

PENGENALAN AKSES KE PERBANKAN SYARIAH MELALUI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF MASYARAKAT DI DESA CIBUNIAN, KECAMATAN PAMIJAHAN, KABUPATEN BOGOR

Widia Afria Nurlaelia¹, Tubagus Rifqy Thantawi², Miftakhul Anwar³.

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor.

¹ Email: widiaafrianurlaelia@gmail.com, ² Email: trifqythan@inais.ac.id,

³ Email: miftakhul.anwar@inais.ac.id.

Abstract

The creative economy can be said as the creation of added value based on ideas born from the creativity of human resources and based on the use of science, including cultural and technological heritage. Cibunian village precisely in Kampung Muara Legok has minimal business actors, the average population there only relies on farming as their livelihood, while there is a lot of natural potential that can be developed if it can be managed properly. The purpose of this service is to assist the community in Cibunian Village, precisely in Kampung Muara Legok in managing kolang kaling into traditional food of kolang kaling crackers, as an effort to improve the community's economy where kolang kaling can be found easily in the village. This service uses the ESD (Education for Sustainable Development) method, which is a learning method to support sustainable development, which is a type of learning that provides awareness of an innovative and creative entrepreneurial spirit. The programs carried out include: 1) Counseling to improve the entrepreneurial spirit, 2) Training in managing traditional kolangkaling crackers, 3) Packaging/labeling training so that packaging becomes more attractive 4) Product marketing. The result of this service activity is the growing awareness of the people of Cibunian Village, precisely in Kampung Muara Legok has an independent entrepreneurial spirit.

Keywords: Creative economy, traditional food, empowerment.

Abstrak

Ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai penciptaan nilai tambah yang berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi. Desa Cibunian tepatnya di Kampung Muara Legok memiliki pelaku usaha yang masi minim, rata-rata penduduk disana hannya mengandalkan bertani sebagai mata pencahariannya, sedangkan disana banyak potensi alam yang dapat di kembangkan bila dapat dikelola dengan baik. Tujuan dari pengabdian ini adalah mendampingi masyarakat di Desa Cibunian tepatnya di Kampung Muara Legok dalam mengelola kolang kaling menjadi makanan tradisional kerupuk kolang kaling, sebagai upaya meningkatkan ekonomi masyarakat dimana kolang kaling ini dapat ditemui dengan mudah di desa tersebut. Pengabdian ini menggunakan metode ESD (Education for Sustainable Development) adalah metode pembelajaran untuk mendukung pembangunan berkelanjutan, yaitu jenis pembelajaran yang memberikan kesadaran jiwa wirausaha yang inovatif dan kreatif. Program yang dilakukan meliputi : 1) Penyuluhan untuk meningkatkan jiwa wirausaha , 2) Pelatihan mengelola makanan tradisional kerupuk kolangkaling, 3) Pelatihan packaging/labeling sehingga kemasan menjadi lebih menarik 4) Memasarkan

produk. Hasil kegiatan pengabdian ini adalah tumbuhnya kesadaran masyarakat Desa Cibunian tepatnya di Kampung Muara Legok berjiwa wirausaha yang mandiri.
Kata Kunci : Ekonomi kreatif, makanan tradisional, pemberdayaan.

I. Pendahuluan

Perkembangan dalam perekonomian saat ini menciptakan konsep baru dengan nama ekonomi kreatif yang menjadi alternatif yang tepat dan secara aktif menopang keberlangsungan perekonomian di Indonesia saat ini. Perkembangan di dunia ekonomi dan bisnis saat ini telah mengalami pergeseran dari ekonomi sumber daya menjadi ekonomi berbasis pengetahuan dan kreativitas. Ekonomi kreatif mempunyai konsep dimana ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan input dalam mendorong pembangunan ekonomi untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi yang baik pula. (Wiko, 2010).

