

Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Melalui Usaha Keripik Talas di Desa Kelewae Kecamatan Boawae Kabupaten Nagekeo

Aplonia Mogi Wea, Sayful Amrin, Maria Kristina Ota
e-mail: aploniamogiwea@gmail.com, titynpaoh@gmail.com

Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Flores
Program Studi Manajemen, Universitas Flores

ABSTRAK: Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk mendeskripsikan peran ekonomi kreatif dan dampaknya terhadap pendapatan masyarakat melalui usaha keripik talas di Desa Kelewae, Kabupaten Nagekeo. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dari subjek yang meliputi ketua serta anggota Dasawisma Nuri dan Kepala Desa. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekonomi kreatif telah berjalan dengan baik dan menjadi perwujudan nyata di tingkat desa. Kehadiran usaha ini berhasil meningkatkan pendapatan masyarakat, khususnya ibu rumah tangga, melalui keterlibatan langsung dalam produksi hingga pemasaran. Peneliti menyarankan agar pelaku usaha meningkatkan inovasi produk dan pemasaran digital. Selain itu, pemerintah desa diharapkan memberikan dukungan maksimal, sementara peneliti selanjutnya dapat memperluas kajian pada aspek distribusi dan manajemen keuangan.

Kata kunci: ekonomi kreatif, pendapatan masyarakat, keripik talas

ABSTRACT: *This qualitative research aims to describe the role of the creative economy and its impact on community income through the taro chip business in Kelewae Village, Nagekeo Regency. Data were collected through interviews, observations, and documentation from subjects including the leader and members of Dasawisma Nuri, as well as the Village Head. Data analysis followed the Miles and Huberman model. The results indicate that the creative economy is functioning well and serves as a tangible implementation at the village level. This business has successfully increased community income, particularly for housewives, through direct involvement in production and marketing. The study suggests that business owners enhance product innovation and digital marketing. Furthermore, the village government is expected to provide maximum support, while future researchers are encouraged to expand studies into distribution and financial management aspects.*

Keywords: creative economy, community income, taro chips

PENDAHULUAN

Di Indonesia, ekonomi kreatif mulai diakui memiliki peran yang sangat strategis dalam pembangunan ekonomi dan pengembangan bisnis (Wahyuningsih, 2020) Ekonomi kreatif di Indonesia digagas pada era Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dengan terselenggaranya Pekan Produk Budaya Indonesia pada tahun 2007. Kemudian pada tahun 2009 nama kegiatan tersebut diganti menjadi Pekan Produk Kreatif Indonesia. Pada tahun tersebut juga terbit Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif. Pemerintah semakin serius menggarap bidang ekonomi kreatif (Chusumastuti, 2024:3).

Habib, (2021) mengemukakan bahwa ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep di era ekonomi baru (*new economic*) yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi yang utama. Keberadaan ekonomi kreatif sangat dibutuhkan bagi pemerintah untuk mengokohkan perekonomian, terutama pada sektor riil.

Saat ini, ekonomi kreatif telah berkembang menjadi salah satu fondasi utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Terbukti bahwa sektor ini memiliki peran strategis yang penting dalam mengoptimalkan potensi lokal serta membuka berbagai peluang usaha bagi masyarakat pedesaan (Supriyanto & Hana, 2020).

Ekonomi kreatif menjadi salah satu peran yang sangat penting dalam mengatasi permasalahan ekonomi seperti kemiskinan dan pengangguran, melalui pengembangan ekonomi kreatif masyarakat yang sebelumnya hanya berperan sebagai sumber daya manusia (SDM) biasa dapat berubah menjadi SDM yang memiliki nilai tambah dan daya saing tinggi (Mahendra *et al*; 2020) Dengan

demikian, masyarakat yang sebelumnya kalah dalam persaingan dapat kembali bersaing untuk memperbaiki pola hidup mereka. Oleh karena itu, diharapkan masyarakat mampu menciptakan produk atau karya yang diminati, baik oleh masyarakat lokal maupun luar daerah.

