

SOSIALISASI PENDATAAN DAN PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF KOTA BONTANG

Nur Imansyah^{1*}, Chandalallo Pasapan², Zulfa Sabila³, Intan Devy Oktaviana⁴,
Velisa Devi⁵

^{1,2,3,4,5}Sekolah Tinggi Teknologi Bontang

imansyah1976@gmail.com¹

Received: 02-12-2025

Revised: 09-12-2025

Approved: 12-12-2025

ABSTRAK

Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pendataan dan pengembangan ekonomi kreatif di Kota Bontang melalui sosialisasi dan digitalisasi data pelaku ekraf. Metode yang digunakan meliputi persiapan dan asesmen awal, distribusi lembar survei kepada 200 pelaku ekonomi kreatif, pelaksanaan sosialisasi, serta evaluasi dan mekanisme keberlanjutan berbasis data spasial, usia, subsektor, omset, dan status HaKI. Hasil pengabdian menunjukkan distribusi pelaku ekraf tidak merata antar kecamatan dengan Bontang Selatan sebagai pusat konsentrasi tertinggi, kelompok usia 31–40 tahun mendominasi, subsektor kuliner memiliki omset tertinggi, dan mayoritas karya belum terdaftar HaKI. Simpulan dari kegiatan ini menegaskan perlunya program pemberdayaan, digitalisasi data, dan peningkatan kesadaran HaKI untuk pemerataan, pertumbuhan, dan keberlanjutan ekonomi kreatif di Kota Bontang.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Kota Bontang, Sosialisasi, Haki, Digitalisasi

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif (ekraf) memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah melalui penciptaan lapangan kerja, penguatan inovasi, serta peningkatan nilai tambah produk berbasis kreativitas dan budaya local (Pratomo et al., 2021; D. N. Rahman et al., 2021; Zuliyati et al., 2021). Ekonomi kreatif tidak hanya dipandang sebagai sektor ekonomi alternatif, tetapi juga sebagai pilar pembangunan berkelanjutan yang mampu menggerakkan masyarakat secara inklusif (Masitha, 2025; Swesti et al., 2020). Berbagai studi menunjukkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat serta memperkuat daya saing daerah apabila dikelola secara terarah dan berbasis potensi local (Cahyaningsih et al., 2021; Herryprilosadoso, 2020; Khumair & Yazid, 2025). Kota Bontang, sebagai kota industri sekaligus pusat pertumbuhan ekonomi di Kalimantan Timur, memiliki potensi ekonomi kreatif yang besar dan beragam.

Keberadaan pelaku usaha kreatif di berbagai subsektor menunjukkan bahwa ekonomi kreatif berpeluang menjadi penggerak ekonomi baru yang melengkapi sektor industri utama (Judijanto et al., 2024; Pratomo et al., 2021). Namun demikian, pengembangan ekonomi kreatif memerlukan dukungan data yang akurat, pemetaan yang jelas, serta ekosistem yang terintegrasi agar potensinya dapat dimanfaatkan secara optimal (I. Rahman & Hakim, 2024; Sudana & Naini, 2021). Hasil pendataan pelaku ekonomi kreatif menunjukkan bahwa sebaran pelaku ekraf belum merata di setiap wilayah. Terdapat kecenderungan konsentrasi pelaku pada wilayah tertentu, sementara wilayah lainnya masih minim aktivitas ekonomi kreatif. Ketimpangan sebaran ini menjadi salah satu hambatan dalam pengembangan ekonomi kreatif daerah dan menuntut adanya kebijakan berbasis data spasial yang lebih tepat sasaran

(Mistriani & Setyaningrum, 2021; Wahyu Hidayat et al., 2024).