Kata kreatif memiliki makna yang didalamnya memuat tentang beberapa kegiatan produksi barang/jasa jika terdapat sentuhan kreatifitas akan menambah nilai output barang/ jasa tersebut. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI menyatakan bahwa dimasa yang akan datang kedudukan ekonomi kreatif tentu akan menjadi penting dikarenakan bersumber pada kreativitas yang merupakan sumber daya terbarukan. Hal ini yang menjadi ekonomi kreatif dapat berperan sebagai komponen penggerak pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja, perdagangan serta inovasi (Carr, 2009)

Seiring perkembangan zaman, ekonomi kreatif kini semakin banyak diminati diiringi dengan perkembangan informasi dan teknologi. Ekonomi kreatif menjadi denyut nadi perekonomian yang memiliki hubungan erat dibidang budaya kewirausahaan yang diprediksi akan menjadi tren ekonomi dunia termasuk Indonesia yang akan ikut serta berperan aktif dalam Masyarakat Ekonomi Asean

(MEA) (Iman, 2017). Dari pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa ekonomi kreatif setidaknya memuat inti bahwa ekonomi kreatif memanfaatkan kemampuan kreativitas dari cipta, rasa dan karsa sehingga bernilai ekonomi baik untuk pelaku ekonomi kreatif itu sendiri maupun orang-orang disekitarnya.

Indonesia juga menyadari bahwa industri kreatif merupakan sumber ekonomi baru yang wajib dikembangkan lebih lanjut didalam perekonomian nasional. Departemen Perdagangan mendaftarkan 15 sektor yang masuk kategori industri kreatif yaitu jasa periklanan, arsitektur, pasar barang, seni, kerajinan, desain, fashion, film, video dan fotografi, permainan interaktif, music, seni, pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan computer dan piranti lunak, televisi dan radio serta riset dan pengembangan. Pemerintah Indonesia menyatakan salah satu permasalahan terkait kebijakan ekonomi kreatif di Indonesia adalah bahwa sektor ini diletakkan pada lingkup kegiatan ekonomi, bukan pada lingkup kegiatan industri, Akibatnya menjadi bermakna lain. Sebagaimana diketahui, industri berbeda dengan ekonomi.

Selanjutnya, berbicara tentang ekonom kreatif maka kuliner sebagai salah satu dari lima belas subsektor di dalam ekonomi kreatif, yaitu merupakan kegiatan persiapan, pengelolaan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi dan kearifan lokal sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen.

Kuliner menjadi salah satu bagian dari ekonomi kreatif yang merupakan subsektor yang berpotensi bagi sektor lainnya. Kuliner juga memiliki peran strategis dalam memperkuat identitas bangsa Indonesia. Unsur kreativitas pada subsektor kuliner terdapat dalam hal penyajian, estetika, budaya lokal yang menunjang cita rasa sehingga menarik minat masyarakat untuk membeli. Kreativitas pada subsektor kuliner memberikan rangsangan tumbuhnya perusahaan yang bergerak pada subsektor ini, kontribusi jumlah perusahaan subsektor kuliner terhadap jumlah perusahaan ekonomi kreatif hingga saat ini terdapat 7,38% .

Berdasarkan aktivitas ekonomi kreatif subsektor kuliner memberikan dampak positif bagi perekonomian, kreativitas mengakibatkan subsektor ini memberikan nilai tambah bagi ekonomi kreatif dan PDB. Kontribusi subsektor kuliner masih berpotensi semakin besar disebabkan adanya perubahan gaya hidup masyarakat, kekayaan, sumber daya alam yang dimiliki suatu daerah. Dengan demikian, diperlukan strategi pengembangan untuk memaksimalkan kontribusi ekonomi kreatif subsektor kuliner terhadap perekonomian nasional dan khususnya bagi perekonomian daerah, strategi pengembangan ditentukan berdasarkan pemetaan dan identifikasi awal ekonomi kreatif subsektor kuliner berdasarkan *structure-conduct-performance*.