Dengan adanya ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor yang berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama di pedesaan. Salah satu bentuk ekonomi kreatif yang berkembang di Desa Keleawae adalah usaha keripik talas. Produk ini memiliki potensi besar karena berbahan baku lokal yang mudah didapat dan memiliki peluang pasar yang luas serta menggunakan teknologi yang ada seperti media massa dan pemanfaatan teknologi online baik itu olshop dan sebagainya. dengan adanya ekonomi kreatif dapat menyadarkan masyarakat agar merubah pola pikir agar dapat merubah kehidupan mereka.

Dalam pengelolah usaha kripik talas di desa kelewae sudah berlangsung lama. Usaha ini sebagai salah satu upaya dalam pemenuhan pendapatan yang dapat membantu ekonomi keluarga dengan datangnya ekonomi kreatif di harapkan agar dapat memberikan tambahan ide dan inovasi yang dapat menghasilkan karya baru, sehingga secara tidak langsung dapat membrikan pengaruh dalam segi penjualannya yang dapat meningkat.

Namun, dalam pengoptimal ekonomi kreatif masih menghadapi beberapa tantangan, seperti pemasaran yang terbatas, inovasi produk yang minim, serta kurangnya pemahaman masyarakat tentang strategi ekonomi kreatif. sebagai salah satu contoh peran yang penting dalam ekonomi kreatif adalah dalam segi kreatifitas bentuk produk atapun pengiklanan dan juga dalam segi kemasan sehingga dapat menningkatkan pendapatan. Sehingga pengaplikasian industri kreatif ini akan sangat berpengaruh dalam penjualan maupun pemasaran kripik talas di Desa Kelewae.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha Keripik Talas Di Desa Kelewae, Kecamatan Boawae, Kabupaten Nagekeo.

LANDASAN TEORI

Ekonomi Kreatif

Durmasema *et al.*, (2020) dalam buku publikasi Statistik Ekonomi Kreatif Tahun 2020, definisi ekonomi kreatif adalah sektor industri yang mengandalkan inovasi, kecerdasan dan keterampilan setiap orang dengan tujuan mengembangkan keuntungan tambahan ekonomi. sektor ini menggunakan peluang sebagai menghasilkan pekerjaan serta mengatur kemajuan perekonomian serta mengembangkan citra suatu negara.

Ekonomi kreatif memiliki peran yang krusial dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi lokal pertama-tama, sektor ini menjadi penyumbang signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja di berbagai tingkatan keterampilan. dengan memanfaatkan bakat dan kreativitas individu, industri kreatif menghasilkan pekerjaan yang beragam, mulai dari seniman dan desainer hingga profesional teknologi informasi dan pemasaran. Peningkatan jumlah lapangan pekerjaan ini tidak hanya mengurangi tingkat pengangguran tetapi juga memberikan peluang bagi perkembangan keterampilan dan karir di komunitas lokal (Sirait *et al.*, 2019).

Ekonomi kreatif mendorong inovasi dan pengembangan produk baru. dengan merangkul ide-ide kreatif, sektor ini tidak hanya menciptakan nilai tambah bagi produk dan layanan tetapi juga mendorong pertumbuhan industri terkait. Inovasi dalam desain, teknologi, dan pemasaran dapat meningkatkan daya saing daerah, membantu menjadikan komunitas lokal sebagai pusat inovasi dan kreativitas. Ini, pada gilirannya, dapat menarik investasi dan meningkatkan daya tarik wilayah tersebut di tingkat nasional dan

internasional (Sutrisno *et al.*, 2020).

Ekonomi kreatif dimana proses menjadikan sumber daya manusia (SDM) menjadi lebih baik dalam memiliki kualitas yang baik di dalamnya untuk bertujuan memiliki daya gagasan, ide, dan pemikiran kedepannya. Agar SDM ini menjadi barang yang memiliki nilai tinggi dan memiliki kualitas jual yang baik (Septiyana, 2020).

Perkembangan Ekonomi Kreatif Di Indonesia

Di Indonesia, ekonomi kreatif mulai digaungkan di masa pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono sekitar tahun 2004 kemudian dilanjutkan dan dikembangkan lagi pada masa pemerintahan Presiden Joko Widodo dan memperoleh dukungan dari Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) yang menaungi industri kreatif di Indonesia (Handayani & Sari, 2020).

