Sahid Empowerment Journal **e-ISSN: 2828-0592**
Volume 1, Nomor 1, Oktober 2021 **p-ISSN: 2808-4977**
https://jurnal.febi-inais.ac.id/index.php/SahidEmpowermentJ

PEMBERDAYAAN EKONOMI KREATIF MASYARAKAT MELALUI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH PENGOLAHAN MAKANAN TRADISIONAL DI DESA PAMIJAHAN, KECAMATAN PAMIJAHAN, KABUPATEN BOGOR

Yusuf Saefullah[1], Tubagus Rifqy Thantawi [2], Bayu Purnama Putra [3].
[123]Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Sahid Bogor.
[1] Email:, yusufsaefullah@gmail.com. [2] Email: trifqythan@inais.ac.id,
[3] Email: bayu.purnama@inais.ac.id

Abstract

The creative economy can also be said to be 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, Muara Legok Village has minimal business actors, the average population there only relies on farmers for their livelihood. The purpose of this service is to assist the community in Cibunian Village in processing traditional Kolang Kaling crackers as an effort to improve the community's economy. The implementation of this service uses the ESD (Education for Sustainable Development) method. ESD 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 to process traditional Kolang Kaling Crackers, 3) Packaging/labeling training so that packaging becomes more attractive and markets products. The result of this service activity is the growing awareness of the Cibunian village community with an independent entrepreneurial spirit.

Keywords: creative economy, traditional food, community empowerment

Abstrak

Ekonomi kreatif juga dapat dikatakan sebagai penciptaan nilai tambah berdasarkan ide-ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia dan berdasarkan pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi. Desa Cibunian, Desa Muara Legok memiliki pelaku usaha yang minim, rata-rata penduduk disana hanya mengandalkan petani untuk mata pencahariannya. Tujuan pengabdian ini adalah untuk membantu masyarakat Desa Cibunian dalam mengolah kerupuk tradisional Kolang Kaling sebagai upaya meningkatkan perekonomian masyarakat. Pelaksanaan pengabdian ini menggunakan metode ESD (*Education for Sustainable Development*) Manajemen Bisnis Syariah. ESD Manajemen Bisnis Syariah merupakan metode pembelajaran Manajemen Bisnis Syariah untuk mendukung pembangunan berkelanjutan, yaitu jenis pembelajaran yang memberikan kesadaran akan jiwa kewirausahaan yang inovatif dan kreatif. Program yang dilakukan antara lain: 1) Penyuluhan untuk meningkatkan jiwa wirausaha, 2) Pelatihan pengolahan Kerupuk Kolang Kaling tradisional, 3) Pelatihan pengemasan/pelabelan agar kemasan menjadi lebih menarik dan memasarkan produk. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah tumbuhnya kesadaran masyarakat desa Cibunian dengan jiwa wirausaha yang mandiri.

Kata Kunci: ekonomi kreatif, makanan tradisional, pemberdayaan masyaraka

I. Pendahuluan

Evolusi perekonomian memunculkan istilah ekonomi kreatif yang memberikan warna tersendiri. Kata "kreatif" memiliki makna yang di dalamnya 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 tent akan menjadi penting dikarenakan bersumber pada kreativitas yang merupakan sumber daya terbarukan. Hal inilah yang menjadikan ekonomi kreatif dapat berperan sebagai komponen penggerak pertumb uhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja, perdagangan serta inovasi Carr., J. (2009). "Creative Industries, Creative Workers and the Creative Economy: a Review of Selected Recent Literature. Scottish Government Social Research". Seiring perkembangan zaman, ekonomi kreatif kini semakin banyak diminati diiringi dengan perkembangan informasi dan teknologi. Ekonomi kreatif,,menjadi denyut nadi perekono mian yang memiliki hubungan erat di bidang budaya kewirausahaan yang diprediksi akan menjadi trend ekonomi dunia termasuk Indonesia yang akan ikut serta berperan aktif dalam Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) Arief Iman Santoso, D. (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 disekitarn ya. Indonesia juga menyadari bahwa industri kreatif,,merupakan sumber ekonomi baru yang wajib dikemb angkan lebih lanjut di dalam perekon omian nasional. Departemen Perdagan gan mendaftarkan 14 sektor yang masuk kategori industri kreatif yaitu jasa periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, fesyen, film, video dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, televisi dan radio serta riset dan pengembangan Mauidzoh, U. (2018). 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 ekonomi kreatif maka kuliner sebagai salah satu dari lima belas subsektor d i dalam ekonomi kreatif, yaitu merup akan kegiatan persiapan,pengolahan, penyajian produk makanan dan minu man yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan kearifan lokal sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk untuk menarik daya beli dan memberi kan pengalaman bagi konsumen.