Desa Cibunian ini adalah salah satu Desa yang ada di Kecamatan Pamijahan Kab.Bogor, Desa Cibunian terdiri dari 5 Dusun dengan luas wilayah 1.258 Ha. yang terdiri dari daratan tinggi, perbukitan dan pegunungan ketinggian antara 470 ms/d 600m diatas permukaan laut dengan suhu udara rata rata berkisar antara 29Cc s/d 32 Cc. Potensi yang ada di Desa Cibunian lebih dominan di bidang pertanian, mayoritas mata pencaharian warga

Desa Cibunian adalah sebagai Petani padi, dan petani pohpohan. tetapi ada beberapa warga pengrajin sapu awis dan beberapa warga yang memiliki pohon aren yang nantinya hasil buah dari pohon aren ini dijadikan kolangkaling dan gula merah.

Namun masyarakat belum bisa mendistribusikan hasil kebunnya secara optimal, masyarakat masih menjualnya hanya kepada pengepul keliling yang tentunya harganya cukup jauh dari harga pasar. Selain itu, di Desa Cibunian Kampung Muara legok memiliki pelaku usaha yang masih minim, rata-rata penduduk disana hanya mengandalkan petani sebagai mata pencahariannya.

Masyarakat yang berperan sebagai pelaku usaha di sana hendaknya dapat mengembangkan potensi kekayaan sumber alam yang dimiliki saat ini masih sedikit kajian dan pemetaan ekonomi kreatif subsektor kuliner di Desa Cibunian, khususnya Kampung Muara Legok tidak mengetahui akan kerupuk kolang kaling bahan utama pembuatan kerupuk kolang kaling yaitu kolang kaling itu sendiri sesuai dengan namanya yang dihasilkan dari biji inti pohon buah arena tau enau.

Kerupuk merupakan bahan kering yang berupa lempengan tipis yang terbuat dari adonan yang bahan utamanya adalah pati. Berbagai bahan berpati dapat diolah menjadi kerupuk, diantaranya adalah ubi kayu, beras, sagu, terigu, tapioka dan talas. Begitupun sumber gizi yang terbesar dari kerupuk berasal dari pati yang banyak mengandung karbohidrat.

Kerupuk kolang kaling merupakan makanan sejenis kerupuk pada umumnya, tetapi bahan utama kerupuk kolang kaling ini berbeda dengan kerupuk lainnya yang menggunakan ikan, udang, kerupuk bawang dan lain sebagainya. Tetapi kerupuk kolang kaling ini bahan utamanya yaitu menggunakan kolang kaling, dimana

masyarakat kita mengetahui kolang kaling hanya dapat dibuat menjadi manisan, bahan pelengkap es buah dan kolak.

Menurut (Ratima, 2014), kolang kaling memiliki kandungan gizi yang cukup tinggi seperti fosfor dan kalsium. Kandungan pada kolang kaling 91 mg kalsium dalam 10 g bahan sedangkan pada susu sapi mengandung 125 mg kalsium dalam 100 g susu sapi murni. Tingginya jumlah kalsium pada kolang kaling bisa dijadikan sebagai sumber kalsium selain susu. Menurut (Winarno, 2004) peranan kalsium dalam tubuh yaitu membantu membentuk tulang dan gigi serta mengukur proses biologis di dalam tubuh.

Oleh karena itu tujuan dari pengabdian ini adalah memberikan pemahaman mengenai keanekaragaman produk (Dipersifikasi produk) yang bertujuan meningkatkan kandungan gizi kerupuk terutama kandungan Ca dan protein, dan memberikan pemahaman untuk meningkatkan jiwa wirausaha sehingga terwujudnya kemandirian ekonomi kreatif dengan pengolahan bahan makanan tradisional kerupuk kolang kaling di Kampung Muara Legok Desa Cibunian Kecamatan Pamijahan Bogor.

ii. Kajian Pustaka

II.1. Pengembangan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengembangan adalah proses, cara, pembuatan pengembangan (Pustaka, 2002). Pengembangan menurut Dunhan dalam bukunya Alfitri, bahwa pengembangan adalah upaya terorganisasi yang dilakukan untuk meningkatkan kondisi kehidupan masyarakat, terutama dalam mengembangkan kemandirian masyarakat pedesaan, terutama dalam mengembangkan kemandirian masyarakat

pedesaan, namun hal ini dilakukan dengan bantuan teknis dari pemerintah maupun lembaga-lembaga sukarela (Ayu, 2021).