Melalui Keputusan Peraturan Presiden Republik Indonesia, Nomor 92 Tahun 2011, dibentuk secara resmi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang memiliki tanggung jawab pembangunan dan perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia dalam bentuk Ekonomi Kreatif Berbasis Seni dan Budaya maupun Ekonomi Berbasis Media, Desain dan IPTEK (Setiawan *et al.*, 2021)

Munculnya konsep Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) yang mengintegrasikan ekonomi di negara-negara ASEAN dalam menghadapi perdagangan bebas mendorong masyarakat Indonesia untuk lebih optimis dalam menuangkan ide dan gagasan yang mereka miliki dalam bentuk produk ataupun jasa yang dapat ditawarkan di sektor ekonomi. Sebagai salah satu bentuk modal non riil (kreativitas dan inovasi) ada empat faktor yang sangat menentukan pertumbuhan modal tersebut di Indonesia sebagai ekonomi kreatif (Sari *et al.*, 2020): Modal manusia (*Human Capital*); Modal sosial (*Social Capital*); Modal budaya (*Cultural Capital*); Modal kelembagaan dan struktural.

Pendapatan Masyarakat

Menurut Widyatama dalam (Fitry & Rosita, 2019) pendapatan merupakan suatu hasil penjualan yang dihasilkan dalam suatu proses produksi. Pendapatan merupakan penghasilan yang diperoleh individu yaang berkaitan dengan performan pekerjaannya dalam suatu periode waktu.

Pendapatan merupakan unsur yang sangat penting dalam sebuah usaha perdagangan, karena dalam melakukan suatu usaha tentu ingin mengetahui nilai atau jumlah pendapatan yang diperoleh selama melakukan usaha tersebut yang menghasilkan keuntungan atau kerugian. Pendapatan yang diperoleh adalah dalam bentuk uang, dimana uang merupakan alat pembayaran dan alat penukaran dalam (Huda & Ismawardi, 2020), juga menambahkan bahwa pendapatan merupakan aliran masuk aktiva yang timbul dari penyerahan barang atau jasa yang dilakukan oleh suatu unit usaha selama periode tertentu. Pendapatan masyarakat adalah penerimaan dari gaji atau balas jasa dari hasil usaha yang diperoleh individu atau kelompok rumah tangga dalam satu bulan dan digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Keripik Talas

Talas (*Colocasia esculenta L. Schott*) merupakan tanaman penghasil umbi dan dapat dikonsumsi. Seperti umbi-umbian lainnya, sebagian besar nutrisi talas adalah karbohidrat yaitu 23,7 g/100 g talas mentah. Protein yang terkandung dalam talas mencapai 1,9 g/100 g talas dibandingkan dengan jumlah kandungan protein yang terdapat pada ubi kayu dan ubi jalar yang hanya setengahnya. Unsur mineral yang terkandung dalam talas mentah yaitu Kalsium (Ca) 28 mg/100 g dan Pospor (P) 61 mg/100 g (Samosir, 2024)

Talas merupakan sumber karbohidrat yang cukup penting, namun mempunyai kelemahan yaitu mengandung getah yang dapat mengiritasi kulit. Oleh

karena itu talas harus dimasak terlebih dulu sebelum dikonsumsi dan tidak boleh dikonsumsi secara berlebihan, karena dapat menimbulkan rasa begah serta gangguan pencernaan. Talas dapat diolah dengan cara dikukus, direbus, dipanggang, digoreng, atau diolah menjadi tepung, bubur, dan kue-kue (Pracoyo, 2019)

Salah satu dari jenis industri pengolahan talas adalah keripik talas. Industri produksi keripik talas ini merupakan diversifikasi produk olahan talas yang memanfaatkan produk lokal berupa umbi talas dan berpotensi untuk dikembangkan karena bisa meningkatkan pendapatan masyarakat. Keripik talas merupakan salah satu produk olahan pangan yang populer di Indonesia. Keripik talas bukan hanya sekadar camilan, namun juga menjelaskan kapasitas sumber daya alam lokal yang dapat dimanfaatkan secara optimal. Produk ini tidak hanya dikenal karena rasa yang gurih dan berbeda, tetapi juga memiliki nilai gizi yang baik.

Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya makanan sehat dan alami, permintaan bagi produk keripik talas terus mengalami peningkatan. Keberadaan industri ini berkontribusi tidak hanya terhadap ekonomi lokal, tetapi juga terhadap pelestarian budaya dan tradisi pengolahan talas. Salah satu dari jenis industri pengolahan talas adalah keripik talas. Industri produksi keripik talas ini merupakan diversifikasi produk olahan talas yang memanfaatkan produk lokal berupa umbi talas dan berpotensi untuk dikembangkan karena bisa meningkatkan pendapatan masyarakat.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian digunakan oleh peneliti adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dimana penelitian kualitatif sebagai metode ilmiah yang sering digunakan dan dilaksanakan oleh sekelompok peneliti dalam bidang sosial, termasuk juga ilmu pendidikan.

Sugiyono, (2020:9), menjelaskan jenis penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Sugiyono, (2020:7), pendekatan deskriptif kualitatif adalah pengumpulan data yang berbentuk kata-kata atau gambar-gambar, sehingga tidak menekankan pada angka. data yang terkumpul setelah dianalisis selanjutnya dideskripsikan sehingga mudah dipahami oleh orang lain.

Pendekatan penelitian yang dilakukan merupakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metode penelitian kualitatif deskriptif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci (Sugiyono, 2022). Subjek penelitian adalah ibu-ibu dasawisma nuri, dusun II, RT 10, Desa Kelewae Kecamatan Boawae Kabupaten Nagekeo yang berjumlah 3 orang dengan rincian Ketua dan Anggota serta Kepala Desa. Lokasi penelitian ini yang dilaksanakan di Desa Kelewae, Kecamatan Boawae.

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan selama dua minggu dimulai dari tanggal 16 Juni s/d 25 Juni 2025. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode, yaitu Observasi, wawancara, dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data lapangan model Miles dan Huberman. Teknik (Miles & Huberman A, 2019) dilakukan tiga tahap utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

PEMBAHASAN HASIL

Peran Ekonomi Kreatif melalui Usaha Keripik Talas di Desa Kelewae Kecamatan Boawae Kabupaten Nagekeo

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti bahwa Peran Ekonomi Kreatif melalui Usaha Keripik Talas di Desa Kelewae Kecamatan Boawae Kabupaten Nagekeo Ekonomi kreatif memiliki peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat desa, terutama dalam menciptakan peluang usaha baru yang berbasis pada kreativitas, keterampilan, dan potensi lokal. Di Desa Kelewae, Kecamatan Boawae, Kabupaten Nagekeo, salah satu bentuk ekonomi kreatif yang berkembang adalah usaha keripik talas. Usaha ini dikelola oleh masyarakat setempat, terutama oleh kelompok ibu rumah tangga, yang memanfaatkan hasil pertanian lokal berupa umbi talas menjadi produk camilan dengan nilai jual yang cukup baik. Usaha keripik talas yang dijalankan oleh masyarakat di Desa Kelewae, Kecamatan Boawae, Kabupaten Nagekeo, merupakan salah satu contoh nyata penerapan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal.

Howkins, (2020) ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi yang berlandaskan pada kreativitas, ide, dan pengetahuan individu. Dalam pandangannya, kreativitas merupakan aset ekonomi yang mampu menciptakan nilai tambah. Hal ini tercermin dalam usaha keripik talas di mana masyarakat, terutama kelompok perempuan, mampu mengolah bahan pangan lokal menjadi produk camilan yang memiliki nilai jual dan cita rasa khas. Mereka tidak hanya menghasilkan makanan ringan biasa, melainkan juga menciptakan inovasi rasa, bentuk, dan kemasan yang menarik, yang semuanya lahir dari proses kreatif.

