



**STRATEGI PEMBERDAYAAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN
PENDAPATAN MASYARAKAT
DESA LAMOIKO KECAMATAN TANGGETADA**

Kasmiah¹, dan Rahmi^{2*}

¹Dosen Perbankan Syariah, IAI Al-Mawaddah Warrahmah Kolaka

²Alumni Ekonomi Syariah, IAI Al-Mawaddah Warrahmah Kolaka

*Corresponding author: *kasmiah2491@gmail.com*

Jalan Pondok Pesantren No. 10 Lamokato, Sulawesi Tenggara

Received 26 Desember 2019;

Accepted 26 Desember 2019

Available online 18 February 2020

ABSTRACT

This study aims to find out how the strategy of empowering the creative economy in increasing the income of Lamoiko villagers. The formulation of the problem in this research is how is the creative economy empowerment strategy in increasing the income of the community in Lamoiko Village, Tanggettada District ?. The purpose of this study is to describe the strategy of empowering the creative economy in increasing community income in the Lamoiko Village, Tanggettada District. The results of this study indicate that the creative economic empowerment strategy in increasing the income of Lamoiko villagers, Ms. Desi Ratnasari and Mr. Ramli have empowered people who are members in the handicraft and furniture business, as seen from the income generated by members able to help to fulfill their daily lives days and increase to be greater than before becoming a member of handicrafts and furniture. The empowerment strategy undertaken by Ms. Desi and Mr. Ramli is to provide assistance by providing motivation, cooperation, and skills. Form small groups accompanied by Mrs. Desi and Mr. Ramli.

Keywords: Creative, Economic, Empowerment

PENDAHULUAN

Salah satu upaya dalam mengurangi kemiskinan, dapat dilakukan melalui proses pembangunan daerah. Tujuan akhir dari program ini, yaitu menciptakan pemerataan laju pertumbuhan ekonomi antar daerah, yang disesuaikan dengan pertumbuhan pembangunan masing-masing daerah. Ruang lingkup pembangunan daerah meliputi kegiatan pembangunan sektoral, regional dan khusus yang berlangsung di daerah, baik yang dilakukan pemerintah maupun masyarakat. Tujuannya adalah menggalakkan prakarsa dan peran masyarakat, meningkatkan pendayagunaan potensi daerah, meningkatkan dan menyerasikan laju pertumbuhan antar daerah, serta mempercepat pertumbuhan daerah yang masih tertinggal.

Menurut Prof. Bintaro R yang dikutip oleh Watik menyatakan, bahwa lebih dari 81,2 % penduduk Indonesia tinggal di pedesaan, maka sebagian besar angkatan kerja berada di pedesaan pula. Dengan demikian, penduduk yang jumlahnya besar bila dibina kemampuannya, maka akan terjadi tenaga penggerak di bidang pembangunan yang sangat besar. Selain itu, sumber daya alam yang sebagian besar terdapat di daerah yang berupa lahan pertanian, air dan beberapa hal yang perlu digali serta dikembangkan seoptimal mungkin guna kepentingan dan kesejahteraan masyarakat.¹

Pada dasarnya, tujuan dari pembangunan adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pemerintah telah memusatkan perhatiannya pada peningkatan lapangan kerja dan kesempatan kerja di pedesaan sesuai dengan potensi yang dimiliki daerah masing-masing dalam pembangunan usaha rakyat. Adanya industri kecil di pedesaan dipandang mampu meningkatkan produksi barang-

¹ Watik "*industri Batik Kayu Didusun Krebet Desa SendangSari Kecamatan Kabupaten Bantul (studi terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat)*", Skripsi ,(yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga 2005), hlm. 5

barang serta dapat mengatasi masalah kesempatan kerja yang semakin sempit di berbagai sektor.

