi ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat relevan dengan konteks pemberdayaan perempuan, khususnya dalam pengembangan usaha berbasis rumah tangga dan ekonomi kreatif.

Dilihat dari sisi usia, sebagian besar responden berada pada usia produktif, yaitu rentang 25–40 tahun dan 41–55 tahun, masing-masing sebesar 40%. Hal ini mengindikasikan bahwa responden memiliki potensi tenaga kerja dan kemampuan produktif yang cukup besar untuk mengembangkan usaha secara berkelanjutan. Berdasarkan pekerjaan utama, responden didominasi oleh ibu rumah tangga (50%), diikuti oleh petani dan pelaku UMKM masing-masing sebesar 20%, serta pedagang sebesar 10%.

Komposisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih memiliki peluang untuk meningkatkan pendapatan keluarga melalui kegiatan usaha tambahan berbasis ekonomi kreatif. Pada aspek pengetahuan tentang ekonomi kreatif, sebanyak 60% responden menyatakan telah mengenal istilah ekonomi kreatif, sementara 40% responden belum pernah mendengarnya.

Temuan ini menunjukkan bahwa masih diperlukan upaya sosialisasi dan edukasi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai konsep dan peluang ekonomi kreatif. Selanjutnya, terkait bidang pelatihan yang diminati, responden paling banyak memilih pemasaran digital dan pembuatan produk olahan pangan, masing-masing sebesar 30%. Minat ini mencerminkan kebutuhan responden terhadap peningkatan keterampilan dalam memproduksi serta memasarkan produk agar memiliki nilai tambah dan daya saing. Adapun kendala utama yang dihadapi responden dalam mengembangkan usaha atau ide kreatif adalah keterbatasan modal dan keterbatasan waktu, masing-masing sebesar 30%.

Selain itu, kendala lain yang juga dirasakan adalah kurangnya pengetahuan mengenai cara memasarkan produk dan keterbatasan alat produksi. Terakhir, pada aspek ide usaha atau produk kreatif, sebagian besar responden (50%) tertarik mengembangkan usaha olahan pangan dan jajanan, diikuti oleh produk ramah lingkungan (30%). Hal ini menunjukkan bahwa potensi sumber daya lokal di sekitar tempat tinggal responden cukup besar dan dapat dikembangkan menjadi produk bernilai ekonomi melalui pelatihan dan pendampingan yang tepat meningkatkan pendapatan keluarga melalui kegiatan usaha tambahan berbasis ekonomi kreatif.

Pada aspek pengetahuan tentang ekonomi kreatif, sebanyak 60% responden menyatakan telah mengenal istilah ekonomi kreatif, sementara 40% responden belum pernah mendengarnya. Temuan ini menunjukkan bahwa masih diperlukan upaya sosialisasi dan edukasi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai konsep dan peluang ekonomi kreatif. Selanjutnya, terkait bidang pelatihan yang diminati, responden paling banyak memilih pemasaran digital dan pembuatan produk olahan pangan, masing-masing sebesar

30%. Minat ini mencerminkan kebutuhan responden terhadap peningkatan keterampilan dalam memproduksi serta memasarkan produk agar memiliki nilai tambah dan daya saing. Adapun kendala utama yang dihadapi responden dalam mengembangkan usaha atau ide kreatif adalah keterbatasan modal dan keterbatasan waktu, masing-masing sebesar 30%.

Selain itu, kendala lain yang juga dirasakan adalah kurangnya pengetahuan mengenai cara memasarkan produk dan keterbatasan alat produksi. Terakhir, pada aspek ide usaha atau produk kreatif, sebagian besar responden (50%) tertarik mengembangkan usaha olahan pangan dan jajanan, diikuti oleh produk ramah lingkungan (30%). Hal ini menunjukkan bahwa potensi sumber daya lokal di sekitar tempat tinggal responden cukup besar dan dapat dikembangkan menjadi produk bernilai ekonomi melalui pelatihan dan pendampingan yang tepat.

5. KESIMPULAN

Hasil analisis evaluasi menunjukkan bahwa pada awal kegiatan dilakukan penyebaran kuesioner untuk mengetahui sejauh mana pemahaman masyarakat Desa Waru mengenai konsep ekonomi kreatif dan pemanfaatan potensi lokal dalam pengembangan usaha. Hasil kuesioner awal menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat belum memahami konsep ekonomi kreatif, nilai tambah produk, serta pentingnya identitas dan inovasi dalam usaha.

Setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, terjadi peningkatan pemahaman yang signifikan. Mayoritas peserta, khususnya kelompok pelaku UMKM di Desa Waru, telah memahami konsep ekonomi kreatif dan mampu menjelaskan bagaimana potensi lokal dapat dikembangkan menjadi produk bernilai tambah. Tingkat pemahaman peserta sesuai dengan target program, yaitu mencapai lebih dari 80%.