Selain itu, Florida, (2019) dalam konsep *The Creative Class* menekankan pentingnya peran kelompok kreatif dalam

mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Keberhasilan ekonomi suatu wilayah sangat bergantung pada sejauh mana masyarakatnya mampu menciptakan dan mengembangkan ide-ide inovatif. Dalam hal ini, pelaku usaha keripik talas di Kelewae dapat dikategorikan sebagai bagian dari kelas kreatif yang aktif menciptakan produk khas berbasis budaya dan potensi daerah. Keberadaan usaha ini tidak hanya meningkatkan pendapatan individu, tetapi juga memperkuat identitas ekonomi desa melalui kegiatan berbasis kreativitas. Masyarakat Desa Kelewae, yang sebelumnya hanya melihat talas sebagai bahan pangan biasa, kini mampu melihatnya sebagai peluang bisnis yang bernilai tinggi. Inisiatif ini menunjukkan bahwa masyarakat pedesaan juga mampu bertransformasi menjadi motor penggerak ekonomi daerah, asalkan diberikan ruang untuk berinovasi.

Lebih lanjut, Mulgan, (2020) melalui konsep inovasi sosial menambahkan bahwa kreativitas yang digunakan untuk memecahkan masalah sosial dan ekonomi masyarakat merupakan bentuk dari inovasi sosial. Dalam konteks ini, pengembangan usaha keripik talas dapat dilihat sebagai solusi terhadap keterbatasan lapangan kerja dan rendahnya penghasilan di desa. Masyarakat berinovasi melalui usaha kecil yang mengubah hasil tani lokal menjadi produk unggulan yang memiliki nilai ekonomi dan budaya. Dengan demikian, inovasi yang dilakukan tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga memperkuat struktur sosial dan semangat kewirausahaan masyarakat Desa Kelewae secara berkelanjutan.

Melalui usaha keripik talas, masyarakat Desa Kelewae tidak hanya mendapatkan penghasilan tambahan, tetapi juga menciptakan sistem kerja yang inklusif, di mana perempuan, pemuda, bahkan kelompok rentan lainnya bisa ikut terlibat. Dengan demikian, usaha ini menjadi ruang pemberdayaan masyarakat yang menumbuhkan rasa kepemilikan, kerja sama, dan solidaritas sosial. inovasi sosial

yang berkelanjutan terjadi ketika masyarakat dapat merancang sendiri solusi atas masalah yang mereka hadapi, yang ditopang oleh nilai-nilai lokal dan kebersamaan. Usaha keripik talas di Kelewae mencerminkan hal tersebut, karena muncul dari inisiatif masyarakat sendiri, bukan dari intervensi eksternal semata.

Pendapatan Masyarakat Melalui Usaha Keripik Talas di Desa Kelewae Kecamatan Boawae Kabupaten Nagekeo

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan pada Usaha keripik talas yang dikembangkan oleh Dasawisma Nuri di Desa Kelewae memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, terutama bagi ibu rumah tangga dan warga sekitar yang sebelumnya tidak memiliki penghasilan tetap. Keterlibatan warga dalam berbagai tahapan produksi seperti pengupasan, penggorengan, pengemasan, hingga pemasaran telah memberikan ruang bagi masyarakat, khususnya perempuan, untuk menjadi lebih produktif dan memperoleh tambahan penghasilan. Hal ini menunjukkan adanya proses pemberdayaan yang terjadi di tengah masyarakat desa. (Zimmerman, 2022) dalam teorinya tentang pemberdayaan, partisipasi aktif masyarakat dalam kegiatan ekonomi lokal akan meningkatkan kapasitas individu dan kolektif dalam mengelola sumber daya, serta memperkuat ketahanan ekonomi rumah tangga.

Lebih lanjut, usaha ini juga menjadi bagian dari praktik ekonomi kreatif. Pengolahan talas menjadi keripik bukan hanya merupakan proses produksi biasa, melainkan juga mencerminkan nilai kreativitas dalam menciptakan produk baru yang bernilai jual. Dalam konteks ini, keterlibatan ibu-ibu dalam merancang pengemasan, memasarkan secara langsung, hingga mengelola hubungan dengan pelanggan menunjukkan bahwa

mereka turut andil dalam proses inovasi sosial dan ekonomi. Hal ini selaras dengan teori ekonomi kreatif dari (Howkins, 2020), yang menyatakan bahwa ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi yang berlandaskan pada kreativitas, ide, dan inovasi individu dalam menciptakan nilai tambah.