Pengembangan menurut Pamuji diartikan sebagai suatu pembangunan, yaitu merubah sesuatu sehingga menjadi baru dan memiliki nilai lebih tinggi. Dalam konsep pembangunan yang dimaksud pengembangan adalah usaha untuk memajukan, meningkatkan, dan memperbaiki sesuatu yang sudah ada, atau usaha yang dilakukan dalam meningkatkan sesuatu yang lebih tinggi atau lebih baik lagi. Sedangkan menurut Bryson strategi pengembangan adalah suatu usaha yang bertujuan terciptanya masa depan yang lebih baik (Fitriana).

II.2. Konsep Ekonomi Kreatif

Dalam buku *Creative Economy, How People Make Money from Ideas* yang ditulis oleh Jhon Howkins "Ekonomi Kreatif adalah kegiatan ekonomi dimana input dan outputnya adalah Gagasan, dengan bermodalkan gagasan, seseorang yang kreatif akan memperoleh penghasilan yang sangat layak. Dengan kreativitas dan mengandalkan ide, stock of knowlesge dimana sumber daya manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya, hal ini merupakan sebuah konsep di era ekonomi baru.

Ekonomi kreatif pada dasarnya ialah merupakan kegiatan ekonomi yang mengandalkan kepada kreativitas berpikir seseorang untuk menciptakan Sesutu yang baru dan berbeda, serta memiliki nilai dan bersifat komersial (Suryana, 2013). Hasil kreatifitas berfikir melahirkan inovasi yang menjadi bagian dalam menentukan kesejahteraan dan kinerja perekonomian dalam jangka panjang sebagaimana inovasi tersebut menjadi pengaruh dalam kinerja sebuah perusahaan.

Ekonomi kreatif juga dapat dikatakan sebagai penciptaan nilai tambah yang berbasis ide yang lahir dari kreativitas berpikir sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan

teknologi, lebih lanjut didefinisikan Ekonomi Kreatif atau dikenal juga dengan sebutan *knowledge based economy*, merupakan pendekatan dan tren perkembangan ekonomi dimana teknologi dan ilmu pengetahuan memiliki peran penting di dalam proses pengembangan dan pertumbuhan ekonomi. (Howkins, 2017).

Selain itu, ekonomi kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi, ekonomi kreatif merupakan gelombang ekonomi ke empat setelah era pertanian, era industri, dan era informasi. Ekonomi kreatif merupakan manifestasi dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan (Sari, 2013).

Ekonomi kreatif erat kaitannya dengan industri kreatif namun ekonomi kreatif mempunyai jangkauan yang lebih luas dari industri kreatif. Ekonomi kreatif adalah ekosistem yang mempunyai hubungan saling ketergantungan antara rantai nilai kreatif (*Creative value chain*), lingkungan pengembangan (*nurturance environment*), pasar (*market*), dan pengarsipan (*archiving*). Berdasarkan pengertian tersebut maka ekonomi kreatif tidak hanya memberikan nilai tambah secara ekonomi tetapi juga memberikan penciptaan nilai tambah secara sosial, budaya dan lingkungan (Sari, Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Human Capital, 2013).

Berdasarkan pengertian tersebut maka ekonomi kreatif tidak hanya memberikan nilai tambah secara ekonomi tetapi juga memberikan penciptaan nilai tambah secara sosial, budaya dan lingkungan, industry kreatif merupakan bagian dari ekonomi kreatif. *Department for Culture Media and Sport's* (DCMS) Inggris mendefinisikan industry kreatif merupakan sebagai kegiatan yang berasal dari cara berpikir sumber daya manusia secara kreatifitas, keahlian, bakat dan memiliki potensi untuk memberikan nilai tambah melalui eksploitasi kekayaan intelektual yang dimiliki. Sedangkan pemerintah Indonesia

melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mendefinisikan industri kreatif sebagai industri yang menghasilkan nilai output, dari pemanfaatan kreativitas, keahlian dan bakat individu untuk menciptakan nilai tambah. lapangan kerja, dan peningkatan kualitas hidup.