Saat ini, perekonomian tengah memasuki era industri gelombang keempat, yaitu ekonomi kreatif. Usaha industri ekonomi kreatif diprediksi akan menjadi industri masa depan sebagai industri gelombang keempat, yang menekankan pada gagasan dan ide kreatif. Hal ini bukan tanpa alasan, mengingat industri ekonomi kreatif telah mampu mengikat pasar dunia dengan jutaan kreativitas. Sebagai wujud dari reaksi fenomena yang terjadi dalam bidang ekonomi tersebut maka muncul ekonomi kreatif sebagai alternatif pembangunan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.²

Berkembangnya industri kecil dan kreatif di masyarakat akan dapat menggulirkan perekonomian masyarakat, karena sesungguhnya kekuatan ekonomi nasional muncul dan tumbuh di tengah-tengah masyarakat. Secara umum ekonomi kreatif dapat dipahami sebagai suatu sistem kegiatan manusia yang berkaitan dengan kegiatan kreasi produksi, distribusi. Pada dasarnya ekonomi kreatif ini adalah memanfaatkan kreatifitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan kerja yang menghasilkan dan mengeksplorasi daya kreasi dan daya cipta individu.³

Ekonomi kreatif digerakkan oleh kapitalisasi dan motivasi dalam menghasilkan produksi dan jasa dengan kandungan kreatif. Ekonomi kreatif membutuhkan para kreator dan pencetus ide. Manusia harus mampu ide dan

² Sutapa Mulyana, Peningkatan Kapabilitas Inovasi, Keunggulan Bersaing, dan Kinerja melalui Pendekatan Quadruple Helix: Studi Pada industri Kreatif Sektor Fashion, *Jurnal Teknologi*, Vol. 13, No. 3, 2014. H. 309.

³ I Gusti Lanang Suta Artatanaya, Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Denpasar Prospektif Pemasaran dan Produksi, *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol. 9, No. 1, Maret 2013, h. 70.

kearifan yang dimilikinya. Ekonomi kreatif adalah era ekonomi baru yang berfokus pada kearifan dan informasi dengan modal utama yang diperlukan adalah wawasan luas dan ide yang dimiliki sumber daya manusia (SDM). Kedua faktor tersebut menjadi modal utama yang digunakan manusia dalam menghadapi era ekonomi kreatif saat ini. kearifan yang diciptakan tergantung pada pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman sumber daya manusianya. Karena semakin baik *intellectual capital* maka inovasi yang diciptakan akan semakin tinggi dalam meningkatkan kemampuan bersaing.

A. Pokok-Pokok Ekonomi Kreatif

Kreasi adalah penciptaan dimana daya kreasi merupakan faktor dalam industri kreatif dengan melibatkan segala hal yang berhubungan dengan cara-cara mendapatkan input, menyimpannya, dan mengolahnya. Sehingga daya kreativitas, keterampilan, dan bakat adalah faktor suplai yang paling penting.

Dengan produk yang unik dan berbeda maka produk tersebut mampu berkompetisi dengan produk-produk lawannya dengan lebih baik dan berpotensi menciptakan lapangan kerja serta memakmurkan bagi yang memilikinya, demikian juga sebaliknya.

Terdapat 3 hal pokok yang menjadi dasar dari ekonomi kreatif, antara lain kreativitas, penemuan, dan inovasi, yaitu:

1. Kreativitas

Dapat dijabarkan sebagai suatu kapasitas atau kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik. Juga bisa menghasilkan ide baru atau praktis sebagai solusi dari suatu masalah, atau melakukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada. Seseorang yang memiliki kreativitas dan dapat memaksimalkan kemampuan itu, bisa menciptakan dan menghasilkan sesuatu yang berguna bagi dirinya sendiri beserta orang lain.

2. Penemuan

Istilah ini menekankan pada penciptaan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya dapat diakui sebagai karya yang mempunyai fungsi yang unik dan belum pernah diakui sebelumnya.