Kuliner menjadi salah satu bagian dari ekonomi kreatif yang merupakan subsektor berpotensial bagi sektor lainnya. Kuliner juga memiliki peran strategis dalam memperkuat identitas bangsa Indonesia. Unsur kreatifitas pada subsektor kuliner terdapat dalam hal penyajian, estetika, budaya lokal yang menunjang cita asa sehingga menarik minat masyarakat untuk membeli.

Kreatifitas pada subsektor kuliner memberikan rangsangan tumbuhnya perusahaan yang bergerak pada subsektor ini. Kontribusi jumlah perus ahaan subsektor kuliner terhadap jumlah perusahaan ekonomi kreatif dari tahun 2010-2013 rata-rata 56,09% Triady., M. L. (2015). " Ekonomi Kreatif: Rencana Pengemban gan Kuliner Nasional". (PT. Republik Solusi).

Berkembangnya aktivitas ekonomi kreatif subsektor kuliner memberikan dampak positif bagi perekonomian. Kreatifitas 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 budaya, 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 RW berdasarkan *structure conduct performance*.

Kampung Muara Legok merupakan salah satu kampung di Desa Cibunian Kecamatan Pamijahan. Prioritas wilayah dalam Melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat terdiri dari 2 Kampung yaitu Kampung Muara 1 dan 2. Sebagian besar penduduk Kampung Muara bermata pencaharian sebagai petani, buruh dan peternak ikan.

a. Kondisi Geografis dan Demografis
Desa Cibunian adalah satu desa di kecamatan pamijahan yang mempunyai :
Luas wilayah : 1258. Ha
Jumlah penduduk : 12.668 jiwa yang terdiri dari
Laki-laki : 6.356 jiwa
Perempuan : 6.312 jiwa
Jumlah KK : 3.312 KK
Luas wilayah Desa Cibunian: 1.268 Ha
Tanah milik adat : 810 Ha
Tanah milik negara (Taman Nasional Gunung Halimun Salak) : 428 Ha
Tanah milik perkebunan PTUN VII : 30 Ha

Dilihat dari foto grafik dan kontur tanah Desa Cibunian Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor, secara umum permukaan tanah merah dan abu-abu, yang berada ketinggian antara 470 ms/d 600m diatas permukaan laut dengan suhu udara rata rata berkisar antara 29Cc s/d 32 Cc

Desa Cibunian terdiri dari : 5 wilayah kedusunan
Jumlah RW : 17
Jumlah RT : 40
Jarak tempuh dari kota kabupaten : 67 Km
Jarak tempuh dari kota kecamatan : 7 Km

Mayoritas mata pencaharian warga desa Cibunian adalah sebagai Petani perkebunan. Terdapat beberapa komoditas perkebunan seperi pala, padi, kolang kaling, sayur-mayur, dan lain-lain. Namun masyarakat belum mendistribusikan hasil kebunnya secara optimal. Masyarakat masih menjual sayurnya hanya kepada pengepul keliling yang tentunya harganya cukup jauh dari harga pasar.

Selain itu, Desa Cibunian, Dusun Kampung Muara Legok memiliki pelaku usaha yang masih minim, rata-rata penduduk di sana 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. Berdasarkan hasil wawancara, masyarakat Desa Cibunian, khususnya Kampung Muara Legok hanya segelintir orang yang mengetahui makanan tradisional Kerupuk Kolang kaling. Bahan utama pembuatan Kerupuk Kolang Kaling ialah kolang kaling.

Kerupuk kolang kaling merupakan makanan sejenis kerupuk yang terbentuk seperti kerupuk pada umumnya, yang membuat makanan ini dinamai kerupuk kolang kaling karena bahan utama nya yang menggunakan kolang kaling, apalagi ditambah dengan pewarna makanan yang berwarna cerah sehingga membuat tampilannya lebih menarik.