Peran masyarakat dalam pengembangan ekonomi kreatif juga melakukan inovasi seiring adanya perkembangan sektor pelayanan publik, internet dan era globalisasi. Sistem *quad helix* telah digunakan oleh Pemerintah Indonesia dalam menyusun Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif 2015-2025 dan Rencana Aksi Jangka Menengah ekonomi Kreatif 2015-2019. Kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi dan kearifan lokal sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa nilai produk tersebut, untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen.

Untuk itu dari beberapa pengertian diatas perkembangan industri kreatif harus dilandari pengembangan SDM yang terampil, terlatih, dan terberdayakan untuk menumbuhkan pengetahuan dan kreativitas. Pengetahuan dan kreativitas inilah menjadi faktor produksi utama dalam pengembangan industri kreatif.

II.2. Makanan Tradisional

Indonesia perlu mengembangkan ekonomi kreatif dengan alasan ekonomi kreatif memberikan kontribusi yang signifikan. Selain itu, ekonomi kreatif menciptakan ide untuk mendorong iklim bisnis yang positif dan membangun citra serta identitas bangsa. Di sisi lain, industri kreatif berbasis pada sumber daya manusia menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa serta memberikan dampak sosial yang positif. Meski demikian untuk menggerakkan ekonomi kreatif diperlukan beberapa faktor. Diantaranya, arahan edukatif, memberikan penghargaan

terhadap insan kreatif, serta menciptakan iklim usaha yang kondusif.

Dalam perspektif kebudayaan, makanan tidak dapat dipisahkan dengan budaya yang mencerminkan nilai-nilai budaya lokal, aktualisasi gaya hidup, serta kebiasaan-kebiasaan pendukungnya. Konsep gaya hidup mencerminkan status, peranan, kekuatan, dan keterampilan, kebiasaan makan, pakaian, hiburan, kepercayaan dan solidaritas kelompok.

Makanan tradisional atau biasa disebut dengan kuliner lokal ialah jenis makanan yang berkaitan dengan suatu daerah dan diwariskan dari generasi ke generasi sebagai bagian dari tradisi. Makanan lokal khas daerah-daerah di Indonesia sudah ada sejak lama dan masih bertahan sampai saat ini sehingga sangat dihargai sebagai warisan budaya, resep yang digunakan juga sudah diturunkan dari generasi ke generasi, bahkan cara memasaknya juga masih melestarikan cara lama, walaupun sudah ada modifikasi atau variasi. Namun bahan utama dan cara pengolahannya pun tidak berubah. Karena menjadi bagian dari suatu daerah, maka makanan-makanan tradisional ini sangat mudah ditemukan, bahkan menjadi ikon pariwisata di tempat tersebut, seperti pempek dari Palembang, Gudeg dari Yogyakarta dan Selat Solo dari Solo. Selanjutnya makanan tradisional atau kuliner lokal ialah produk makanan yang sering dikonsumsi oleh suatu kelompok masyarakat atau dihidangkan dalam perayaan dan waktu tertentu, diwariskan dari generasi ke generasi, dibuat sesuai dengan resep secara turun-temurun, dibuat tanpa atau dengan sedikit rekayasa dan mempunyai karakteristik tertentu yang membedakannya dengan kuliner daerah lain.

Makanan tradisional juga dapat dikatakan sebagai identitas lokal karena keberadaan yang menjadi bagian dari budaya masyarakat, seperti tata cara tertentu dalam mengolah bahan makanannya, perannya dalam budaya masyarakat serta tata perayaan dan juga

resep yang terjaga secara turun-temurun (Tyas., 2017).

