

Sosialisasi Ekonomi Kreatif di Desa Batuphat Barat

Saharuddin^{✉1} Rahmaniar² Teuku Zulkarnaen³ Khairina⁴ Hadi Iskandar⁵

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Malikussaleh, Lhokseumawe, Indonesia, saharuddin@unimal.ac.id

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Malikussaleh, Lhokseumawe, Indonesia, rahmaniar@unimal.ac.id

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Malikussaleh, Lhokseumawe, Indonesia, tzulkarnaen@unimal.ac.id

⁴Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Malikussaleh, Lhokseumawe, Indonesia, khairina@unimal.ac.id

⁵Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Malikussaleh, Lhokseumawe, Indonesia, hadi.iskandar@unimal.ac.id

✉Corresponding Author: saharuddin@unimal.ac.id

Abstrak

Ekonomi kreatif merupakan ide atau gagasan yang diharapkan dapat menambah nilai ekonomi. Selain itu, ekonomi kreatif juga dianggap sebagai solusi alternatif untuk mengatasi masalah ekonomi. Generasi muda memiliki potensi besar dalam memajukan dan meningkatkan perekonomian Indonesia. Oleh karena itu, penting untuk menyosialisasikan konsep ekonomi kreatif kepada masyarakat, terutama di Desa Batuphat Barat, agar mereka memiliki motivasi tinggi untuk terlibat dalam ekonomi kreatif. Sosialisasi adalah proses yang membantu masyarakat belajar dan beradaptasi dengan cara hidup serta pola pikir yang sesuai, sehingga mereka memperoleh pemahaman tentang norma-norma sosial yang berlaku di masyarakat. Tujuan sosialisasi ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan pengembangan keterampilan dalam bidang ekonomi kreatif. Kegiatan pengabdian ini berlangsung selama tiga bulan dengan tiga tahapan, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Setelah dilaksanakan sosialisasi dengan tema "Peran Generasi Muda dalam Ekonomi Kreatif", mitra pemuda-pemudi mampu meningkatkan pemahaman dan mengembangkan kemampuan di bidang ekonomi kreatif di tengah masyarakat. Mereka juga berhasil meningkatkan pemahaman dan pengembangan kemampuan mengenai peran generasi muda dalam ekonomi kreatif.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Pemuda, Sosialisasi

Pendahuluan

Indonesia tidak hanya dikenal sebagai salah satu negara yang memiliki sumber daya alam yang melimpah. Tetapi juga memiliki potensi dalam pengembangan ekonomi kreatif yang luas. Pada era globalisasi seperti saat ini, sekira 2 (dua) tahun terakhir (Siregar et al., 2021), dapat disimpulkan bahwa ekonomi di Indonesia berdasarkan fakta saat ini semakin membaik karena adanya rancangan kebijakan dari pemerintah. Indonesia mengalami pertumbuhan ekonomi (PDB) sebesar 3,69 persen sepanjang tahun 2021, lebih tinggi dibandingkan tahun 2020 yang sempat mengalami kontraksi (Ginting, 2023; Maryanti et al., 2023). Hal tersebut menunjukkan bahwa negara Indonesia telah pulih dari ketertinggalan ekonomi. Hal tersebut dapat dilihat dari pengembangan ekonomi kreatif yang sudah mulai hadir.

Ekonomi kreatif adalah pemanfaatan sumber daya yang tidak hanya terbatas tetapi juga tidak terbatas, seperti ide, gagasan, bakat, dan kreativitas (Rahman, 2021). Nilai ekonomi dari produk atau jasa di era kreatif ini tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, melainkan lebih pada penggunaan kreativitas dan inovasi dalam teknologi yang terus berkembang (Ginting et al., 2018; Harjawati, 2020; Marminingsih, 2019; Waziana et al., 2023). Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi harus bersaing berbasis inovasi, kreativitas dan imajinasi (Rahmawati, 2009).

Saat ini, masyarakat sangat antusias menjalankan bisnis di sektor kreatif. Bisnis di sektor mikro, kecil, dan menengah tumbuh dengan pesat dan persaingannya cukup ketat. Ketatnya persaingan ini mendorong pelaku usaha untuk menjadi lebih kreatif dalam menghadapinya (Chadhiq, 2007). Kualitas pelayanan juga perlu memiliki keunggulan dan daya tarik tersendiri agar bisnis dapat dikenal luas oleh masyarakat (Hidayah & Apriliani, 2019) (Luhuri, 2021). Howkins secara singkat mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai "Penciptaan nilai sebagai hasil dari ide" (Noperman, 2022). Di Indonesia, terdapat 15 subsektor ekonomi kreatif yang dikembangkan, meningkat dari sebelumnya yang hanya 12 subsektor. Subsektor ekonomi kreatif tersebut meliputi arsitektur, desain, film, video dan fotografi, kuliner, kerajinan, mode, musik, serta penerbitan dan percetakan. Selain itu, termasuk juga permainan interaktif, periklanan, riset dan pengembangan, seni rupa, seni pertunjukan, teknologi informasi, serta televisi dan radio (Noviyanti, 2017).

Dalam penelitian Noviyanti (2017), peran ekonomi kreatif terhadap pengembangan jiwa kewirausahaan meliputi: 1) Menstimulasi perilaku kreatif dan inovatif dalam menciptakan produk atau jasa; 2) Mengeksplorasi dan mengasah kemampuan atau keterampilan sehingga mampu bersaing di dunia kerja; 3) Memberikan pengetahuan melalui metode belajar sambil melakukan (learning by doing) sehingga para wirausahawan dapat langsung mempraktikkan materi yang dipelajari dan segera mengevaluasi kekurangan serta kesalahan yang ada; 4) Menyediakan pelatihan tentang analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat). Dengan demikian, peran pemuda dalam kemajuan ekonomi

bangsa sangat dibutuhkan.

Pentingnya ekonomi kreatif memerlukan upaya sosialisasi kepada masyarakat untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman yang komprehensif (Hasibuan et al., 2023; Zahra, 2023). Sosialisasi ini melibatkan pemeriksaan lingkungan sosial budaya masyarakat terkait. Proses sosialisasi mencakup interaksi dan perilaku sosial, sehingga menjadi mata rantai penting dalam sistem sosial. Sosialisasi merupakan cara untuk memperkenalkan sistem kepada seseorang serta menentukan tanggapan dan reaksinya (Adi, 2020; Djuyandi, 2014; Elyas et al., 2020). Sosialisasi yang dilakukan di Desa Batuphat Barat bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat setempat mengenai ekonomi kreatif (Juleha et al., 2022; Maulana & others, 2023). Kegiatan sosialisasi ini adalah bagian dari program pengabdian kepada masyarakat.

Dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini, penulis memilih program sosialisasi tentang ekonomi kreatif sebagai program utama. Setelah melakukan pengamatan dan melaksanakan sosialisasi ekonomi kreatif, ternyata masih banyak masyarakat di Desa Batuphat Barat yang memiliki literasi minim tentang ekonomi kreatif. Desa Batuphat Barat merupakan daerah di mana ekonomi kreatif belum berkembang secara optimal, dan masyarakatnya, terutama generasi muda, masih kurang menyadari pentingnya ekonomi kreatif. Oleh karena itu, untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat, diperlukan sosialisasi yang diharapkan dapat membuat para pemuda dan masyarakat memahami ekonomi kreatif serta keuntungan yang dapat diperoleh dari penerapannya.

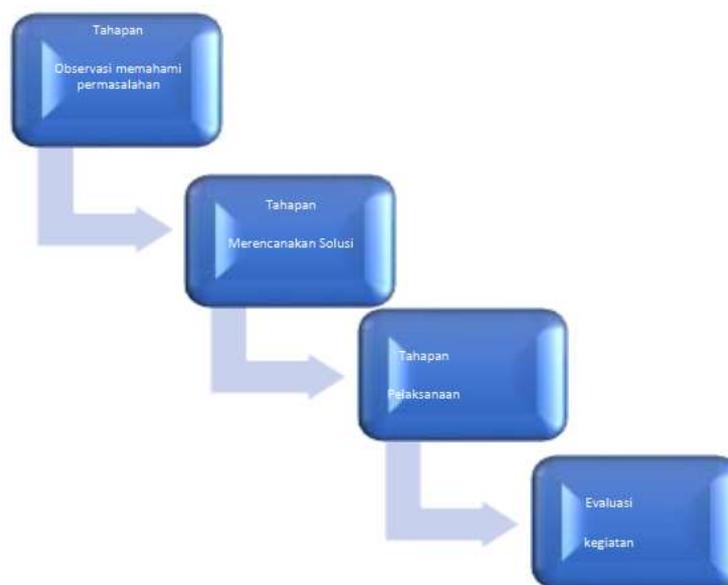
Metode Pelaksanaan

Metode yang dilakukan penulis yaitu dengan melakukan metode sosialisasi praktik kegiatan program yang menyesuaikan kondisi lapangan. Penulis melakukan sosialisasi tentang Ekonomi Kreatif kepada masyarakat dan Pemuda, dengan ini untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat Desa Wates Jaya terkait dengan Ekonomi Kreatif dalam bentuk *power point* dan dalam bentuk *soft copy*, papan tulis untuk memudahkan para pemuda dan pemuda memahami tentang ekonomi kreatif.

Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Tahapan Persiapan

Dalam tahap ini penulis memahami permasalahan dengan melakukan survey kunjungan ke sekolah SMA 1 Muara Satu dan Desa Batuphat Barat dalam rangka melakukan identifikasi masalah yang ada. Sehingga penulis dapat merencanakan solusi untuk mengatasi masalah tersebut. Setelah melakukan identifikasi ditemukan bahwa permasalahan yang ada di Desa Batuphat Barat adalah masih banyak Masyarakat yang belum menerapkan sistem Ekonomi Kreatif.



Gambar 1. Alur Tahapan Persiapan

2. Tahap pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan kegiatan ini terbagi menjadi beberapa tahap, antara lain:

- Observasi terhadap pemuda-pemudi mengenai ekonomi kreatif. Kunjungan observasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan ekonomi, khususnya dalam bidang ekonomi kreatif, di masyarakat.
- Pelaksanaan kegiatan sosialisasi ekonomi kreatif bagi pemuda-pemudi dan siswa SMA 1 Muara Satu.
- Pelatihan mengenai ekonomi kreatif.
- Evaluasi ekonomi kreatif.

Berdasarkan hasil observasi di lapangan, ditemukan bahwa Desa Batuphat Barat, Kecamatan Muara Satu, memiliki potensi besar sebagai tempat untuk berinovasi dalam program ekonomi kreatif yang didukung oleh sumber daya manusia yang kompeten. Metode sosialisasi ekonomi kreatif yang digunakan penulis melibatkan penyesuaian praktik kegiatan program dengan kondisi lapangan. Penulis menyampaikan sosialisasi tentang ekonomi kreatif kepada masyarakat dan pemuda untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat Desa Batuphat terkait ekonomi kreatif. Sosialisasi dilakukan menggunakan presentasi PowerPoint, soft copy materi, dan papan tulis untuk memudahkan para pemuda memahami konsep ekonomi kreatif.

3. Tahapan Evaluasi

Evaluasi ini dilakukan untuk menilai keefektifan pelaksanaan PMD dalam sosialisasi ekonomi kreatif di Desa Batuphat Barat, Kecamatan Muara Satu, Kota Lhokseumawe. Evaluasi dilakukan langsung bersama kepala desa, pemuda-pemudi, dan masyarakat.

Solusi yang Ditawarkan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa sosialisasi ekonomi kreatif di Desa Batuphat Barat, Muara Satu, telah berlangsung dengan baik. Selama pelaksanaan PKM, masyarakat serta pemuda-pemudi sangat antusias. Antusiasme ini diharapkan dapat mendukung keberhasilan program pengembangan produk. Sosialisasi ekonomi kreatif ini diikuti oleh 25 pemuda-pemudi dan tokoh masyarakat, semuanya berasal dari Desa Batuphat Barat.

Pengenalan ekonomi kreatif kepada masyarakat sangat penting karena memberikan berbagai manfaat dalam kehidupan. Sosialisasi ekonomi kreatif di Desa Batuphat Barat ini diharapkan dapat memicu peningkatan kreativitas dan inovasi dalam produk, khususnya di Desa Batuphat Barat dan Kecamatan Muara Satu.

Program sosialisasi ekonomi kreatif yang dilaksanakan penulis berhasil, dengan masyarakat memahami ekonomi kreatif setelah program ini. Kegiatan ini meningkatkan pengetahuan masyarakat Desa Batuphat Barat mengenai ekonomi kreatif, dan mereka mulai menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Sebelum sosialisasi, masyarakat belum sepenuhnya memahami ekonomi kreatif, dan banyak pemuda Desa Batuphat Barat yang belum menerapkan sistem ekonomi kreatif. Setelah sosialisasi, masyarakat mulai memahami konsep ekonomi kreatif setelah penulis memberikan saran dan menjawab pertanyaan mereka.

Sebelum sosialisasi, masyarakat Desa Batuphat Barat, termasuk para pemuda, belum menerapkan sistem ekonomi kreatif. Kendala yang dihadapi selama PKM ini adalah waktu pelaksanaan yang sangat terbatas dan keterlambatan kedatangan peserta. Namun, masalah ini berhasil diatasi dengan penyesuaian waktu antara pihak masyarakat dan Tim PKM 2024, sehingga acara dapat terlaksana dengan baik.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan sosialisasi tentang Ekonomi Kreatif berhasil membawa dampak positif bagi masyarakat yang menjadi peserta. Sebelum kegiatan, banyak anggota masyarakat yang memiliki pemahaman terbatas tentang konsep ekonomi kreatif dan bagaimana mereka bisa terlibat atau berkontribusi dalam sektor ini. Melalui sosialisasi, peserta mendapatkan wawasan baru tentang potensi ekonomi kreatif, yang mencakup berbagai bidang seperti seni, kerajinan, musik, film, desain, dan teknologi digital.

Selama sosialisasi, masyarakat diperkenalkan dengan berbagai contoh konkret dari industri kreatif yang telah berhasil, baik di tingkat lokal maupun internasional. Mereka diajak untuk melihat peluang yang mungkin ada di sekitar mereka, seperti penggunaan bahan lokal untuk produk kerajinan, atau memanfaatkan keterampilan digital dalam menciptakan konten kreatif. Pemahaman ini mendorong masyarakat untuk berpikir lebih inovatif dan melihat peluang ekonomi baru yang sebelumnya tidak mereka sadari.



Gambar 2. Penyampaian Materi oleh Narasumber

Setelah kegiatan sosialisasi, terlihat adanya perubahan sikap dan antusiasme di kalangan masyarakat. Mereka mulai menunjukkan minat yang lebih besar untuk mengembangkan keterampilan kreatif yang mereka miliki, baik secara individu maupun kelompok. Beberapa anggota masyarakat bahkan memulai inisiatif untuk membentuk komunitas atau kelompok usaha kecil yang fokus pada produksi barang dan jasa kreatif.

Selain itu, masyarakat juga mulai memahami pentingnya kolaborasi dan jaringan dalam ekonomi kreatif. Mereka lebih terbuka untuk bekerja sama dengan pihak lain, seperti pelaku industri, pemerintah, dan lembaga pendidikan, untuk mendapatkan pengetahuan, dukungan, dan akses ke pasar. Kesadaran ini tidak hanya meningkatkan semangat untuk berkreasi, tetapi juga membangun rasa percaya diri bahwa mereka dapat berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal.

Secara keseluruhan, kegiatan sosialisasi ekonomi kreatif ini berhasil membuka mata masyarakat terhadap potensi ekonomi kreatif dan mendorong mereka untuk lebih aktif berpartisipasi. Dengan meningkatnya pemahaman dan keterlibatan ini, diharapkan akan muncul lebih banyak inisiatif kreatif yang dapat menggerakkan perekonomian lokal dan menciptakan lapangan kerja baru.

Kesimpulan

Kegiatan Sosialisasi Ekonomi Kreatif ini yang dilaksanakan di Batuphat Barat Kecamatan Muara Satu Kota Lhokseumawe berjalan dengan lancar karena Masyarakat memberikan respon baik terhadap adanya kegiatan yang dilakukan mulai dari perizinan, perencanaan sampai dengan terlaksananya kegiatan PMD ini. Kegiatan sosialisasi ekonomi kreatif ini dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai ekonomi kreatif. Hasil dari kegiatan ekonomi kreatif ini yaitu meningkatnya literasi masyarakat tentang ekonomi kreatif. Dengan adanya kegiatan sosialisasi ini diharapkan masyarakat bisa memperoleh ilmu pengetahuan baru tentang dunia ekonomi sehingga dapat bermanfaat untuk diri pribadi dan orang lain.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih ini kami persembahkan kepada Kepala Desa atau Geuchik Gampong Batuphat Barat yang telah membantu kami dalam memberikan pengertian kepada Masyarakat, dan juga ucapan terimakasih ini kami persembahkan kepada Universitas Malikussaleh, dan yang terakhir kami ucapkan kepada masyarakat Batuphat Barat dan juga kepada Tim Pengabdian.

Referensi

- Adi, K. (2020). Sosialisasi Perubahan Perilaku Masyarakat Pada Era Pandemi Covid-19 Di Desa Jatisari. *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu*, 3(1), 43–59.
- Chadhiq, U. (2007). Memahami Perilaku Konsumen Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis. *Akses: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(3).
- Djuyandi, Y. (2014). Efektivitas Sosialisasi Politik Pemilihan Umum Legislatif Tahun 2014 Oleh Komisi Pemilihan Umum. *Humaniora*, 5(2), 1202–1212.
- Elyas, A. H., Iskandar, E., & Suardi, S. (2020). Inovasi Model Sosialisasi Peran Serta Masyarakat Kecamatan Hampanan Perak Dalam Pemilu. *Warta Dharmawangsa*, 14(1).
- Ginting, A. M. (2023). Covid-19 Dan Dampaknya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Kajian*, 25(4), 285–300.
- Ginting, A. M., Rivani, E., Saragih, J. P., & Wuryandani, D. (2018). *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Indonesia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Harjawati, T. (2020). Model Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Syariah Di Provinsi Banten. *Al Maal: Journal Of Islamic Economics And Banking*, 1(2), 187–206.
- Hasibuan, A., Sayuti, M., Fithra, H., Siregar, W. V., Mariyudi, M., Puspasari, C., Hasibuan, M. R. F., Fadhilati, N. I., & Al Farizi, R. (2023). Sosialisasi Penanganan Dini Kebakaran Pada Sekolah Di Lhokseumawe-Aceh Utara. *Jurnal Solusi Masyarakat Dikara*, 3(2), 95–99.
- Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E. P. (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan). *Journal Of Economic, Business And Engineering (Jebe)*, 1(1), 24–31.
- Juleha, S., Rasidin, R., & Lisa, N. P. (2022). Pelatihan Pembuatan Produk Bakso Stik Dari Olahan Ikan Bandeng Pada Desa Alue Dua Muka O Sebagai Bentuk Peningkatan Perekonomian Masyarakat. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(2), 473–478.
- Luhuri, G. A. (2021). *Rencana Bisnis Pendirian Usaha Pakaian Aruna/Gagah Amra Luhuri/75160333/Pembimbing: Brastoro*.
- Marmningsih, M. (2019). *Pemanfaatan Limbah Tepung Tapioka Untuk Kripik Lamuk Ditinjau Dari Konomi Kreatif Di Desa Bulusari Kecamatan Tarokan Kabupaten Kediri*. Iain Kediri.
- Maryanti, S., Widayat, P., & Lubis, N. (2023). Prospek Ekonomi Indonesia: Perspektif Makroekonomi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 20(2), 146–155.
- Maulana, H., & Others. (2023). *Analisis Regionalisasi Dan Estimasi Wakaf Tanah Di Provinsi Aceh*.
- Noperman, F. (2022). *Inovasi Pembelajaran: Dari Ide Kreatif Di Kepala Sampai Praktik Inovatif Di Kelas*. Laksbang Pustaka.
- Noviyanti, R. (2017). Peran Ekonomi Kreatif Terhadap Pengembangan Jiwa Entrepreneurship Di Lingkungan Pesantren: Studi Kasus Di Pondok Modern Darussalam Gontor Putri 1. *Jurnal Penelitian Ilmiah Intaj*, 1(1), 77–99.
- Rahman, D. N. (2021). *Pengaruh Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif Dan Ekspor Produk Ekonomi Kreatif Terhadap Pertumbuhan*

Ekonomi Indonesia. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

- Rahmawati, F. (2009). Pengembangan Industri Kreatif Melalui Pemanfaatan Pangan Lokal Singkong. *Seminar Nasional "Peran Pendidikan Kejuruan Dalam Pengembangan Industri Kreatif"*, 21.
- Siregar, R. T., Rahmadana, M. F., Nainggolan, P., Basmar, E., & Siagian, V. (2021). *Ekonomi Industri*. Yayasan Kita Menulis.
- Waziana, W., Sari, D. N., Saputra, R. H., & Hendrawan, E. (2023). Pelatihan Membangun Ekonomi Kreatif Menggunakan Digital Marketing Pada Umkm Sentra Industri Tahu Pekon Gading Rejo. *Jurnal Dedikasi Untuk Negeri (Jdn)*, 2(2).
- Zahra, A. A. (2023). Sosialisasi Ekonomi Kreatif Di Desa Wates Jaya. *Almujtamae: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 55-61.