

**EKONOMI KREATIF : PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI
KERAJINAN KERANG**

Oleh:
Ray Oktafiani¹ dan Enik Rahayu¹

ABSTRAK

Pemanfaatan sumber daya tidak cuma berfokus pada pembaharuan-pembaharuan akan tetapi mulai memasuki pada suatu yang terlebih lagi tidak terbatas, yakni inspirasi, gagasan, bakat ataupun talenta serta kreativitas. Ada 3 perihal pokok yang jadi dasar dari ekonomi kreatif, antara lain kreativitas, inovasi serta temuan. Guna mendukung ekonomi kreatif serta keadaan penduduk usia produktif, maka pemerintah Kabupaten Kotawaringin Barat melalui dinas pariwisata berupaya untuk melakukan pemberdayaan masyarakat melalui sebuah kegiatan kerjasama dengan salah satu perguruan tinggi yang ada di Semarang yaitu Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia (STIEPARI). Pelaksanaan kegiatan mulai dari identifikasi, sosialisasi hingga praktik mandiri ini menunjukkan bahwa adanya peningkatan kesadaran dari peserta pelatihan untuk memanfaatkan sumber daya lokal yang dapat diolah menjadi produk meski berbahan dasar adalah sampah yang dalam hal ini adalah kulit kerang. Hal ini terlihat dari minat peserta untuk mengaplikasikan hasil penyuluhan dan pelatihan serta melanjutkan kegiatan ini sampai selesai.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif ; Masyarakat ; Pemberdayaan Masyarakat

ABSTRACT

Utilization of resources does not only focus on reforms but begins to enter into something that is even more unlimited, namely inspiration, ideas, talents or talents, and creativity. 3 main things form the basis of the creative economy, including creativity, innovation, and invention. To support the creative economy and the condition of the productive age population, the West Kotawaringin Regency government through the tourism office seeks to empower the community through a collaborative activity with one of the universities in Semarang, namely the Indonesian College of Tourism Economics (STIEPARI). The implementation of activities ranging from identification, socialization to independent practice shows that there is an increase in awareness of the training participants to utilize local resources that can be processed into products even though they are made from waste which in this case is shells. This can be seen from the participants' interest in applying the results of the counseling and training and continuing this activity to

completion.

Keywords: Creative Economy; Public ; Community empowerment

¹ STIEPARI Semarang

Ekonomi kreatif ialah sesuatu konsep guna merealisasikan pembangunan dari segi ekonomi yang berlanjutan dengan basis kreativitas (Purnomo, 2016). Pemanfaatan sumber daya tidak cuma berfokus pada pembaharuan- pembaharuan akan tetapi mulai memasuki pada suatu yang terlebih lagi tidak terbatas, yakni inspirasi, gagasan, bakat ataupun talenta serta kreativitas. Nilai ekonomi dari sesuatu produk ataupun jasa di ekonomi kreatif tidak lagi ditetapkan oleh bahan baku ataupun sistem penciptaan semacam pada masa industri, namun mengedepankan pada pemanfaatan kreativitas serta penciptaan inovasi lewat pertumbuhan teknologi yang terus menjadi maju. Industri tidak bisa lagi bersaing di pasar global dengan cuma mengandalkan harga ataupun mutu produk saja, namun wajib bersaing berbasiskan inovasi, kreativitas serta imajinasi. Ada 3 perihal pokok yang jadi dasar dari ekonomi kreatif, antara lain kreativitas, inovasi serta temuan.

Penafsiran pemberdayaan pada dasarnya pemberdayaan ialah sesuatu rangkaian proses pergantian yang menempatkan sesuatu kreativitas serta prakarsa masyarakat (Margayaningsih, 2015). Sehingga bisa diartikan jika elemen bernilai dari pemberdayaan merupakan adanya partisipasi. Proses aktif, inisiatif yang timbul dari warga sendiri, dibimbing oleh metode berfikir mereka sendiri dengan memakai fasilitas serta proses(lembaga serta mekanisme) secara efisien merupakan penafsiran dari partisipasi. Paradigma pemberdayaan masyarakat sampai dikala ini masih didominasi oleh anggapan kalau guna meningkatkan taraf hidup masyarakat dapat dilakukan dengan metode membagikan beberapa dana selaku modal. Sementara itu, pendekatan dengan model membagikan beberapa dana selaku modal ini tidak senantiasa pas, sebab masyarakat belum pasti memerlukan dana. Terdapat yang mempunyai sumber daya alam yang melimpah, namun tidak mengenali bagaimana mengelolanya. Terdapat pula warga yang mempunyai keahlian mengolah sumber daya alam yang dipunyai, namun tidak bisa mengakses pasar, jadi kasus memberdayakan warga tidak bisa disama ratakan.