III. Metode Pengabdian kepada Masyarakat

Langkah-langkah pelaksanaan kegiatan dimulai dari observasi yang dilakukan oleh tim bahwa Desa Cibunian masih memiliki problematika pendapatan ekonomi keluarga yang masih rendah serta kurangnya pemahaman tentang wirausaha untuk mewujudkan ekonomi kreatif masyarakat. Mitra pada kegiatan ini adalah ibu PKK Kampung Muara Legok Desa Cibunian. Pelaksanaan pengabdian ini menggunakan metode ESD (*Education for Sustainable Development*).

ESD adalah metode pembelajaran untuk mendukung pembangunan berkelanjutan, yakni jenis pembelajaran yang memberikan kesadaran dan kemampuan untuk mendorong masyarakat berpikir kreatif dan konstruktif dalam menghadapi tantangan global serta menciptakan masyarakat yang tangguh dan mandiri secara berkelanjutan.

Pada tahapan awal, tim pengabdian melakukan observasi dan wawancara secara langsung dengan mitra yaitu Bapak Kepala Desa Cibunian dan segenap Perangkat Desa, kegiatan ini dimulai dari tanggal 10 - 27 September 2020. Metode yang diterapkan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut :

1. Penyuluhan untuk meningkatkan jiwa wirausaha
2. Pelatihan mengolah makanan tradisional kerupuk kolang kaling
3. Pelatihan packaging / labeling sehingga kemasan menjadi lebih menarik dan memasarkan produk .

IV. Hasil dan Pembahasan

IV.1. Penyuluhan untuk Meningkatkan Jiwa Wirausaha

Kegiatan ini dilakukan dalam bentuk penyuluhan dan diharapkan dapat

memberikan wawasan bagi seluruh warga masyarakat Kampung Muara legok, Desa Cibunian, Kecamatan Pamijahan Bogor untuk memiliki pengetahuan, keterampilan, sikap mental dan keberanian dalam memulai wirausaha sehingga mereka dapat memiliki usaha dan mengelola usaha dengan baik sehingga tidak hanya mengantungkan diri menjadi petani saja.

Pada kesempatan ini tim Pengabdian menjelaskan tentang :

1. Memahami konsep wirausaha secara utuh, sehingga masyarakat dapat memiliki minat untuk masuk dunia wirausaha dan mereka memiliki pengetahuan yang benar.
2. memberikan wawasan tentang bagaimana memulai suatu usaha dan memilih jenis usaha dengan benar
3. memberikan wawasan tentang kemungkinan kegagalan dalam usaha dan cara-cara untuk mengantisipasi dan mengatasi kegagalan usaha.

Capaian kegiatan ini adalah meningkatnya semangat ibu-ibu PKK Desa Cibunian untuk memulai usaha mandiri dan kreatif.



Gambar 1.1 Penyuluhan tentang Wirausaha / Ekonomi Kreatif

IV.2 Pelatihan Mengolah Makanan Tradisional Kerupuk Kolang Kaling

Program ini dapat menjadi sebuah inovasi baru dan merupakan potensi usaha untuk meningkatkan perekonomian warga masyarakat Desa Cibunian. Dengan adanya pelatihan pembuatan dan pengemasan

kerupuk kolang kaling mampu meningkatkan keterampilan warga setempat sehingga tercipta ekonomi keluarga yang mandiri. Olahan dari tepung tapioca dan bubur kolang kaling (kolang kaling yang sudah dihaluskan) ini dapat menjadi produk yang memiliki nilai jual. Kegiatan praktik ini disambut dengan antusias oleh warga terutama ibu-ibu, hal ini dapat dilihat dari proses pelatihan praktik pembuatan Kerupuk Kolang Kaling, warga terlihat sangat aktif. Proses produksi ini dimulai dengan persiapan bahan dan peralatan.