Berdasarkan hasil evaluasi dan temuan selama kegiatan berlangsung, dapat disimpulkan bahwa program pengabdian kepada masyarakat ini telah memberikan manfaat yang baik dan tepat sasaran. Kegiatan sosialisasi ekonomi kreatif terbukti efektif dalam menambah wawasan, memberikan penyegaran pengetahuan, serta membuka perspektif baru bagi masyarakat mengenai pentingnya kreativitas, inovasi, dan pemanfaatan potensi lokal dalam pengembangan usaha di Desa Waru.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Berisi ucapan terima kasih terutama kepada masyarakat Desa waru atas kerjasamanya dalam kegiatan PKM ini. Terima kasih juga kepada panitia pelaksana yaitu Mahasiswa HIMAEP (Diesvelopment) yang telah membuat acara PKM terlaksana dengan baik dan sukses sampai akhir. Semoga kegiatan PKM yang telah dilaksanakan menjadi awal penguatan Ekonomi kreatif terkait dengan bagaimana memanfaatkan potensi lokal di Desa Waru.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifani, R., Apriliani, A., Setiawati, N., Indriani Harianja, S., & Fikri Rosyadi, A. (2025). Literasi Implementasi Literasi Digital Melalui Pelatihan Pembuatan Game Edukasi Berbasis Canva Untuk Anak Usia Dini Di Tk Ra Muslimat Nu. *Agustus*, 4(3), 2963–7449. <https://doi.org/10.22437/est.v4i3.50216>
- Darmono, D., Ilma, A. A., Nurdiyanto, H., Wulandari, E., Susanto, T., Sudaryono, S., & Prastiwi, W. K. (2025). Digitalisasi Produk UMKM di Kabupaten Blora dalam Rangka Optimalisasi Usaha. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 4(3), 755–767. <https://doi.org/10.59025/nnjrx063>
- Firmansyah, Y., Rafdinal, W., Sayuti, A. M., Juniarti, C., & Hardiyanto, N. (2024). Cultural Innovation in Indonesia as a Development of the Creative Economy. *Bisnis & Entrepreneurship*, 18(1), 87–99.
- Giriyanto, S., Romdhoni, A. H., & Prastiwi, I. E. (2025). PERAN EKONOMI KREATIF TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI INDONESIA DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Vol. 11, Number 03). Haidarsyah Dwi Albahi. (2025). INTEGRASI DIGITALISASI DESAIN ORNAMEN DALAM PRODUK FASHION SEBAGAI MODEL PEMBELAJARAN DESAIN BUDAYA BERKELANJUTAN Haidar. www.antaraneews.com
- Khuamir, M., & Yazid, M. (2025). Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF DALAM PEMBERDAYAAN MASYARAKAT LOKAL: STUDI LITERATUR KUALITATIF TERHADAP PERKEMBANGAN INDUSTRI KREATIF DI INDONESIA. In *Jurnal Ekonomi kreatif Indonesia* (Vol. 3, Number 3). <https://journal.tangrasula.com/index.php/jeki>
- Malays Sari Sakti, E., Sari, Y., & Apri Emarawati, J. (2026). Peningkatan Keterampilan Anggota Dasawisma dengan Aplikasi Googlesheet untuk Pengelolaan Data Terpadu. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v10i1>
- Mega Sari. (2024). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Inovasi Ekonomi Kreatif. *JURNAL RISET MANAJEMEN DAN EKONOMI (JRIME)*, 2(1), 389–

395. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v2i1.1523>
- Nadhia Putri Firnanda, Solfema Solfema, & Lili Dasa Putri. (2024). Ekonomi Kreatif sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat di Bidang Ekonomi. *JURNAL PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL (JUPENDIS)*, 3(1), 161–167. <https://doi.org/10.54066/jupendis.v3i1.2814>
- Sakti, E. M. S., Yuliani, N., & Gustina, D. (2023). Peningkatan Daya Saing Umkm Kuliner Jawa Depok Menuju Transformasi Digital Melalui Pelatihan Manajemen dan Pemasaran. *Jurnal Abmas Negeri (JAGRI)*, 4(2), 105–112. <https://doi.org/10.36590/jagri.v4i2.722>
- Shantilawati, I., Suryadi, I., & Studi Manajemen Retail dan Perpajakan, P. (2025). PERAN GENERASI MUDA SEBAGAI PENGGERAK EKONOMI KREATIF DI INDONESIA. In *Communnity Development Journal* (Vol. 6, Number 1).
- Wulandari, A. (2020). 883815675-Wulandari-A.