Kabupaten Kotawaringin Barat beribukota di Pangkalan Bun, terletak di Propinsi Kalimantan Tengah serta terletak di wilayah khatulistiwa diantara: $1^{\circ}19'$ hingga dengan $3^{\circ}36'$ Lintang Selatan, $110^{\circ}25'$ hingga dengan $112^{\circ}50'$ Bujur Timur. Luas daerah Kabupaten Kotawaringin Barat tercatat 10.759 km². Dengan terdapatnya pemekaran daerah Kabupaten cocok dengan UU Nomor. 5 tahun 2002, Kabupaten Kotawaringin Barat dimekarkan menjadi 3 kabupaten, ialah Kabupaten Kotawaringin Barat, Kabupaten Sukamara serta Kabupaten Lamandau. Populasi penduduk Kabupaten Kotawaringin Barat tahun 2020 merupakan 270,4 ribu jiwa dengan laju perkembangan sebesar 1,27persen. Angka tersebut cocok dengan hasil proyeksi penduduk yang sudah diterbitkan oleh BPS(2021). Komposisi penduduk Kotawaringin Barat didominasi oleh penduduk muda/berusia. Piramida penduduk Kotawaringin Barat menarangkan kelompok penduduk pria yang tercantum angkatan kerja ataupun umur 15 tahun keatas jumlahnya lebih besar dibanding penduduk wanita.

Kepadatan penduduk di Kotawaringin Barat mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Kepadatan penduduk pada tahun 2018 sebesar 28,26, tahun 2019 sebesar 29,08 dan tahun 2020 sebesar 25 atau rata-rata setiap km² wilayah Kabupaten Kotawaringin Barat dihuni penduduk kurang lebih antara 29 sampai 30 orang. Kecamatan Arut Utara memiliki luas wilayah terbesar kedua setelah kecamatan Kumai, namun memiliki kepadatan penduduk paling kecil dibanding kecamatan lain, yaitu 8 jiwa/km². Jumlah penduduk laki-laki lebih banyak dibandingkan jumlah penduduk perempuan. Hal ini ditunjukkan oleh sex ratio yang nilainya lebih besar dari 100. Dari data tersebut disimpulkan bahwa untuk setiap 100 penduduk perempuan terdapat 113 penduduk laki-laki. Bila dilihat menurut kelompok umur, penduduk usia produktif (usia 15-64 tahun) sebesar 71,34 persen. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk Kotawaringin Barat merupakan penduduk usia produktif. (sumber : Statistik Daerah Kabupaten Kotawaringin Barat Tahun 2020).

Guna mendukung ekonomi kreatif serta keadaan penduduk usia produktif, maka pemerintah Kabupaten Kotawaringin Barat melalui dinas pariwisata berupaya untuk melakukan pemberdayaan masyarakat melalui sebuah kegiatan kerjasama

dengan salah satu perguruan tinggi yang ada di Semarang yaitu Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia (STIEPARI), adapun tujuan dari kegiatan tersebut antara lain menambah wawasan dari sebagian masyarakat sehingga bisa disalurkan kepada masyarakat lain mengingat tidak semua masyarakat bisa berpartisipasi dalam kegiatan tersebut, mengelola kreatifitas dari masyarakat dengan bahan dari kulit kerang yang tidak digunakan dimana salah satu daya tarik wisata yang dipunyai adalah pantai sehingga banyak ditemui kulit kerang yang tidak digunakan untuk bisa di olah dijadikan souvenir yang kemudian di jual untuk menambah pendapatan masyarakat.