Namun, keberhasilan usaha keripik talas ini tidak lepas dari tantangan. Beberapa kendala yang dihadapi adalah keterbatasan alat produksi modern yang menyebabkan proses produksi masih dilakukan secara manual dan memakan waktu. Selain itu, masalah dalam sistem pembayaran dari konsumen juga menjadi hambatan dalam kelancaran usaha. Hal ini menunjukkan perlunya dukungan dari pihak luar seperti pemerintah desa, koperasi, atau LSM dalam bentuk pelatihan, peralatan produksi, dan penguatan sistem distribusi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil deskripsi dan paparan data dapat dikemukakan simpulan penelitian sebagai berikut:

1. Peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat melalui usaha keripik talas di desa kelewae sangat penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Kelewae. Melalui pengolahan talas menjadi keripik, masyarakat mampu menciptakan nilai tambah dari hasil pertanian lokal. Aktivitas ini menunjukkan kreativitas masyarakat dalam mengelola potensi alam menjadi produk yang memiliki daya saing di pasar lokal. Usaha keripik talas juga telah membuka peluang kerja, meningkatkan partisipasi perempuan dalam kegiatan ekonomi, serta menumbuhkan semangat berwirausaha.

2. Peningkatan Pendapatan Masyarakat melalui Usaha Keripik Talas, Usaha keripik talas terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan masyarakat di Desa Kelewae. Meskipun dijalankan secara sederhana dan dengan modal terbatas, hasil penjualan produk memberikan kontribusi nyata terhadap pendapatan keluarga. Beberapa pelaku usaha mengungkapkan bahwa keuntungan yang diperoleh digunakan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga, membiayai pendidikan anak, serta menambah tabungan. Hal ini menunjukkan bahwa usaha keripik talas tidak hanya berfungsi sebagai usaha sampingan, tetapi telah menjadi sumber penghasilan utama bagi sebagian masyarakat desa.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti, maka peneliti mempunyai beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku Usaha Keripik Talas, Dasawisma nuri disarankan dapat terus meningkatkan kualitas produk dengan melakukan inovasi baik dari segi rasa, kemasan, maupun teknik produksi. Selain itu, mereka juga perlu memanfaatkan media sosial dan *platform* digital lainnya untuk mempromosikan produk secara lebih luas sehingga dapat menjangkau pasar di luar wilayah desa.
2. Bagi Pemerintah Desa Kelewae, Pemerintah desa dan dinas terkait disarankan dapat memberikan dukungan yang lebih maksimal terhadap usaha ekonomi kreatif seperti keripik talas.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya, disarankan dapat melakukan kajian lebih luas dengan

mempertimbangkan aspek distribusi, manajemen keuangan usaha, serta pengaruh kebijakan pemerintah terhadap perkembangan ekonomi kreatif di pedesaan.