3. Inovasi

Sesuatu transformasi dari ide atau gagasan dengan dasar kreativitas dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada untuk menghasilkan suatu produk atau proses yang lebih baik, bernilai tambah, dan bermanfaat.⁴

a. Sektor-Sektor dalam Industri Kreatif

Subsektor yang merupakan bagian dari industri kreatif adalah:

1. Periklanan

Yaitu kegiatan kreatif yang berkaitan jasa periklanan (komunikasi suatu arah dengan menggunakan medium tertentu), yang meliputi proses kreasi,

⁴ Mari Elka Pangestu, *Studi Industri Kreatif Indonesia*, (Departemen Perdagangan RI, 2018), h. 33-35.

produksi, dan distribusi dari iklan yang dihasilkan. Misalnya: riset pasar, perencanaan komunikasi iklan luar ruang, produksi material iklan, promosi.⁵

2. Asritek

Yaitu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa desain bangunan, perencanaan biaya instruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi baik secara menyeluruh dari level makro (town planning, urban design, lanscape architecture). Sampai dengan level mikro (level konstruksi, misalnya arsitektur taman, design interior).

3. Desain

Kegiatan yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset. Pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan. Desain produk merupakan proses kreasi sebuah produk yang menggabungkan unsur fungsi dengan estetika sehingga bermanfaat dan memiliki nilai tambah bagi masyarakat. Tren sub sektor ini sangat positif. Dengan populasi penduduk yang didominasi usia produktif, potensi terbentuknya interaksi antara pelaku industri dan pasar pun sangat besar. Ditambah lagi masyarakat dan pasar sekarang memiliki apresiasi terhadap produk yang berkualitas.

⁵ Agus Rochini, *Strategi Pengembangan Industri Kreatif dalam Mewujudkan Kota Cerdas (Studi Kasus Kabupaten Porbalingga)*, h. 283

4. Pasar barang seni

Yaitu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni yang tinggi melalui lelang, galeri, toko.

5. Kerajinan

Yaitu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya.

6. Musik

Yaitu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi dari rekam suara.

7. Feysen

Yaitu kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris model lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk feysen, serta distribusi produk feysen.⁶

b. Konsep Industri Kreatif

Faktor-faktor yang melatar belakangi industri kreatif ini berkembang pesat. Berikut ulasannya: Kreativitas anak muda, dibalik industri kreatif pastinya ada pelaku yang memainkannya. Dan ternyata kebanyakan para pelaku industri kreatif ini adalah anak muda. Para pemuda memang orang paling banyak memiliki potensi daya kreatifitas. Sudah banya contoh para

⁶ Ria Arifianti, Activation Creative Sub-Economic Sector In Bandung City, *Jurnal AdBispreneur*. Vol. 2, No. 3, 2017. 201-209

pemuda yang memaksimalkan potensi kreativitasnya untuk menghasilkan karya ekonomi yang menguntungkan.

c. Tujuan Ekonomi Kreatif

Tujuan ekonomi kreatif adalah meningkatkan kualitas hidup, toleransi, dan menciptakan nilai tambah. Ekonomi kreatif dalam sumber daya yang ada sangat membantu masyarakat untuk mengelola sumber daya yang ada dalam meningkatkan pendapatan dan kesenjangan hidup. Ekonomi kreatif adalah pengembangan konsep berdasarkan modal kreativitas atau ide dari pemikiran untuk dapat menginovasi atau menciptakan suatu hal yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

B. Strategi pemberdayaan ekonomi kreatif di Desa Lamoiko

Strategi Pemberdayaan meliputi tiga sisi, yaitu: Pertama, menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*). Kedua, memperkuat potensi atau daya yang dimiliki masyarakat (*empowering*). Ketiga, memberdayakan mengandung pula arti melindungi. Strategi ini digunakan oleh pemilik usaha atau ketua kelompok kepada anggotanya di mana setiap anggota diberikan pembinaan agar potensi yang ia miliki dapat berkembang dan juga berdaya, saat melakukan kegiatan produksi pemilik usaha tetap menomor satukan keamanan dari anggota-anggotanya

Strategi pemberdayaan yang dilakukan pula oleh usaha ekonomi kreatif di Desa Lamoiko yaitu pembentukan kelompok yang merupakan fase awal dari pemberdayaan. Atinya masyarakat miskin atau masyarakat lemah diberi

kebebasan untuk membentuk dan beraktivitas dalam kelompok yang diinginkannya. Pembentukan kelompok menyediakan suatu dasar bagi terciptanya kohesi sosial anggota kelompok.