TINJAUAN PUSTAKA

Ekonomi Kreatif

Ekonomi Kreatif merupakan suatu konsep di masa baru yang mengintensifkan data serta kreativitas dengan mengandalkan inspirasi serta pengetahuan dari sumber daya manusianya selaku aspek penciptaan yang utama (Fadhilah, 2019). Ekonomi kreatif ialah kegiatan menciptakan inspirasi, menghasilkan karya yang penuh kreasi, serta menjual inspirasi ataupun gagasan kreatif lewat pemanfaatan kemampuan sumber daya alam, keanekaragaman budaya, kearifan komunitas, serta ketrengginasan orang (Sidauruk, 2018)

Ada 3 perihal pokok yang jadi dasar dari ekonomi kreatif, antara lain kreativitas, inovasi serta penemuan

a. Kreativitas (Creativity)

Sesuatu keahlian untuk menciptakan ataupun menghasilkan suatu yang unik, baru, serta bisa diterima umum. Dapat pula menciptakan inspirasi baru ataupun instan selaku pemecahan dari suatu permasalahan, ataupun melaksanakan suatu yang berbeda dari yang telah terdapat (thinking out of the box).

b. Inovasi (Innovation)

Suatu transformasi dari inspirasi ataupun gagasan dengan dasar kreativitas dengan menggunakan temuan yang telah ada guna menciptakan sesuatu produk maupun proses yang lebih baik, bernilai tambah, serta berguna.

c. Temuan (Invention)

Sebutan ini lebih menekankan pada menghasilkan suatu yang belum pernah ada tadinya serta bisa diakui selaku karya yang memiliki guna yang unik ataupun belum sempat dikenal tadinya..

Pemberdayaan

Sebagai proses, pemberdayaan merupakan serangkaian aktivitas guna menguatkan kekuasaan ataupun keberdayaan kelompok lemah dalam masyarakat, termasuk individu- individu yang alami permasalahan kemiskinan (Margayaningsih, 2015). Pemberdayaan (Mustangin et al., 2017) merupakan proses yang menggambarkan fasilitas yang orang serta kelompok mendapatkan kekuasaan, akses ke sumber daya serta keuntungan kontrol atas hidup mereka. Pemberdayaan menuju pada kondisi ataupun hasil yang mau dicapai oleh suatu kelompok dengan harapan terdapatnya pergantian sosial.

Pemberdayaan Masyarakat

Mustangin et al., (2017), pemberdayaan warga itu diperuntukan buat menolong klien mendapatkan daya guna mengambil keputusan serta memastikan aksi yang hendak dia jalani yang terkait dengan diri mereka, termasuk mengurangi dampak hambatan individu serta sosial. Pemberdayaan masyarakat (Margayaningsih, 2015) merupakan upaya tingkatkan keahlian serta kemampuan yang dipunyai masyarakat.

METODE PENELITIAN

Pelaksanaan aktivitas diawali dengan mengidentifikasi apa yang menjadi kebutuhan partisipan yang hendak megikuti kegiatan pengabdian, dimana ada 15 orang utusan dari dinas pariwisata Kabupaten Kotawaringin Barat. Dalam pelaksanaan kegiatan mengenakan prosedur Pendekatan Orang Dewasa (POD) dengan sebagian tahap antara lain prosedur ceramah, bertukar pikiran dalam kelompok, sosialisasi serta praktik keahlian yang menyesuaikan keadaan dilapangan. Praktik keahlian dicoba dengan melakukan praktik mandiri yang sudah dipersiapkan bahan serta materinya untuk kemudian dijadikan produk jadi, bahan

yang digunakan merupakan limbah kulit kerang, perekat, hiasan, cat perona untuk yang mau diberikan warna

HASIL PEMBAHASAN

Beserta dengan peserta yang dikirimkan oleh dinas pariwisata Kabupaten Kegiatan dilakukan di Desa Kartika Jaya, Kendal. Antusias peserta disambut hangat oleh masyarakat dari Desa Kartika Jaya dengan ikut berpartisipasi beberapa masyarakat dalam kegiatan tersebut.