Oleh karena itu tujuan dari pengabdian ini adalah memberikan pemahaman untuk meningkatkan jiwa wirausaha sehingga terwujudnya kemandirian ekonomi kreatif dengan pengolahan bahan makanan tradisional Kerupuk Kolang Kaling di Desa Cibunian.

II. Tinjauan Pustaka

1. Konsep Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif pada dasarnya ialah merupakan kegiatan ekonomi yang mendahulukan pada kreativitas berpikir untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda serta memiliki nilai dan bersifat komersial Suryana. (2013). "Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru : Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang". 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 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, S. N. (2017). "Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif". Selain itu, ekonomi kreatif dapat diartikan sebagaikumpulan 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 pemba ngunan yang berkelanjutan melalui kr eativitas, yang mana pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan Sari, P. A. (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. Industri kreatif merupakan bagian dari ekonomi kreatif. Department for Culture, Media and Sport's (DCMS). Inggris mendefinisikan industri kreatif sebagai kegiatan yang berasal dari 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 (2014) mendefinisikan industri kreatif sebagai industri yang menghasilkan output dari pemanfaatan kreativitas, keahlian, dan bakat individu untuk menciptakan nilai tambah, lapangan kerja, dan peningkatan kualitas hidup.

Dalam pengembangan ekonomi kreatif dibutuhkan sinergisitas peran pemerintah, intelektual dan bisnis, yang kemudian disebut sistem *triple helix*. Sistem

triple helix kini telah disempurnakan dengan sistem *quad helix* yang melibatkan peran masyarakat dalam pengembangan ekonomi kreatif. Masyarakat 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 minu man yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan/atau kearifan lokal sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk tersebut, untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen.

2. Makanan Tradisional

Makanan tradisional atau biasa disebut dengan kuliner lokal ialah jenis makanan yang berkaitan erat 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 keberadaannya 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., A. S .(2017). "Identifikasi Kuliner Lokal Indonesia dalam Pembelajaran Bahasa Inggris".

III. Metode Pengabdian kepada Masyarakat

Langkah-langkah pelaksanaan kegiatan dimulai dari observasi yang dilakukan oleh tim bahwa Desa Cibunian masih memiliki problematika pendapat an ekonomi keluarga yang masih rendah serta kurangnya pemahaman tentang wirausaha untuk mewujudkan ekonomi kreatif masyarakat. Mitra pada kegiatan ini adalah Pemuda/I Kampung Muara legok Desa Cibunian.

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode ESD (*Education for Sustainable Development*) Manajemen Bisnis Syariah. ESD Manajemen Bisnis Syariah 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 tahap awal, tim pengabdian melakukan observasi dan wawancara secara langsung dengan mitra yaitu Bapak Kepala

e-ISSN: 2828-0592
p-ISSN: 2808-4977

Desa Gunung Rejo dan segenap Perangkat Desa. Kegiatan ini dimulai dari tanggal 01 September 2020-01 Oktober 2020. Metode yang diterapkan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:
1) Penyuluhan untuk meningkatkan jiwa wirausaha,
2) Pelatihan mengolah makanan tradisonal Kerupuk Dapros,
3) Pelatihan packaging/labeling sehingga kemasan menjadi lebih menarik dan memasarkan produk.

IV. Hasil dan Pembahasan

III.1. Penyuluhan Untuk Meningkatkan Jiwa Wirausaha

Kegiatan ini dilakukan dalam bentuk penyuluhan dan diharapkan dapat memberikan wawasan bagi seluruh warga masyarakat Kp Muara Legok, Desa Cibunian, Kecamatan Pamijahan, Kabupaten 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 menggantungkan diri menjadi petani saja.

Pada kesempatan ini Tim Pengabdian menjelaskan tentang:
1) memahami konsep kewirausahaan 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 Pemuda/i Kampung Muara Legok Desa Cibunian untuk memulai usaha mandiri dan kreatif.



Gambar 1. Penyuluhan tentang Wirausaha/Ekonomi Kreatif

III.2. Pelatihan mengolah 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 beras dan tepung tapioka ini dapat menjadi produk yang memiliki nilai jual. Kegiatan praktik ini disambut dengan antusias oleh warga terutama ibu-ibu dan remaja putri, hal ini dapat dilihat dari proses pelatihan praktik pembuatan Kerupuk Kolang Kaling, warga terlihat sangat aktif. Proses produksi ini dimulai dengan persiapan bahan baku dan peralatan.