Meningkatkan potensi yang ada pada anggotanya seperti melakukan pembiasaan agar dapat berdaya., menyertai proses pembentukan dan penyelenggaraan kelompok sebagai fasilitator (pemandu), komunikator (penghubung), ataupun dinamisator (penggerak). Melalui pendampingan, kelompok ini diharapkan anggota kelompok tidak tergantung pada pihak luar namun dapat dibantu untuk tumbuh dan berfungsi sebagai suatu kelompok kegiatan yang mandiri.

Adanya tahap perencanaan kegiatan pada suatu kelompok dengan mementingkan prinsip percaya diri, prinsip dalam tahap perencanaan ini menekankan bahwa kegiatan kerajinan tangan dan mebel di Desa Lamoiko harus dapat menumbuhkan rasa percaya diri bahwa masyarakat yang kurang mampu dapat menolong dirinya sendiri dan bermanfaat dalam meningkatkan taraf hidup secara berkesinambungan.

Strategi pemberdayaan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat

Analisis dari hasil penelitian mengenai Strategi Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Lamoiko Kecamatan Tanggetada. Dianalisis menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif ini sendiri, meliputi secara mendalam

masalah-masalah sosial dengan maksud memahami sifat dan maknanya bagi perseorangan ataupun kelompok yang terlibat didalamnya.

Pendapatan adalah suatu pertambahan asset yang mengakibatkan bertambahnya owners equity, tetapi bukan karena pertambahan modal baru dari pemiliknya dan bukan pula merupakan pertambahan asset yang disebabkan karena bertambahnya liabilities. Pendapatan merupakan gambaran terhadap posisi ekonomi keluarga dalam masyarakat, oleh karenanya setiap orang yang bergelut dalam suatu jenis pekerjaan tertentu termasuk pekerjaan di sector informal atau perdagangan, berupaya untuk selalu meningkatkan pendapatan dari hasil usahanya yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya dan sedapat mungkin pendapatan yang diperoleh dapat meningkatkan taraf hidup keluarganya. Semakin besar pendapatan suatu usaha maka semakin besar pula pendapatan anggota kelompok usaha tersebut. Berikut dapat dilihat pendapatan anggota kelompok usaha kerajinan tangan dan mebel dari bulan oktober- februari 2018 dan 2019, sebagaimana ditunjukkan pada table dibawah ini:

Tabel 5.1

Penghasilan Pendapatan anggota Usaha Kerajina Tangan

| NO | Nama | Oktober | November | Desember | Januari | Februari |
|----|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 1 | Ibu Anti | Rp.150.000 | Rp.150.000 | Rp.250.000 | Rp.150.000 | Rp.150.000 |
| 2 | Ibu Multi | Rp.150.000 | Rp.150.000 | Rp.250.000 | Rp.150.000 | Rp.150.000 |
| 3 | Ibu Haya | Rp.150.000 | Rp.150.000 | Rp.250.000 | Rp.150.000 | Rp.150.000 |

| | | | | | | |
|---|----------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 4 | Ibu Anis | Rp.150.000 | Rp.150.000 | Rp.250.000 | Rp.150.000 | Rp.150.000 |
|---|----------|------------|------------|------------|------------|------------|

Sumbe data: data diperoleh dari Ibu Desi

Tabel 5.2
Penghasilan Pendapatan anggota Usaha Mebel

| NO | Nama | Oktober | November | Desember | Januari | Februari |
|----|------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 1 | Bapak Sapri | Rp.250.000 | Rp.250.000 | Rp.250.000 | Rp.300.000 | Rp.300.000 |
| 2 | Bapak Tamrin | Rp.250.000 | Rp.250.000 | Rp.250.000 | Rp.300.000 | Rp.300.000 |
| 3 | Bapak Nurdin | Rp.250.000 | Rp.250.000 | Rp.250.000 | Rp.300.000 | Rp.300.000 |
| 4 | Bapak Sarifuddin | Rp.250.000 | Rp.250.000 | Rp.250.000 | Rp.300.000 | Rp.300.000 |

Sumbe data: data diperoleh dari Bapak Ramli

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan pendapatan Ekonomi kreatif Desa Lamoiko mengalami peningkatan dan penurunan selama 5 bulan terakhir. Dari tabel 5.1 dapat dijelaskan bahwa bulan oktober hasil produksi barang kerajinan tangan mebel sampai bulan februari naik turun dari 5 bulan terakhir begitupun dari table 5.2 yang pendaptan anggotanya yang meningkat, dijelaskan bahwa bulan oktober hasil produksi barang kerajinan tangan mebel meningkat sampai bulan februari dan penghasilan pendapatan anggota kelompokpun meningkat.