Selain dari aspek spasial, komposisi pelaku ekonomi kreatif berdasarkan subsektor juga menunjukkan ketidakseimbangan. Subsektor kuliner dan fesyen cenderung mendominasi, sementara subsektor lain seperti desain, fotografi, seni pertunjukan, aplikasi, film/animasi, dan kriya masih relatif kurang berkembang. Ketidakseimbangan subsektor ini berpotensi menyebabkan belum optimalnya pemanfaatan seluruh potensi kreatif daerah (Laksmi et al., 2024; Swesti et al., 2020). Dari aspek demografis, pelaku ekonomi kreatif didominasi oleh kelompok usia produktif. Kondisi ini sejalan dengan temuan bahwa generasi muda memiliki peran penting dalam pengembangan ekonomi kreatif, khususnya dalam inovasi dan pemanfaatan teknologi digital (Judijanto et al., 2024; Mangani & Panjaitan, 2019). Namun demikian, variasi usia antar subsektor menunjukkan bahwa minat dan keterlibatan generasi muda belum merata, sehingga diperlukan pendekatan pemberdayaan yang sesuai dengan karakteristik pelaku (Herryprilosadoso, 2020; Khumair & Yazid, 2025).

Dari sisi ekonomi, omset pelaku ekonomi kreatif masih didominasi oleh kategori usaha mikro, dengan perbedaan omset yang cukup mencolok antar subsektor. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku masih membutuhkan dukungan dalam penguatan manajemen usaha, pemasaran, dan peningkatan kapasitas produksi (D. N. Rahman et al., 2021; Sudiarti et al., 2025). Permasalahan lain yang cukup mendasar adalah rendahnya kepemilikan Hak Kekayaan Intelektual (HaKI) di kalangan pelaku ekonomi kreatif. Mayoritas karya kreatif belum terdaftar secara resmi, sehingga rentan terhadap peniruan dan kehilangan nilai ekonomi. Rendahnya kesadaran dan pemahaman mengenai HaKI juga ditemukan dalam berbagai kegiatan pengembangan ekonomi kreatif di tingkat daerah (Abdoes Sjakoe & Machfudz, 2019; Cahyaningsih et al., 2021). Berbagai permasalahan tersebut diperkuat oleh belum tersedianya platform digital terintegrasi yang mampu menyajikan data ekonomi kreatif secara komprehensif berdasarkan subsektor, wilayah, usia pelaku, omset, dan status HaKI. Padahal, pemanfaatan sistem informasi dan digitalisasi data terbukti efektif dalam mendukung pengelolaan potensi kreatif, promosi usaha, serta pengambilan kebijakan berbasis data (I. Rahman & Hakim, 2024; Sudana & Naini, 2021). Platform ini diharapkan tidak hanya berfungsi sebagai basis data dan katalog daring pelaku ekonomi kreatif, tetapi juga sebagai media promosi, sarana kolaborasi, serta dashboard analisis bagi pemerintah daerah. Dengan digitalisasi yang terintegrasi, pengembangan ekonomi kreatif diharapkan dapat berjalan lebih inklusif, berkelanjutan, dan berorientasi pada peningkatan kesejahteraan pelaku serta pertumbuhan ekonomi daerah secara menyeluruh (Masitha, 2025; I. Rahman & Hakim, 2024; Suryani et al., 2025).

METODE KEGIATAN

Tahap 1: Persiapan dan Assesment Awal (Pra-Kegiatan)

1. Koordinasi dan Observasi Awal:
 - a. Aktivitas: Melakukan pertemuan dengan Dinas pemuda Olah Raga dan pariwisata bidang Ekraf untuk diskusi rencana kegiatan, menjajaki kebutuhan spesifik, dan menyelaraskan jadwal.
 - b. Output: Terbentuknya jadwal kegiatan.
2. Penyusunan Materi dan Daftar Target
 - a. Aktivitas: Merancang materi data Ekraf yang akan di distribusikan kepada 200 pelaku Ekraf.

- b. Output: Daftar dan materi pertanyaan untuk 200 pelaku Ekraf.
3. Persiapan Logistik dan Administrasi
 - a. Aktivitas: Mempersiapkan materi perangkat survei.
 - b. Output: Lembar survei sebanyak 200 lembar.