Gambar 2. Proses Pembuatan Kerupuk Kolang Kaling

Kegiatan ini tidak hanya terhenti pada proses produksi namun Tim Pengabdian juga

e-ISSN: 2828-0592
p-ISSN: 2808-4977

membantu meningkatkan pemahaman tentang bagaimana design kemasan dan pemilihan bahan dan bentuk dari Kerupuk kolang kaling



Gambar 3. Bentuk Kerupuk Kolang Kaling

III.3. Pelatihan *Packaging/Labeling*

Program pengembangan produk lokal ini mencakup juga tahap *packanging/ 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 dan pelatihan cara pengoperasian alat pengemasan. Tujuan dari dilaksanakannya kegiatan ini adalah untuk menciptakan nama merek yang mudah diingat oleh konsumen dan menghasilkan kemasan yang tahan lama sehingga kerupuk tidak mudah tengik dan berubah warna ataupun rasa.

Nama Kerupuk Kolang Kaling Desa Cibunian disepakati sebagai nama merek pada kemasan produk. Produk dikemas di dalam *Standing Pouch*. Kemasan ini dpilih 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 sehingga membeli produk.

Dengan diadakannya pelatihan ini bermanfaat untuk mengasah kreatifitas dan membantu perekonomian masyarakat Kampung Muara Legok dan masyarakat khususnya desa Cibunian.

V. Kesimpulan

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa ekonomi kreatif adalah sebuah kegiatan ekonomi yang timbul dari adanya kreatifitas, di mana dari berbagai kreatifitas, inovasi, bakat, ide, gagasan, sebagai wujud nyata dari kreatif tersebut dan kekayaan intelektual merupakan sumber utama dari ekonomi kreatif. Masyarakat Desa Cibunian memperoleh pengetahuan dan meningkatnya pemahaman manajemen bisnis syariah serta keterampilan dalam mengolah makanan tradisonal Kerupuk Dapros. Dengan meningkatnya jiwa wirausaha masyarakat dapat meningkat kan perekonomian keluarga secara mandiri.

Daftar Pustaka

Arief Iman Santoso, D. (2017). Jurnal Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dalam Era Masyarakat Ekonomi ASEAN 3, no. 2 . “IPTEK Bagi

Masyarakat (Ibm) Pengolahan Limbah Kain Perca Di Kelurahan Tipes Kecamatan Serengan Kota Solo” , Hlm. 172.

Carr., J. (2009). “Creative Industries, Creative Workers and the Creative Economy: a Review of Selected Recent Literature. Scottish Government Social Research”.

Hendarmin, M. K. (2018). “Pemetaan Ekonomi Kreatif Subsektor Kuliner Di Kota Pontianak”. . Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan , Vol.7, No.1. , 60.

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.

Kartono, K. (1986). "Pengantar Metodologi Riset Social".Bandung: (Bandung: Alumni). Hlm. 28.

Mauidzoh, U. (2018). "Pengembangan Industri Kreatif di Panti Asuhan Miftahunnajah Banguntapan Bantul Yogyakarta Berupa Pendampingan Pemasaran Produk Kreatif dari Bahan Limbah Konveksi Kain Perca," . Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Teknologi, KACANEGARA , 30.

Sari, P. A. (2013). "Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Human Capital," . Jurnal Optimisme Ekonomi Indonesia , 11.

Sudjono, A. (2006)."Pengantar Statistik Pendidikan". Jakarta: (PT. Rajawali Grafindo Persada,). Hlm. 274.

Sugiyono. (2014). "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D". Bandun: (Bandung: Alfabeta).

Suryana. (2013)."Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru : Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang". . Jakarta: (Jakarta:Salemba Empat.).

Triady.,M.L.(2015)."Ekonomi Kreatif:Rencana Pengembang an KulinerNasional".(PT.RepublikSolusi).Triady.,M.L.(2015)."Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Kuliner Nasional"..(PT.Republik Solusi).

Tyas., A. S. (2017). "Identifikasi Kuliner Lokal Indonesia dalam Pembelajaran Bahasa Inggris". Jurnal Pariwisata Terapan, 1(1), 3