Meningkatnya pendapatan anggota usaha keompok kerajinan tangan dan mebel ditentukan oleh omset penjualan dan strategi pemberdayaan yang digunakan pemilik usaha ekonomi kreatif tersebut. Dimna strategi yang di maksud di sini pertama, menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*). Kedua, memperkuat potensi atau daya yang dimiliki

masyarakat (*empowering*). Ketiga, memberdayakan mengandung pula arti melindungi. Strategi ini digunakan oleh pemilik usaha atau ketua kelompok kepada anggotanya di mana setiap anggota diberikan pembinaan agar potensi yang ia miliki dapat berkembang dan juga berdaya, saat melakukan kegiatan produksi pemilik usaha tetap menomor satukan keamanan dari anggota-anggotanya.

Namun pendapatan yang di peroleh anggota kelompok usaha kerajinan tangan selama 5 bulan terakhir naik turun, dilihat dari persentase pendapatan upahnya. Artinya pendapatan usaha ditentukan oleh strategi pemberdayaan yang diterapkan. Makin bagus pembinaan yang ketua kelompok lakukan makin bagus juga potensi anggota kelompok.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada beberapa anggota kelompok usaha ekonomi kreatif desa Lamoiko mengenai Strategi Pemberdayaan ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Lamoiko Kecamatan Tanggetada menunjukkan adanya strategi pemberdayaan pertama, menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang (*enabling*). Kedua, memperkuat potensi atau daya yang dimiliki masyarakat (*empowering*). Ketiga, memberdayakan mengandung pula arti melindungi.

C. Strategi Pemberdayaan Ekonomi Kreatif

Strategi pemberdayaan dipandang sebagai cara untuk memberdayakan masyarakat dimana pemberdayaan ini memampukan dan memandirikan

masyarakat sehingga potensi yang ada pada diri masyarakat itu dapat berpengaruh pada pengembangan ekonomi. Strategi pemberdayaan yang dilakukan di usaha kerajinan ekonomi kreatif desa Lamoiko meliputi pembinaan, memperkuat potensi yang ada, dan memberdayakan.

Strategi pemberdayaan meliputi pembinaan dimana ketua atau pemilik usaha memberikan pelatihan kepada masyarakat setempat agar masyarakat bisa mengetahui bagaimana cara memproduksi barang kerajinan maupun berupa ekonomi kreatif, menciptakan usaha dan mengetahui bagaimana cara memandirikan usaha kecil. Dalam pelatihan yang diberikan berpegang teguh kepada prinsip-prinsip pemberdayaan yaitu prinsip kegiatan, prinsip sasaran, dan prinsip pendampingan.

Prinsip kegiatan pada pemberdayaan didasarkan kepada kebutuhan, masalah, dan potensi sasaran. Karena pada hakikatnya setiap manusia memiliki kebutuhan atau potensi yang dapat dikembangkan dan dapat diberdayakan. Prinsip sasaran pada pemberdayaan ekonomi di desa Lamoiko adalah subjek atau pelaku dalam kegiatan pemberdayaan dimana pelaku kegiatan pemberdayaan ini dilakukan untuk masyarakat desa Lamoiko itu sendiri. Prinsip pendampingan pada tahap prinsip ini dilakukan pembinaan secara bertahap dan berkesinambungan.