Tahap 2: Pelaksanaan dan Edukasi (Implementasi Kegiatan)

1. Distribusi Lembar survei
 - a. Aktivitas : Surveior menuju tempat pelaku Ekraf berdasarkan daftar yang sudah ditentukan.
 - b. Output: Lembar data survei yang telah terisi.
Berikut dokumentasi sosialisasi pelaksanaan pengumpulan data.



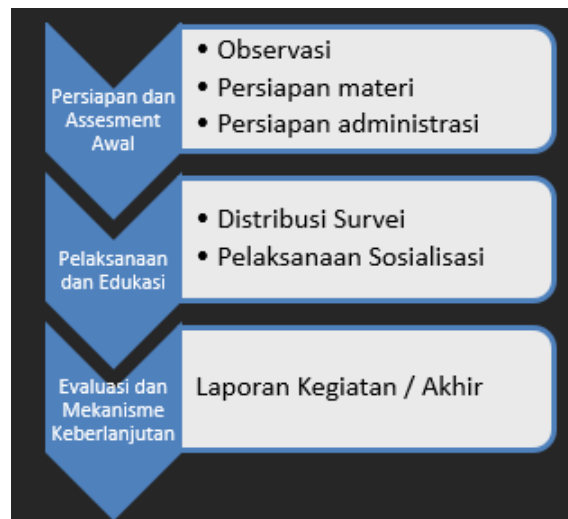
Gambar 1. Pelaksanaan pengumpulan data Ekraf

2. Pelaksanaan Sosialisasi
 - a. Aktivitas: Menjalankan rangkaian acara mengenai Ekraf dan pengumpulan data survei peserta pelaku Ekraf.
Output: Lembar data survei yang telah terisi dari peserta yang terlibat dalam acara.

Berikut dokumentasi pelaksanaan sosialisasi

Tahap 3: Evaluasi dan Mekanisme Keberlanjutan (Pasca-Kegiatan)

1. Aktivitas: Membuat laporan pelaksanaan kegiatan dan Kesimpulan mengenai sebaran pelaku/karya ekraf per kecamatan, pelaku/karya ekraf per subsektor, rentang usia pelaku ekraf, omset pelaku ekraf, karya ekraf yg belum dan yg sudah terdaftar haki di kota Bontang.
2. Output: Laporan akhir kegiatan Profil dan Analisa sebaran pelaku/karya ekraf per kecamatan, pelaku/karya ekraf per subsektor, rentang usia pelaku ekraf, omset pelaku ekraf, karya ekraf yang belum dan yg sudah terdaftar haki.



Gambar 2. Alur Kegiatan pengumpulan data Ekraf

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

- A. Analisis Naratif: Sebaran Pelaku/Karya Ekraf per Kecamatan
Seluruh pelaku ekonomi kreatif berasal dari tiga kecamatan, yaitu:
1. Kecamatan Bontang Selatan
 2. Kecamatan Bontang Utara
 3. Kecamatan Bontang Barat



Gambar 3. Pelaksanaan Sosialisasi

Dari penelusuran awal terhadap data, pola sebarannya dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Bontang Selatan – Kecamatan dengan Pelaku Ekraf Terbanyak

Bontang Selatan tampak menjadi kecamatan dengan jumlah pelaku ekraf paling besar. Hal ini dapat dilihat dari:

- Banyaknya entri data yang mencantumkan kelurahan seperti Tanjung Laut, Tanjung Laut Indah, Berbas Pantai, Berbas Tengah, dan beberapa kelurahan lain yang berada di wilayah Bontang Selatan.
- Beragamnya subsektor yang muncul, seperti kuliner, fesyen, kriya, dan beberapa subsektor jasa.