Daftar Pustaka

- Chusumastuti, D. Kartika, D. G., Jumiaty, E., Zaini, M., Hasanah, D. F., Yuliantina, D., Nandiroh, U., Meirianto, W., Hasaruddin, Zazilah, A. N., Sanjaya, A. W., & Mukti, M. (2024). *Konsep Ekonomi Kreatif*. Kota Solok, Sumatera Barat: PT Mafy Media Literasi Indonesia
- Durmasema, A. R., Pratama, A. Y. N., & Rendisky, H. J. (2020). *Statistik Ekonomi Kreatif Tahun 2020 Cetakan Pertama*. Pusat Data dan Sistem Informasi, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, Jakarta.
- Evarista, T. (2021). *Tujuan Dan 7 Pengertian Ekonomi Kreatif. Di Akses Dari* <https://Mridn.Com/Inilah-Tujuan-Dan-7-Pengertian-Ekonomi-Kreatif-Menurut-Para-Ahli>
- Faitdah, N., & Rohman, A. (2023). Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Batik Tanjungbumi Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2701–2715.
- Fitry, S., & Rosita, L. (2019). Pengaruh Munculnya Alfamart Terhadap Pendapatan Toko- Toko Kecil Di Desa Pematang Panjang Gambut. *KINDAI, Edisi Khusus Publikasi Hasil Seminar*, 1(September), 18–27.
- Florida, R. (2019). *The rise of the creative class*. Basic books.
- Habib. (2021). Ekonomi Kreatif sebagai Konsep di Era Ekonomi Baru. *Diss. Universitas*, 1(1), 20.
- Handayani, T., & Rini Arvika Sari. (2020). Ekonomi Kreatif: Pemetaan Kendala dan Analisis Strategi Kebijakan Pemerintah Studi Kasus pada Kota Bengkalis. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi*, 1(1), 20.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Pustaka Ilmu Group.
- Hidayat, R. (2024). Peran Ekonomi Kreatif dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(1), 23–35.
- Howkins, J. (2020). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin.
- Huda, N., & Ismawardi, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Terubuk Kabupaten Bengkalis. *Bertuah Jurnal Syariah Dan Ekonomi Islam*, 1(2), 1–15.
- Djamarah, (2008). *Psikologi Belajar*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Dwi Siswoyo. (2007). *Ilmu Pendidikan*. Yogyakarta : UNY Press.
- Mukminan. (2003). *Pembelajaran Tuntas (Mastery Learning)*. Jakarta: Direktorat Pendidikan Lanjut Pertama.
- Hisyam Zaini, dkk. (2008). *Strategi pembelajaran aktif*, Yogyakarta: pustaka insani madani
- Isjoni. (2010). *Pembelajaran Kooperatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Lie, Anita (2008). *Cooperative Learning*, Grasindo: Jakarta
- Moleong, Lexy J. (2005). *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Muhibbin Syah. (2002). *Psikologi Pendidikan dalam Pendekatan Baru*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Nana Sudjana. (2011). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar*. Bandung:

- PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Chusumastuti, D. Kartika, D. G., Jumiaty, E., Zaini, M., Hasanah, D. F., Yuliantina, D., Nandiroh, U., Meirianto, W., Hasaruddin, Zazilah, A. N., Sanjaya, A. W., & Mukti, M. (2024). *Konsep Ekonomi Kreatif*. Kota Solok, Sumatera Barat: PT Mafy Media Literasi Indonesia
- Durmasema, A. R., Pratama, A. Y. N., & Rendisky, H. J. (2020). *Statistik Ekonomi Kreatif Tahun 2020 Cetakan Pertama*. Pusat Data dan Sistem Informasi, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, Jakarta.
- Evarista, T. (2021). *Tujuan Dan 7 Pengertian Ekonomi Kreatif*. Di Akses Dari <https://Mridn.Com/Inilah-Tujuan-Dan-7-Pengertian-Ekonomi-Kreatif-Menurut-Para-Ahli>
- Faitdah, N., & Rohman, A. (2023). Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Batik Tanjungbumi Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2701–2715.
- Fitry, S., & Rosita, L. (2019). Pengaruh Munculnya Alfamart Terhadap Pendapatan Toko- Toko Kecil Di Desa Pematang Panjang Gambut. *KINDAI, Edisi Khusus Publikasi Hasil Seminar*, 1(September), 18–27.
- Florida, R. (2019). *The rise of the creative class*. Basic books.
- Habib. (2021). Ekonomi Kreatif sebagai Konsep di Era Ekonomi Baru. *Diss. Universitas*, 1(1), 20.
- Handayani, T., & Rini Arvika Sari. (2020). Ekonomi Kreatif: Pemetaan Kendala dan Analisis Strategi Kebijakan Pemerintah Studi Kasus pada Kota Bengkalis. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi*, 1(1), 20.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Pustaka Ilmu Group.
- Hidayat, R. (2024). Peran Ekonomi Kreatif dalam Pemberdayaan Masyarakat Desa. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 5(1), 23–35.
- Howkins, J. (2020). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin.
- Huda, N., & Ismawardi, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Terubuk Kabupaten Bengkalis. *Bertuah Jurnal Syariah Dan Ekonomi Islam*, 1(2), 1–15.
- Kasmir. (2019). *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya* (p. 214). Raja Grafindo Persada (Rajawali Pers), Jakarta.
- Mahendra, D., Santosa, J., & Haryanto, A. T. (2020). Pengaruh Sistem Informasi Akuntansi, Pengembangan Sumber Daya Manusia Terhadap Pengendalian Intern Dan Laporan Keuangan Yang Handal. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 21(1), 20.
- Miles, M., & Huberman A, M. (2019). *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Terjemahan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. Universitas Indonesia, Jakarta.
- Mulgan, G. (2020). *Social Innovation: How Societies Find the Power to Change*. Policy Press.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia. (2011). Nomor 92 Tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Presiden Nomor 24 Tahun 2010 Tentang Kedudukan, Tugas, dan Fungsi Kementerian Negara Serta Organisasi, Tugas, dan Fungsi Eselon I Kementerian Negara. *Presiden Republik Indonesia, Jakarta*, 1, 1–23.
- Pracoyo, A. D. (2019). Analisa Industri Industri Keripik Talas Skala Industri di Kecamatan Cigombong