Sebelum memulai maka beberapa peserta bersama dengan tim pengabdian melakukan identifikasi kebutuhan sehingga tujuan dari kegiatan pengabdian sesuai dengan apa yang menjadi keperluan masyarakat, seperti gambar berikut :



Gambar 1. Kegiatan Identifikasi Kebutuhan

Selanjutnya adalah kegiatan sosialisasi mengenai kulit kerang yang dapat diolah untuk dijadikan suatu produk bernilai yang dapat dijual. Dalam sosialisasi tersebut disampaikan beberapa materi yang berkaitan dengan sampah, proses mengolah sampah, kreativitas dan sebuah produk bernilai untuk ditawarkan.



Gambar 2. Sosialisasi terkait

Gambar diatas menggambarkan suasana saat berjalannya sosialisasi mengenai pengolahan kulit kerang, hasil dari kegiatan sosialisasi ini adalah peserta memperoleh pemahaman kembali mengenai sampah dan bagaimana sampah tersebut bisa diolah untuk dijadikan sebuah produk yang dapat ditawarkan kepada orang lain.

Setelah melakukan sosialisasi, kegiatan berlanjut dengan dilakukan praktik mandiri dengan didampingi langsung oleh ahli-ahli yang berkecimpung lama, praktik mandiri antara lain membuat sebuah souvenir dengan bahan dasar adalah berbagai macam kulit kerang.



Gambar 3. Kegiatan Praktik Mandiri

Gambar 2 memperlihatkan bahwa peserta berantusias untuk melakukan praktik pembuatan souvenir menggunakan bahan berbagai macam kulit kerang, untuk hasilnya dapat dilihat di gambar 3 adalah sebagai berikut :



Gambar 4. Souvenir Kulit Kerang

SIMPULAN

Pelaksanaan kegiatan mulai dari identifikasi, sosialisasi sampai praktik mandiri ini menunjukkan jika adanya peningkatan pemahaman dari partisipan pelatihan guna memakai sumber daya lokal yang bisa diolah sebagai produk walaupun berbahan dasar yaitu sampah yang dalam hal ini ialah kulit kerang. Perihal ini terlihat dari atensi partisipan guna mengaplikasikan hasil penyuluhan serta pelatihan dan juga melanjutkan kegiatan ini hingga berakhir.

Hendaknya aktivitas ini menuju kepada peningkatan keterampilan kreativitas sumber daya manusia sehingga sumber daya lokal yang terdapat bisa dimanfaatkan menjadi produk yang dapat ditawarkan kepada konsumen sehingga punya nilai jual yang lebih besar tidak cuma di wilayah dekat tapi juga ke luar wilayah sehingga jangkauan pemasaran jadi luas serta bisa menambah ekonomi penduduk.

ACKNOWLEDGMENTS

Dalam melaksanakan kegiatan ini kami dibantu banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini kami ucapkan terima kasih kepada :

1. Dinas Pariwisata Kabupaten Kotawaringin Barat, Kalimantan Tengah
2. Masyarakat Desa Kartika Jaya
3. Ketua STIEPARI
4. Semua Pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu-per satu

DAFTAR PUSTAKA

- Fadhilah, N. (2019). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Industri Rumah Tangga Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat (Studi Pada Kelompok Usaha Rumah Tangga Binaan Yayasan Econatural Society Di Kabupaten Kepulauan Selayar). In Upt Perpustakaan Unm. <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/14883>
- Margayaningsih, D. I. (2015). Peningkatan Pemberdayaan dan Kemandirian Desa dalam Rangka Otonomi Daerah. *Jurnal Publiciana*, 8(1), 164–191.
- Mustangin, Kusniawati, D., Islami, N. P., Setyaningrum, B., & Prasetyawati, E. (2017). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Melalui Program Desa Wisata di Desa Bumiaji. *Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 59–72.

Purnomo, R. A. (2016). Ekonomi Kreatif : Pilar Pembangunan Indonesia. In Ziyad Visi Media (Vol. 1).

Sidauruk, R. (2018). Ekonomi Kreatif Sebagai Basis City Branding Menuju Kepariwisata Terintegrasi Di Kawasan Danau Toba (Creative Economy As Basis Of City Branding Toward Integrated Tourism In Toba Lake Zone). Inovasi. <https://doi.org/10.33626/inovasi.v15i2.95>