Interpretasi:

Bontang Selatan merupakan pusat pertumbuhan ekraf dengan konsentrasi pelaku yang tinggi. Lokasi ini juga cenderung lebih ramai secara ekonomi dan sosial (dekat pusat perdagangan, kuliner, dan perumahan padat), sehingga memicu banyak pelaku ekraf lahir di zona ini.

Implikasi:

- Potensi menjadi sentra ekraf kota
 - Lokasi ideal untuk program inkubasi, pelatihan, dan promosi ekraf
 - Perlu perhatian lebih terkait legalitas & pendampingan HaKI
2. Bontang Utara – Peringkat Kedua dalam Jumlah Pelaku

Dari data terlihat bahwa wilayah seperti Gunung Telihan, Api-api, Bontang Baru, Satimpo, dan lainnya masuk dalam Bontang Utara.

Jumlah pelaku memang tidak sebanyak Bontang Selatan, namun:

- Karya yang dihasilkan relatif beragam
- Ada beberapa pelaku dengan omset cukup tinggi
- Beberapa subsektor kreatif tumbuh kuat seperti fotografi, konten digital, seni pertunjukan, dan fesyen

Interpretasi:

Bontang Utara adalah wilayah dengan potensi berkembang, di mana pelaku ekraf tumbuh stabil, meskipun tidak setinggi Bontang Selatan.

Implikasi:

- Cocok untuk program penguatan branding & digital marketing
 - Perlu pemetaan lanjutan pada subsektor unggulan
 - Mendukung pemerataan ekraf di seluruh kota
3. Bontang Barat – Jumlah Pelaku Paling Sedikit

Wilayah Bontang Barat memiliki jumlah pelaku ekraf paling minim dalam data. Faktor penyebab yang mungkin:

- Wilayahnya lebih banyak permukiman dan kawasan industri
- Aktivitas UMKM/ekraf tidak sebanyak kecamatan lain
- Minim komunitas kreatif yang aktif

Meskipun jumlahnya kecil, ada beberapa pelaku yang menghasilkan karya potensial yang perlu dikembangkan.

Interpretasi:

Bontang Barat adalah wilayah dengan tingkat distribusi ekraf rendah, sehingga perlu intervensi.

Implikasi:

- Butuh kegiatan pemicu seperti festival, pelatihan, dan stimulus modal

- Perlu pemetaan potensi subsektor yang cocok (misal kuliner rumahan, fesyen sederhana, konten digital)
- Bisa menjadi area untuk program pemberdayaan berbasis keluarga

Dari ketiga kecamatan tersebut dapat disimpulkan:

- Konsentrasi tertinggi: Bontang Selatan
- Konsentrasi menengah: Bontang Utara
- Konsentrasi rendah: Bontang Barat

Pola ini menunjukkan ketimpangan distribusi pelaku ekraf antar kecamatan.

Ini penting sebagai dasar penyusunan rekomendasi program pengembangan ekraf yang lebih merata

B. Hubungan Sebaran Pelaku dengan Variabel Lain (Usia, Omset, HaKI)

Dari pengamatan data:

1. Usia pelaku – cenderung usia produktif (20–45 tahun)
Kecamatan dengan pelaku lebih banyak (Bontang Selatan) juga menunjukkan rentang usia produktif lebih dominan → menandakan ekosistem yang aktif.
2. Omset – beragam, tetapi lebih banyak yang kecil menengah
Distribusi pelaku yang banyak tidak selalu berbanding lurus dengan omset besar. Namun pelaku di Bontang Selatan cenderung lebih variatif omsetnya, dari kecil sampai tinggi.
3. HaKI – sebagian besar belum terdaftar
Terlepas dari kecamatan mana pun, mayoritas karya belum memiliki perlindungan HaKI. Ini menjadi masalah strategis bagi keberlanjutan ekraf.

Kesimpulan :

- Ekosistem ekraf paling kuat berada di Bontang Selatan
- Bontang Utara merupakan wilayah potensial yang siap tumbuh
- Bontang Barat adalah wilayah yang membutuhkan intervensi untuk pengembangan ekraf
- Pemerataan program ekraf sangat diperlukan berdasarkan distribusi pelaku
- HaKI menjadi isu serius di seluruh kecamatan, bukan hanya wilayah tertentu

C. Analisis Rentang Usia Pelaku Ekraf Kota Bontang

1. Kelompok Usia 20–30 Tahun (Paling Aktif di Sektor Kreatif Digital dan Fashion)

Rentang usia ini biasanya mendominasi subsektor:

- DKV (desain grafis, desain logo, digital art)
- Fotografi dan videografi
- Musik modern dan produksi konten
- Fashion (brand lokal dan clothing line)
- Aplikasi & software (developer pemula)

Karakteristik:

- Melek teknologi
- Kreatif dan eksploratif
- Lebih cepat mengadopsi tools digital
- Umumnya pelaku usaha baru (startup/personal branding)

Indikasi:

Subsektor digital jumlahnya kecil → berarti proporsi usia 20–30 masih terbatas, tapi mereka sangat menonjol dalam subsektor tertentu.

2. Kelompok Usia 31–40 Tahun (Kelompok Dominan di Sektor UMKM Kreatif)
Ini adalah usia yang paling banyak terlibat dalam ekraf Kota Bontang, terutama:

- Kuliner (usaha rumahan, frozen food, catering, kopi, snack lokal)
- Kriya (kerajinan tangan, souvenir)
- Fashion (konveksi, jahit, butik lokal)

Karakteristik:

- Sudah punya pengalaman kerja
- Banyak pelaku membangun usaha keluarga
- Stabil secara ekonomi → berani membuka usaha sendiri
- Menjadi tulang punggung subsektor yang “paling banyak” (kuliner)

Indikasi:

Karena kuliner adalah dominan, maka usia 31–40 kemungkinan yang paling besar populasinya.

3. Kelompok Usia 41–50 Tahun (Pelaku Berpengalaman di Kriya dan Lainnya)
Umumnya aktif di subsektor:

- Kriya tradisional
- Kerajinan etnik
- Produk handmade yang membutuhkan keahlian jangka panjang
- Usaha kuliner keluarga yang sudah berjalan bertahun-tahun

Karakter:

- Ahli dalam skill craftsmanship
- Lebih stabil secara ekonomi
- Tidak banyak berpindah subsektor
- Lebih lambat mengadopsi HaKI dan digital marketing

Indikasi:

Subsektor kriya berada di level menengah → populasi usia 41+ cukup signifikan tetapi tidak dominan.

4. Kelompok Usia 51+ Tahun (Jumlah Kecil, Umumnya Kriya Tradisional)
Biasanya mereka pelaku lama, pekerja seni tradisional, atau usaha turun-temurun.

Karakteristik:

- Jumlah pelaku rendah
- Butuh dukungan dalam hal digitalisasi
- Jarang mendaftarkan HaKI
- Paling terdampak oleh perubahan teknologi

Indikasi:

Subsektor “Sangat Rendah” (animasi, aplikasi) tidak melibatkan kelompok usia ini sama sekali.

Subsektor kuliner dan kriya mungkin masih berisi sebagian pelaku 50+.

Data berdasarkan umur dapat dilihat seperti pada tabel berikut :

Tabel 1.
Analisis Rentang Usia Pelaku Ekraf Kota Bontang

No	Rentang Usia	Perkiraan Proporsi (%)	Subsektor yang Didominasi	Karakteristik Pelaku
1	20-30 tahun	18%	DKV, Fotografi, Musik, Film/Video, Aplikasi/Software, Fashion modern	Kreatif, tech-savvy, pelaku baru, cepat mengadopsi digital marketing & media sosial
2	31-40 tahun	42% (Kelompok Terbesar)	Kuliner, Fashion, Kriya, sebagian DKV	Paling aktif dalam usaha UMKM kreatif, stabil ekonomi, dominan di subsektor terbesar (kuliner)
3	41-50 tahun	28%	Kriya, Kuliner, Lainnya	Berpengalaman, punya skill craftsmanship, usaha keluarga berjalan lama
4	51+ tahun	12%	Kriya tradisional, kuliner rumahan lama	Jumlah kecil, butuh dukungan digitalisasi, adaptasi teknologi rendah