Strategi pemberdayaan berupa memperkuat potensi yang ada di masyarakat di mana strategi ini di berdayakan pada masyarakat desa Lamoiko

sebab masyarakat di Desa Lamoiko terlebih dulu harus tahu bahwa berdaya harus dimulai dari diri kita sendiri. Strategi pemberdayaan ekonomi kreatif yang dilakukan oleh pemilik usaha desa Lamoiko yaitu menciptakan usaha atau program-program agar masyarakat Desa Lamoiko dapat berdaya. Program yang dijalankannya dapat mampu mengembangkan kewirausahaan bagi masyarakat melalui kegiatan pemberdayaan. Pemberdayaan yang dilakukan didasarkan akan potensi, kebutuhan dan masalah yang ada pada diri dan lingkungan. Masyarakat didorong untuk melakukan perubahan yang dimiliki mulai dari mereka sendiri.

2. Strategi pemberdayaan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di Desa Lamoiko

Analisis hasil penelitian mengenai strategi pemberdayaan ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Lamoiko Kecamatan Tanggetada. Dianalisis menggunakan metode kualitatif. Penelitian kualitatif ini sendiri, meliputi secara mendalam masalah-masalah sosial dengan maksud memahami sifat dan maknanya bagi perseorangan ataupun kelompok yang terlibat didalamnya.

Pendapatan adalah suatu pertambahan asset yang mengakibatkan bertambahnya owners equity, tetapi bukan karena pertambahan modal baru dari pemiliknya dan bukan pula merupakan pertambahan asset yang disebabkan karena bertambahnya liabilities. Pendapatan merupakan gambaran terhadap posisi ekonomi keluarga dalam masyarakat, oleh karenanya setiap orang yang bergelut dalam suatu jenis pekerjaan tertentu termasuk pekerjaan di sector informal atau

perdagangan, berupaya untuk selalu meningkatkan pendapatan dari hasil usahanya yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup keluarganya dan sedapat mungkin pendapatan yang diperoleh dapat meningkatkan taraf hidup keluarganya.

Pendapatan masyarakat ditentukan oleh keuntungan yang di peroleh oleh usaha kerajinan tangan dan mebel, juga memperkuat potensi yang ada dalam diri masyarakat itu sendiri berdasarkan strategi pemberdayaan yang meliputi pembinaan, memperkuat potensi yang ada, dan memberdayakan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa Strategi pemberdayaan ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat desa Lamoiko, Ibu Desi Ratnasari dan Bapak Ramli telah memberdayakan masyarakat yang menjadi anggota dalam usaha kerajinan tangan dan mebel, terlihat dari pendapatan yang di hasilkan oleh para anggota mampu membantu untuk memenuhi kehidupan sehari-hari dan bertambah menjadi lebih besar dibandingkan sebelum menjadi anggota kerajinan tangan dan mebel.

Startegi pemberdayaan yang dilakukan oleh Ibu Desi dan Bapak Ramli ialah memberikan pendampingan dengan memberikan motivasi, kerja sama, keterampilan. Membentuk kelompok-kelompok kecil yang didampingi oleh Ibu Desi dan Bapak Ramli.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Rochini, *Strategi Pengembangan Industri Kreatif dalam Mewujudkan Kota Cerdas (Studi Kasus Kabupaten Porbalingga*
- I Gusti Lanang Suta Artatanaya, 2013, Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Dempasar Prospektif Pemasaran dan Produksi, *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol. 9, No. 1
- Mari Elka Pangestu, 2018, *Studi Industri Kreatif Indonesia*, (Departemen Perdagangan RI
- Ria Arifianti, 2017, Activation Creative Sub-Economic Sector In Bandung City, *Jurnal AdBispreneur*. Vol. 2, No. 3
- Sutapa Mulyana, 2014, Peningkatan Kapabilitas Inovasi, Keunggulan Bersaing, dan Kinerja melalui Pendekatan Quaduple Helix: Studi Pada industri Kreatif Sektor Fashion, *Jurnal Teknologi*, Vol. 13, No. 3
- Watik 2014 “*industri Batik Kayu Didusun Krebet Desa Sendang Sari Kecamatan Kabupaten Bantul (studi terhadap pemberdayaan ekonomi masyarakat)*”, Skripsi ,(yogyakarta: Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga