



## JURNAL ABDI INSANI

Volume 9, Nomor 4, Desember 2022

<http://abdiinsani.unram.ac.id>. e-ISSN : 2828-3155. p-ISSN : 2828-4321



### PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT MELALUI PEMETAAN POTENSI PELUANG USAHA KREATIF MASYARAKAT DESA SIGERONGAN KABUPATEN LOMBOK BARAT

*Community Economic Empowerment Through Mapping Potential Creative Business  
Opportunities for The Community of Sigerongan Village, Lombok Barat Regency*

Lilik Handajani\*, Akram, Ayudia Sokarina

Program Studi Magister Akuntansi Universitas Mataram

*Jalan. Majapahit 62 Mataram*

\*Alamat Korespondensi : [lilikhandajani@unram.ac.id](mailto:lilikhandajani@unram.ac.id)

*(Tanggal Submission: 04 Oktober 2022, Tanggal Accepted : 20 Desember 2022,*



#### Kata Kunci : Abstrak :

*Usaha  
kreatif,  
pemberday  
aan  
ekonomi,  
kelompok  
masyarakat  
desa*

Tumbuhnya kelompok-kelompok masyarakat desa yang aktif dan memiliki gagasan kreatif akan memperkuat akselerasi pemberdayaan ekonomi masyarakat desa. Usaha yang diinisiasi oleh masyarakat secara individu atau berkelompok ini dilakukan dalam skala kecil, belum dikelola dengan baik dengan tujuan jangka pendek untuk memanfaatkan peluang yang ada untuk memperoleh penghasilan. Meskipun sifat usaha masih musiman dengan memanfaatkan trend saat ini, tetapi usaha kreatif masyarakat desa ini memiliki potensi untuk dikembangkan di masa mendatang. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat kemitraan ini untuk memetakan usaha-usaha kreatif yang berasal gagasan kreatif masyarakat desa dengan mengidentifikasi peluang usaha, kendala dan permasalahan serta prospek untuk pengembangan usaha ke depan. Pemetaan dilakukan melalui survei kepada kelompok-kelompok masyarakat desa yang menjalankan usaha kreatif di Desa Sigerongan Kabupaten Lombok Barat. Pemetaan potensi lokal desa diperlukan, termasuk peluang pengembangan bisnis dari potensi lokal yang mungkin tidak tampak, namun memiliki prospek bisnis di masa depan. Hasil kegiatan ini dapat mengidentifikasi peluang, kendala dan prospek usaha kreatif masyarakat desa yang dapat dimanfaatkan dalam membuka peluang baru maupun inisiasi rintisan Kelompok Usaha Bersama (KUBe) untuk memperoleh peluang pendanaan eksternal melalui pengembangan usaha. Kegiatan ini dapat membantu pemangku kepentingan desa Sigerongan dalam merumuskan strategi pengembangan dalam merencanakan pemberdayaan ekonomi masyarakat desa secara mandiri. Pemetaan riil tentang potensi peluang, kendala dan prospek usaha berbasis partisipasi masyarakat diperlukan untuk menunjang pengembangan desa yang maju dan mandiri.



**Key word :** **Abstract :**

*Creative business, economic empowerment, village community groups*

The growth of village community groups that are active and have creative ideas will strengthen the acceleration of economic empowerment of rural communities. Businesses initiated by the community individually or in groups are carried out on a small scale, not yet managed properly with the short term aim of taking advantage of existing opportunities to earn income. Although the nature of the business is still seasonal by taking advantage of trends that are currently in demand, this creative effort from the participation of the village community has the potential to be developed in the future. The purpose of this partnership community service activity is to map creative businesses that arise from rural communities who have creative ideas by identifying business opportunities, obstacles and problems as well as prospects for future business development. The mapping was carried out through a survey of village community groups who run creative businesses in the Sigerongan Village, Lingsar District, West Lombok Regency. Mapping the local potential of the village is needed, including business development opportunities from local potentials that may not appear, but have business prospects in the future. The results of this activity can identify opportunities, constraints and prospects for creative business in rural communities that can be used to open up new opportunities and initiate joint venture groups (KUBe) to obtain external funding opportunities through business development. This activity will also assist the stakeholders of Sigerongan Village in formulating a development strategy in planning the economic empowerment of the village community independently. Real mapping of potential opportunities, constraints and prospects for community-based business participation is needed to support the development of an advanced and independent village.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Handajani, L., Akram., Sokarina, A. (2022). *Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemetaan Potensi Peluang Usaha Kreatif Masyarakat Desa Sigerongan Kabupaten Lombok Barat. Jurnal Abdi Insani, 9(4)*, 1434-1440. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v9i4.783>

## PENDAHULUAN

Masa pandemi yang berkepanjangan mengakibatkan banyak masyarakat kehilangan pekerjaan dan sumber mata pencaharian. Angka pengangguran di Indonesia semakin meningkat dengan semakin banyaknya PHK, aturan pemerintah tentang lock down, PSBB, dan social distancing (Fahri, Djalil & Kasnelly, 2019). Pandemi COVID-19 membuat sebagian besar masyarakat yang kehilangan sumber penghasilan beralih untuk membuat usaha-usaha baru yang bisa membantu memenuhi kebutuhan hidupnya. Untuk mempertahankan keberlangsungan hidup di masa Pandemi, warga kelas menengah ke bawah terdampak besar Covid-19 perlu berinovasi dan kreatif (Tirayoh & Karamoy, 2021), serta menumbuh-kembangkan berbagai gagasan dan ide usaha baru yang dapat berkontribusi sebagai pemecah persoalan sosial-ekonomi masyarakat akibat dampak pandemi (Bahtiar & Rais, 2021). Dalam kondisi ketidakpastian seperti ini pola pikir yang eksploratif diperlukan untuk tetap menjalankan usaha atau memanfaatkan peluang yang ada dengan membuka usaha baru di tengah-tengah krisis pandemi yang terjadi (Istiatin & Marwati, 2021).

Berbagai peluang dapat dijajaki pelaku usaha di masa pandemi yang dapat menjadi sumber penghasilan bahkan menambah pendapatan. Hal ini karena pemberdayaan ekonomi yang berasal dari partisipasi masyarakat dapat dikembangkan sebagai upaya untuk mengentaskan kemiskinan di pedesaan (Darwis & Rusastra, 2011). Keberadaan beragam program ekonomi kreatif pada masyarakat desa ini juga akan meningkatkan kualitas hidup masyarakat, meningkatnya toleransi sosial dan pengurangan kesenjangan sosial (Nandini, 2016). Bentuk usaha yang berasal dari partisipasi masyarakat desa umumnya dilakukan dalam skala kecil, dilakukan secara individu maupun

berkelompok dan belum dikelola dengan baik karena fokusnya cenderung jangka pendek dan hanya memanfaatkan peluang untuk mendapatkan penghasilan. Meskipun sifat usaha masih musiman dengan memanfaatkan trend yang saat ini sedang diminati masyarakat, tetapi usaha kreatif dari partisipasi masyarakat desa ini memiliki potensi untuk dikembangkan di masa mendatang.

Pemetaan potensi lokal desa diperlukan, termasuk pengembangan bisnis dari potensi lokal yang mungkin tidak tampak, namun memiliki prospek bisnis di masa depan (Rahmi, Fathoni & Ismanto, 2020). Pengembangan usaha ekonomi kreatif dapat berdasarkan potensi yang dimiliki desa seperti desa wisata, desa kreatif dan sebagainya (Mangani & Panjaitan, 2019). Dari usaha yang sifatnya informal menjadi usaha formal seperti UMKM, maupun dari usaha yang sifatnya musiman menjadi usaha berkelanjutan yang bisa menjadi ciri khas suatu desa. Pemberdayaan masyarakat desa dapat dilakukan melalui komunitas masyarakat desa yang menggambarkan gotong royong dan kebersamaan yang akan membuka banyak gagasan kreatif untuk membentuk peluang usaha baru.

Kunci keberhasilan untuk usaha ekonomi adalah kemampuan menganalisis potensi dan peluang usaha daerah sekitar dan memahami kemampuan dan minat yang disukai dan dikuasai, melalui inisiasi dan partisipasi masyarakat di desa. Dengan berhasil memetakan peluang, keunggulan dan kelemahan serta prospek inisiasi usaha ekonomi ini maka potensi ekonomi yang ada di masyarakat desa bisa dikembangkan menjadi kegiatan ekonomi produktif untuk pemerdayaan ekonomi masyarakat desa. Pemerintah desa berperan dalam menggerakkan partisipasi masyarakat dengan segenap kemampuan dan potensi unggulan desa untuk mewujudkan desa yang maju dan mandiri. Peran pemerintah ini dibutuhkan dalam mendukung pelaku ekonomi kreatif dan sebagai fasilitator motivasi dalam kewirausahaan, perizinan, pembinaan tentang kemampuan manajemen kewirausahaan yang baik dan strategi pemasaran (Marsinah, Marisya & Indriani, 2022).

Kegiatan pengabdian masyarakat Kemitraan ini bertujuan untuk mengidentifikasi peluang, kendala atau permasalahan serta prospek pengembangan usaha kreatif berbasis partisipasi masyarakat pada kelompok masyarakat di Desa Sigerongan. Hasil kegiatan ini bermanfaat bagi kelompok masyarakat dalam memotivasi dan meningkatkan potensi kelompok masyarakat sebagai wadah untuk menumbuhkembangkan kreatifitas mereka dengan peluang usaha baru dan inovasi-inovasi baru. Usaha kreatif yang berasal dari partisipasi masyarakat bisa menjadi embrio rintisan Kelompok Usaha Bersama (KUBe) untuk memperoleh dana eksternal dalam pengembangan usaha. Bagi pemangku kepentingan desa, pemetaan riil tentang potensi peluang usaha kreatif masyarakat desa ini berguna dalam merumuskan rencana strategis pengembangan potensi usaha berbasis partisipasi masyarakat untuk akselerasi pemberdayaan ekonomi masyarakat desa yang mandiri.

## METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian masyarakat kemitraan ini dilakukan pada Desa Sigerongan Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan pemetaan riil tentang potensi peluang usaha, kendala dan permasalahan serta prospek usaha kreatif masyarakat desa. Untuk mencapai tujuan tersebut, kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu: (1) tahap pendahuluan; (2) tahap pelaksanaan survei dan (3) perumusan hasil kegiatan. Pada tahap pendahuluan, kegiatan ini diawali dengan menginformasikan kepada Kepala Desa dan perwakilan kelompok usaha masyarakat di Desa Sigerongan tentang tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk melakukan pemetaan terkait usaha ekonomi kreatif kelompok masyarakat. Selanjutnya dilakukan pertemuan pendahuluan dalam suatu forum diskusi informal dengan individu dan kelompok masyarakat yang melakukan inisiasi usaha kreatif dengan tujuan untuk menggali data awal tentang kondisi di lapangan tentang berkembangnya usaha kreatif yang dilakukan oleh masyarakat desa ini.

Tahap kedua adalah melakukan survei kepada pelaku usaha kreatif baik individu maupun kelompok-kelompok masyarakat yang melakukan inisiasi usaha kreatif masyarakat. Untuk melakukan survei ini telah disiapkan instrumen berupa kuisioner yang akan diisi oleh pelaku usaha kreatif sebagai responden. Pemilihan responden sebagai pengisi kuisioner didasarkan pada pelaku usaha kreatif yang masih aktif menjalankan usahanya sampai saat ini. Instrumen berisi pertanyaan tentang pilihan jenis

usaha ekonomi yang dijalankan, permasalahan dan kendala dalam menjalankan usaha tersebut serta pengembangan yang diharapkan di masa mendatang. Daftar pertanyaan atau kuisioner digunakan sebagai panduan dan instrumen survei untuk membantu perolehan informasi yang digunakan dalam proses survei terhadap individu dan kelompok masyarakat. Dalam penyebaran kuisioner untuk mendapatkan informasi dari pelaku usaha kreatif tidak ada kesulitan karena sebagian besar masyarakat desa telah memiliki pengetahuan dan literasi yang cukup baik dalam memahami pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam instrumen kuisioner.

Tahap terakhir, berdasarkan hasil survei dilakukan tabulasi terhadap jawaban-jawaban yang diberikan oleh para responden pelaku usaha yang telah menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Berdasarkan hasil tabulasi dilakukan perumusan hasil berupa pemetaan tentang bentuk-bentuk peluang usaha, kendala dan permasalahan dalam menjalankan usaha serta prospek usaha kreatif di masa mendatang berbasis data riil yang diperoleh dari kelompok-kelompok masyarakat yang berinisiasi menjalankan usaha kreatif dan memanfaatkan peluang usaha sebagai respon beradaptasi secara ekonomi pada masa Pandemi Covid 19 yang berkepanjangan seperti saat ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Survei terhadap usaha ekonomi masyarakat bertujuan untuk memperoleh data riil tentang berkembangnya usaha yang diinisiasi oleh kelompok masyarakat desa. Melalui survei kepada usaha-usaha kelompok masyarakat ini dapat diidentifikasi potensi peluang usaha, kendala atau permasalahan yang terjadi serta pemetaan terhadap strategi dan prospek pengembangan usaha dimasa mendatang. Strategi pengembangan kelompok-kelompok usaha masyarakat desa yang aktif dan kreatif ini dapat memperkuat akselerasi pemberdayaan ekonomi masyarakat desa, termasuk dalam hal ini adalah potensi pengembangan rintisan Kelompok Usaha Bersama (KUBe) serta pemetaan potensi peluang usaha dan prospek usaha ke depan yang akan bermanfaat bagi pemangku kepentingan desa dalam merumuskan rencana dan program kerja pengembangan desa untuk mewujudkan pemberdayaan ekonomi masyarakat yang mandiri dan maju.

Hasil survei terhadap berkembangnya usaha ekonomi yang diinisiasi oleh masyarakat desa menunjukkan bahwa bidang usaha yang dilakukan oleh masyarakat desa Sigerongan mayoritas adalah budidaya perikanan (ikan hias) serta perdagangan (penjualan) produk seperti pupuk, pakan ikan, sembako dan jasa pendukung lainnya. Pilihan bentuk usaha ini lebih berkaitan dengan potensi keunggulan desa sebagai daerah budidaya ikan (Gambar 1). Rata-rata usaha ekonomi yang dilakukan telah lebih dari 1 tahun dan digunakan sebagai mata pencaharian utama atau sebagai sumber untuk memperoleh tambahan penghasilan selama masa Pandemi. Namun demikian perkembangan usaha yang dilakukan relatif stagnan (konstans) dan belum menunjukkan perkembangan yang meningkat. Hal ini diindikasikan karena usaha masih mengandalkan cara penjualan langsung kepada pembeli dan produk yang dijual relatif sama dan belum memiliki keunggulan inovasi.



Gambar 1. Peluang usaha budidaya ikan hias

Pada masa Pandemi Covid, masyarakat harus kreatif, peka dan jeli dalam melihat peluang usaha yang ada dan dapat memanfaatkannya untuk mendapatkan keuntungan pribadi maupun masyarakat sekitar (Furyanah et al., 2021). Hasil survei ini berhasil mengidentifikasi faktor yang menjadi peluang usaha kreatif masyarakat desa adalah bahwa ide atau gagasan untuk membuka usaha dan kondisi di lingkungan sekitar yang menginspirasi untuk memanfaatkan peluang usaha. Dorongan untuk membuka usaha lebih karena adanya keyakinan yang kuat untuk berhasil dan meneruskan usaha orang tua maupun mengembangkan kegemaran (hobby). Gagasan atau ide untuk membuat usaha diperoleh dari menggali peluang bisnis dari potensi unggulan yang dimiliki desa maupun karena alasan ingin meniru usaha orang lain yang telah berhasil. Kondisi di lingkungan desa juga menginspirasi jenis usaha yang dilakukan seperti banyak potensi alam di desa yang bisa dikembangkan sehingga dapat menarik minat pengunjung ke desa, mengikuti usaha baru yang sedang trend saat ini seperti penjualan ikan hias (Gambar 2) maupun untuk melayani kebutuhan masyarakat sekitar dalam penyediaan barang/jasa seperti sembako, pakan ikan, pupuk dan sebagainya. Berbagai usaha masyarakat desa memiliki peluang untuk dapat dikembangkan karena mengangkat potensi keunggulan yang dimiliki desa.



Gambar 2. Bentuk usaha penjualan ikan hias

Hasil survei mengungkapkan permasalahan atau kendala yang dihadapi oleh masyarakat desa dalam menjalankan usaha berkaitan dengan kendala yang berasal dari faktor internal (pribadi/keluarga), permasalahan dalam mengelola usaha, kendala produk/jasa, kendala pemasaran maupun permasalahan dari faktor eksternal. Kendala internal lebih berkaitan dengan rasa percaya diri yang rendah untuk menjalankan usaha (takut gagal) dan minimnya modal yang dimiliki untuk menjalankan usaha. Faktor lain yang menjadi penghambat sehingga usaha kurang berkembang (stagnan) lebih karena alasan modal usaha yang terbatas dan tercampurnya uang usaha untuk kepentingan pribadi karena pelaku usaha belum memiliki pengetahuan dan kemampuan manajemen usaha. Berkaitan dengan kendala produk, kualitas produk yang dijual relatif rendah dan produk/jasa yang dijual umumnya sama (meniru usaha lainnya) dan belum mempunyai keunggulan. Kendala pemasaran produk/jasa umumnya berkaitan dengan pemasaran produk/jasa yang hanya dilakukan secara manual (konvensional), belum optimal dalam menggunakan berbagai platform pemasaran usaha online dan tidak melakukan upaya untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Kendala faktor eksternal berkaitan dengan kendala dalam menjalankan usaha adalah tidak ada bimbingan dalam menjalankan usaha dan persaingan harga yang ketat karena banyaknya pesaing.

Untuk dapat mengembangkan potensi usaha kreatif masyarakat sebagai bentuk pemberdayaan ekonomi yang berasal dari inisiasi masyarakat maka dapat diidentifikasi prospek pengembangan ke depan. Hasil survei mengungkapkan bahwa untuk meningkatkan prospek usaha perlu dilakukan upaya peningkatan kualitas produk, pemasaran dan manajemen usaha, serta peran

dari pemangku kepentingan desa untuk mendukung berkembangnya potensi usaha kreatif masyarakat desa Sigerongan. Hal ini sejalan dengan pendapat (Saleh et al., 2021) yang menyatakan bahwa berkaitan dengan inovasi dan kreatifitas, perubahan cara penjualan menjadi secara online, membuat produk yang benar-benar unik serta memodifikasi produk menjadi lebih berkualitas sehingga akan dapat meningkatkan penjualan. Untuk meningkatkan prospek usaha, masyarakat desa pelaku usaha kreatif menginginkan peran dari pemerintah desa dalam menyediakan fasilitas tempat usaha yang dikelola bersama seperti pusat budidaya ikan hias, pusat kuliner, sentra ikan hias sehingga bisa menarik pengunjung yang lebih banyak untuk datang ke desa yang secara tidak langsung dapat menggiatkan perekonomian desa. Saat ini tempat yang digunakan untuk usaha, dibuat secara mandiri oleh individu atau kelompok masyarakat desa dengan kondisi apa adanya pada tempat non permanen seperti pinggir jalan desa (Gambar 3).



Gambar 1. Tempat usaha yang memanfaatkan area di pinggir jalan desa

Kegiatan pelatihan dan pembinaan terkait manajemen usaha dan solusi praktis pemecahan masalah juga diperlukan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan mereka dalam pengelolaan usaha yang lebih baik. Selain pelatihan pemanfaatan pemasaran secara online, para pelaku usaha juga menginginkan bimbingan terkait inovasi produk/jasa untuk meningkatkan nilai jual produk. Hal ini sejalan dengan argumentasi bahwa dalam masa Pandemi masyarakat desa dapat menciptakan inovasi dan kreatifitas dalam menjalankan usaha (Saleh et al., 2021). Kemudahan dalam memperoleh pinjaman lunak untuk modal usaha sehingga usaha kreatif kelompok masyarakat desa semakin berkembang. Dalam hal ini, peran pemangku kepentingan desa diperlukan dalam pembinaan terhadap pelaku usaha industri kreatif serta bantuan modal dari pemerintah (Lucky & Rosmadi, 2018) sehingga usaha kreatif dapat memiliki daya saing yang dapat diandalkan oleh masyarakat sekitar. Pemetaan tentang peluang, kendala/permasalahan dan prospek usaha ekonomi kreatif masyarakat desa berbasis partisipasi masyarakat memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai embrio rintisan Kelompok Usaha Bersama (KUBe) masyarakat untuk mendapatkan akses pendanaan eksternal untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat desa. Bagi pemangku kepentingan Desa pemetaan riil tentang potensi peluang, kendala dan prospek usaha berbasis partisipasi masyarakat dapat digunakan sebagai informasi dalam pengembangan program kerja desa dalam mewujudkan desa yang maju dan mandiri.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Inisiasi usaha kreatif masyarakat merupakan respon untuk beradaptasi secara ekonomi pada masa Pandemi. Gagasan kreatif diperoleh dengan menggali peluang bisnis dari potensi unggulan yang dimiliki desa dan kondisi lingkungan yang ada di desa. Bentuk usaha yang dilakukan berupa budidaya dan penjualan ikan hias, penjualan pakan ikan maupun bentuk usaha pendukung lainnya seperti kuliner dan jasa lainnya. Kendala dan permasalahan berkaitan dengan modal usaha yang terbatas, pemasaran cara konvensional yang mengandalkan penjualan secara langsung serta produk atau jasa yang dijual belum mempunyai keunggulan inovasi. Usaha kreatif masyarakat desa ini memiliki prospek

untuk dikembangkan melalui pembinaan manajemen usaha secara praktis, ketersediaan tempat usaha bersama (sentra usaha), kemudahan dalam memperoleh pinjaman lunak untuk modal usaha dan pemanfaatan pemasaran online serta inovasi yang dapat meningkatkan nilai jual produk atau jasa. Untuk menunjang pemberdayaan ekonomi masyarakat, upaya ini perlu dilakukan secara konsisten dengan keterlibatan aktif semua pemangku kepentingan desa untuk mendorong terwujudnya kemandirian ekonomi masyarakat desa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bahtiar, & Rais, A. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah serta Solusinya. *Info: Bidang Ekonomi Dan Kajian Publik VIII*, 13(10), 19–24.
- Darwis, V., & Rusastra, I. W. (2011). Optimalisasi Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Sinergi Program PUAP dengan Desa Mandiri Pangan. *Analisis Kebijakan Pertanian*, 9 (2), 125-142.
- Fahri, A. Jalil & Kasnelly, S. (2019). Meningkatnya Angka Pengangguran di Tengah Pandemi (Covid-19). *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2 (2), 45-60.
- Furyanah, A., Sofyan, A., Ahyar, A. J., Purnamasari, D. M., Fauzan & Alvenia, N. (2021). Meningkatkan Kreativitas dan Menciptakan Peluang Usaha di Masa Pandemi Covid-19 Yayasan Kafilatur Rosul Pamulang. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2 (2), 234-237.
- Istiatin., & Marwati, F. S. (2021). Sosialisasi Berbagai Peluang Usaha UMKM dan Ekonomi Kreatif di Era New Normal di Dusun Pinggir Desa Telukan Sukoharjo. *Jurnal Budimas*, 03 (01), 129-140.
- Lucky, M. dan N. Rosmadi. (2018). Sinergitas desa wisata dan industri kreatif dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. *Ikraith Ekonomika 1* (2), 13-18.
- Mangani, K. S., & Panjaitan, H. (2019). Pemberian Motivasi Tentang Ekonomi Kreatif Kepada Masyarakat Desa, *Jurnal Comunita Servizio*, 1 (2), 80-88.
- Marsinah, F., Marisyah., & Indriani, R. F. (2022). Pembinaan Ekonomi Kreatif Bagi Masyarakat Dalam Penguatan Desa Wisata Di Kelurahan Tumbak Ulas Kota Pagaram. *Aksi Kepada Masyarakat: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3 (1), 45-52.
- Nandini, R. M. (2016). Dampak Usaha Ekonomi Kreatif Terhadap Masyarakat Desa Blawe Kecamatan Purwoasri Kabupaten Kediri, *Kebijakan dan Manajemen Publik*, 4 (1), 1-11.
- Rahmi, V. A., Fathoni, M. Z. & Ismanto, H. (2020). Potensi Lokal Pengembangan Bisnis Desa Saat Pandemi Tengah Melanda Negeri. *MATRIK : Jurnal Manajemen & Teknik Industri – Produksi XXI* (1), 53-62. doi: 10.350587/Matrik v20i1.1614.
- Saleh, K., Novalia., Dekasari, Y., & Khoiriyansyah, M. N. (2021). Inovasi dan Kreatifitas UMKM di Masa Pandemi (Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Pringsewu), Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis ke-I, 45-53.
- Tirayoh, V., & Karamoy, H. (2021). Ekonomi Kreatif di Masa Pandemi Covid-19 pada Kelompok Wirausaha Rumah Tangga di Desa Kauditan I dan II Kecamatan Kauditan Kabupaten Minahasa Utara. *Techno Science Journal*, 3(1), 20–26.