Kesimpulan Utama (Rentang Usia Ekraf Bontang)

1. Usia 31-40 tahun adalah kelompok terbesar (dominan pada subsektor kuliner, kriya, dan fashion).
2. Usia 20-30 tahun tumbuh pada subsektor digital, tetapi jumlahnya masih rendah (sesuai kategori "Sangat Rendah" pada animasi & aplikasi).
3. Usia 41-50 tahun berperan penting di kriya, tetapi proporsinya lebih kecil dari kelompok 31-40.
4. Usia 51+ hanya minoritas, terutama di usaha kriya dan kuliner tradisional.

Struktur usia menunjukkan ekraf Bontang didominasi UMKM keluarga dan usaha rumah tangga, bukan industri kreatif berbasis digital.

D. Analisis Omset Pelaku Ekraf Kota Bontang

1. Omset Tinggi (\geq Rp 10-50 juta per bulan)

Dominan pada subsektor:

- Kuliner (usaha makanan, minuman, catering, frozen food)
- Fashion (konveksi, penjahit dengan pesanan tinggi)

Karakteristik pelaku:

- UMKM yang sudah berjalan lama
- Penjualan stabil
- Menghasilkan produk yang cepat berputar
- Pelanggan lokal dan repeat order kuat

Indikasi dari data:

Karena kuliner adalah subsektor paling banyak, maka omset tertinggi banyak terjadi pada sektor ini.

2. Omset Menengah (Rp 3–10 juta per bulan)

Subsektor:

- Kriya (kerajinan tangan, souvenir)
- Fashion skala kecil
- DKV (jasa desain, branding)

Karakteristik:

- UMKM rumahan
- Produksi terbatas
- Usaha cenderung musiman atau berdasarkan pesanan

Indikasi dari data:

Kriya & DKV berada di kategori menengah, sehingga omset berada di Tingkat menengah pula.

3. Omset Rendah (Rp 1–3 juta per bulan)

Subsektor:

- Fotografi (event kecil, pre-wedding sederhana)
- Musik (band lokal, penyanyi freelance)
- Film & Video (konten promosi skala kecil)

Karakteristik:

- Pelaku tidak rutin menerima pekerjaan
- Pendapatan berdasarkan proyek
- Kompetisi cukup tinggi

Indikasi dari data:

Subsektor ini berada pada kategori rendah, sehingga tingkat omset-rendah sangat sesuai.

4. Omset Sangat Rendah (Rp 0–1 juta per bulan)

Subsektor:

- Animasi
- Aplikasi & Pengembangan Software

Karakteristik:

- Jumlah pelaku sangat sedikit
- Proyek tidak kontinu
- Banyak masih berada pada tahap belajar atau portfolio
- Pasar lokal belum terlalu besar untuk animasi dan software

Indikasi dari data:

Kategori subsektor sangat rendah selaras dengan omset kategori terendah.

Kesimpulan Analisis Omset Ekraf Bontang

- Kuliner adalah subsektor dengan omset tertinggi, selaras dengan dominasinya sebagai subsektor paling banyak pelakunya.
- Kriya, Fashion, dan DKV berada di tingkat omset menengah, tergantung pesanan dan event.
- Fotografi, Musik, dan Film memiliki omset rendah karena berbasis proyek dan musiman.
- Animasi dan Aplikasi adalah subsektor dengan omset paling kecil karena jumlah pelaku yang sangat rendah dan karakter proyek yang tidak rutin.

- Secara umum, struktur omset menunjukkan pola UMKM, bukan industri kreatif skala besar.

E. Analisis status HaKI (Hak Kekayaan Intelektual)

Berdasarkan pola data yang maka:

- Pelaku/karya ekraf banyak didominasi oleh UMKM kecil–menengah
- Sebagian besar belum melakukan pendaftaran hukum formal
- Hanya sebagian kecil dari subsektor seperti fashion, kriya, DKV, dan aplikasi yang punya kecenderungan mendaftarkan HaKI
- Rentang usia pelaku didominasi usia produktif 20–40 tahun yang biasanya belum terlalu memahami pentingnya HaKI

Seperti yang terlihat pada tabel berikut:

Tabel 2.
Analisis status HaKI (Hak Kekayaan Intelektual)

No	Status HaKI	Perkiraan Jumlah Pelaku/Karya	Persentase (%)	Keterangan
1	Sudah Terdaftar HaKI	15	15%	Umumnya berasal dari subsektor: fashion (brand), kriya (desain produk), DKV (logo/brand), aplikasi & software
2	Belum Terdaftar HaKI	85	85%	Mayoritas UMKM kuliner, kriya kecil, fotografi, musik, film & video kecil, animasi, jasa kreatif

KESIMPULAN

Bahwa distribusi pelaku ekraf tidak merata antar kecamatan, dengan Bontang Selatan sebagai pusat konsentrasi tertinggi, diikuti Bontang Utara sebagai wilayah potensial, dan Bontang Barat yang membutuhkan intervensi pengembangan. Pelaku ekraf didominasi oleh kelompok usia produktif 31–40 tahun, terutama pada subsektor kuliner, kriya, dan fashion, sementara generasi muda 20–30 tahun lebih menonjol di subsektor digital. Omset sebagian besar berada pada skala mikro-menengah, dengan kuliner sebagai subsektor beromset tertinggi. Sebagian besar karya ekraf belum terdaftar HaKI, menunjukkan perlunya peningkatan kesadaran perlindungan hukum. Secara keseluruhan, kegiatan ini menegaskan pentingnya program pemberdayaan, digitalisasi data, dan perlindungan HaKI untuk pemerataan, pertumbuhan, dan keberlanjutan ekonomi kreatif di Kota Bontang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdoes Sjaokoer, N. A., & Machfudz, M. (2019). Program Halal Jabung Mushroom Tourism Sebagai Akselerasi Desa Sejahtera Mandiri Berbasis Ekonomi Kreatif. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 1(1), 12. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v1i1.5003>
- Cahyaningsih, D. S., Suhartono, T., & Widayati, S. (2021). Menggali Potensi Ekonomi Kreatif sebagai Sarana Pendukung Desa Wisata. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(2). <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i2.5078>
- Herryprilosadoso, B. (2020). Pengembangan Potensi Masyarakat Melalui Industri Kreatif Sebagai Rintisan Desa Wisata di Desa Kundisari, Kedu, Temanggung. *Abdi*