Gambar 1.2 Proses Pembuatan Kerupuk Kolang Kaling

Kegiatan ini tidak hanya berhenti pada proses produksi namun Tim Pengabdian juga membantu meningkatkan pemahaman tentang bagaimana design kemasan dan pemilihan bahan dan bentuk dari Kerupuk Kolang kaling.



Gambar 1.3 Bentuk dari Kerupuk Kolang Kaling

IV.3 Pelatihan *Packaging / Labelling*

Program pengembangan produk lokal ini mencakup juga tahapan *packaging/labeling* sebagai upaya untuk menarik minat konsumen dan menambah nilai jual. Kegiatan pelatihan ini berupa praktek pengemasan produk Kerupuk Kolang Kaling berupa pemberian label merek, tujuan dari dilaksanakannya kegiatan ini adalah untuk menciptakan nama merek yang mudah diingat oleh konsumen dan menghasilkan kemasan yang tahan lama sehingga Kerupuk Kolang Kaling tidak mudah tengik dan berubah warna ataupun rasa. Nama kerupuk Kolang Kaling KKN INAIS disepakati sebagai nama merek pada kemasan produk. Produk dikemas didalam Standing Pouch. Kemasan ini dipilih dengan pertimbangan agar produk tidak mudah hancur. Pelatihan kemasan dan pelabelan menjelaskan beberapa informasi terkait dengan produk, seperti bahan baku, tanggal produksi dan tanggal kadaluarsa. *Packaging* dan *labeling* adalah strategi yang digunakan untuk menambah nilai jual dan menarik konsumen untuk membeli produk. Dengan diadakannya pelatihan ini bermanfaat untuk mengasah kreatifitas dan menambah pengetahuan para ibu-ibu PKK dan masyarakat khususnya Desa Cibunian.



Gambar 1.3 Kemasan dari Kerupuk Kolang Kaling

V. Kesimpulan

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa ekonomi kreatif adalah

sebuah kegiatan ekonomi yang timbul dari adanya kreativitas, di mana dari berbagai kreativitas, inovasi, bakat, ide, gagasan, sebagai wujud nyata dari kreativitas tersebut dan kekayaan intelektual merupakan sumber utama dari ekonomi kreatif. Masyarakat Desa Cibunian memperoleh pengetahuan dan meningkatnya pemahaman serta keterampilan dalam mengolah makanan tradisional Kerupuk Kolang Kaling, dengan meningkatnya jiwa wirausaha masyarakat dapat meningkatkan perekonomian keluarga secara mandiri.

Daftar Pustaka

- Ayu, S. (2021). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui Pasar Pangkok Desa Slarang Kesugihan Cilacap. 6.
- Carr, J. (2009). Creative Workers and the Creative Economy: a Review of Selected Recent Literature, Creative Workers and the Creative Economy: a Review of Selected Recent Literature. Scottish Government Social Research. *Creative Industries*.
- Howkins, S. N. (2017). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta). *Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*, 67.
- Iman, S. A. (2017). IPTEK Bagi Masyarakat (Ibm) Pengolahan Limbah Kain Perca Di Kelurahan Tipes Kecamatan Serengan Kota Solo. *Jurnal pemingkatan Sumber Daya Saing UMKM berbasis Ekonomi Kreatif dalam Era Masyarakat Ekonomi ASEAN 3*, 172.
- Ratima. (2014). *Khasiat Tersembunyi Kolang-Kaling*. Jawa Barat: Tabloid Sinar Tani.

- Sari, P. A. (2013). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Human Capital. *urnal Optimisme Ekonomi Indonesia*, 11.
- Sari, P. A. (2013). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Human Capital. *Jurnal Optimisme Ekonomi Indonesia*, 11.
- Suryana. (2013). *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru : Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta : Selemba Empat .
- Tyas., A. S. (2017). Identifikasi Kuliner Lokal Indonesia dalam Pembelajaran Bahasa Inggris. *Jurnal Pariwisata Terapan*.
- Winarno, G. (2004). *Kimia Pangan dan Gizi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.