- Kabupaten Bogor. 7(4), 63–71.
- Putri, V. K. M. (2021). *Ekonomi Kreatif: Pengertian, Ciri-Ciri, Faktor Pendorong*, Perkembangan.
- Refaldi, N., & Albab, U. (2023). Peran Ekonomi Kreatif dalam Peningkatan Perekonomian Pengrajin Tali Tenun Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2(2), 59–70.
- Rusdi, M. (2022). Peran *Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Kecamatan Soreang Kota Parepare Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pengrajin Cangkang Kerang)*. IAIN Parepare.
- Samosir, D. (2024). Kandungan Nutrisi dan Potensi Pengembangan Tanaman Talas (*Colocasia esculenta* L. Schott). *Jurnal Agronomi Tropika*, 12(1), 45–52.
- Sari, A. P., Pelu, M. F. A. R., Dewi, I. K., Ismail, M., Siregar, R. T., Mistriani, N., Marit, E. L., Killa, M. F., Purba, B., & Lifchatullaillah, E. (2020). *Ekonomi Kreatif*. Yayasan Kita Menulis.
- Septiyana, L. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Masyarakat Melalui Pengolahan Makanan Tradisional Kerupuk Dapros Di Desa Gunung Rejo. *DEDIKASI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 105–117.
- Setiawan, I. M. D., Dananjaya, I., & Suparyana, P. K. (2021). Studi Evaluasi Kesiapan Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) di Kecamatan Tabanan. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Sains Dan Humaniora*, 4(2), 133–141.
- Sirait, S., Santoso, D., & Egra, S. (2019). Ekonomi Kreatif dan Pertumbuhan Ekonomi Lokal. *Diss. Universitas*, 2(2), 20.
- Subrata, A. G., & Damanik, D. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Industri Rumah Tangga Tenun Ulos Di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Ekuilnomi*, 1(1), 18.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. CV. ALFABETA, Bandung.
- Suharsono, R. S. (2020). *Teori Akuntansi*. Cv Media Sains Indonesia.
- Supriyanto, A., & Kharis Fadlullah Hana. (2020). Strategi Pengembangan Desa Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas UMKM. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 199–216.
- Sutrisno, A., Wahyuni, E., Jumiaty, E., Adiasti, N., Jafar, R., Savitri, D. I., & Assegaf, S. U. (2020). Pengantar Sosial Ekonomi dan Budaya Kawasan Perbatasan. In *nteligensia Media (Kelompok Penerbit Intrans Publishing)*, Jakarta.
- Wahyuningsih. (2020). Analisis Pendekatan Ekonomi Kreatif Tikar Pandan di Desa Muntai, Kecamatan Bantan, Kabupaten Bengkalis Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam. *Diss. Universitas*.
- Wahyuningsih, & Satriani. (2019). Ekonomi Kreatif dan Produktivitas Lokal. In *CV. Alfabeta, Bandung*.
- Zimmerman, M. A. (2022). Empowerment Theory: Psychological, Organizational and Community Levels of Analysis. In *American Journal of Community Psychology*