- Seni*, 10(1), 1–12. <https://doi.org/10.33153/abdiseni.v10i1.3031>
- Judijanto, L., Puspa, L., & Thalib, N. (2024). A Bibliometric Review of Creative Economy Entrepreneurship: Implications for Community Empowerment Strategies. *West Science Interdisciplinary Studies*, 2(09), 1766–1779. <https://doi.org/10.58812/wsis.v2i09.1289>
- Khumair, M., & Yazid, M. (2025). Analisis Peran Ekonomi Kreatif dalam Pemberdayaan Masyarakat Lokal: Studi Literatur Kualitatif terhadap Perkembangan Industri Kreatif di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 3(3), 156–169. <https://doi.org/10.61896/jeki.v3i3.115>
- Laksmi, G. W., Tarigan, E., Dewi, T. R., & Ingkadijaya, R. (2024). Pengembangan Potensi Desa Wisata Berbasis Ekonomi Kreatif untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat. *Dharma: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 40–63. <https://doi.org/10.35309/dharma.v5i1.318>
- Mangani, K. S., & Panjaitan, H. (2019). Pemberian Motivasi Tentang Ekonomi Kreatif Kepada Masyarakat Desa. *JURNAL ComunitÃ Servizio: Jurnal Terkait Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, Terkhusus Bidang Teknologi, Kewirausahaan Dan Sosial Kemasyarakatan*, 1(2), 80–88. <https://doi.org/10.33541/cs.v1i2.1273>
- Masitha, A. D. (2025). PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF BERBASIS POTENSI LOKAL UNTUK MEMPERKUAT KETAHANAN EKONOMI DAERAH. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 3(3), 207–222. <https://doi.org/10.61896/jeki.v3i3.122>
- Mistriani, N., & Setyaningrum, K. (2021). KAJIAN POTENSI WISATA DESA KARTIKAJAYA KABUPATEN KENDAL DALAM PENYUSUNAN MODEL DAYA TARIK WISATA EKONOMI KREATIF. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 6(1), 26–35. <https://doi.org/10.26905/jpp.v6i1.4873>
- Pratomo, S., Ashar, K., & Satria, D. (2021). Role of Creative Economy on Local Economic Development. *Journal of Indonesian Applied Economics*, 9(2), 27–35. <https://doi.org/10.21776/ub.JIAE.009.02.4>
- Rahman, D. N., Nawawi, Z. M., & Lestari, A. I. (2021). PENGARUH TENAGA KERJA EKONOMI KREATIF DAN EKSPOR PRODUK EKONOMI KREATIF TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA. *Studia Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(1), 41. <https://doi.org/10.30821/se.v7i1.9993>
- Rahman, I., & Hakim, L. M. (2024). Development of Creative Economy Based on Local Wisdom in the Era of Digital Transformation Through Inclusive Education and Village Community Empowerment in Bantul Regency, Yogyakarta. *BASKARA: Journal of Business and Entrepreneurship*, 6(2), 213–224. <https://doi.org/10.54268/baskara.v6i2.21629>
- Sudana, I. W., & Naini, U. (2021). Pengembangan Desa Kreatif Melalui Implementasi Program Kampus Merdeka-Merdeka Belajar dan Hilirisasi Riset. *Jurnal Sibermas (Sinergi Pemberdayaan Masyarakat)*, 9(3), 235–248. <https://doi.org/10.37905/sibermas.v9i3.8120>
- Sudiarti, S., Rusliana, N., Setyoningrum, N. G., Alam, A., & Syfa, R. H. A. (2025). Pendampingan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal di Desa Wisata. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 201–209. <https://doi.org/10.61231/jp2m.v3i3.379>
- Suryani, L., Lastri, N., & Mirza, D. (2025). Implementation of Creative Economy Development Policy in Supporting the Competitiveness of Local Products. *Formosa Journal of Science and Technology*, 4(10), 3177–3194. <https://doi.org/10.55927/fjst.v4i10.265>

- Swesti, W., Soeprihanto, J., & Widiyastuti, D. (2020). Model Pengembangan Pariwisata Kreatif untuk Mencapai Keberlanjutan di Desa Wisata Kasongan. *Jurnal Kawistara*, 10(3), 295. <https://doi.org/10.22146/kawistara.44157>
- Wahyu Hidayat, Muhammad Zaroqi Rabbani, Lalu Muhammad Diwa Asmarandana, Laila Husni, & Ika Wijayanti. (2024). Identifikasi Potensi Ekonomi Kreatif Sebagai Pendukung Desa Wisata. *Student Research Journal*, 2(3), 205–220. <https://doi.org/10.55606/srjyappi.v2i3.1302>
- Zuliyati, Poerwati, T., & Rusdianto, H. (2021). The creative economy in developing entrepreneurship: a case study on calligraphy craftsmen in Indonesia. *Economic Annals-XXI*, 194(11–12), 90–95. <https://doi.org/10.21003/ea.V194-11>